



universität  
wien

# MASTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Masterarbeit / Title of the Master's Thesis

„Familienleben auf Knopfdruck“

verfasst von / submitted by

Anna Krammer, BA

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of

Master of Arts (MA)

Wien, 2024 / Vienna, 2024

Studienkennzahl lt. Studienblatt /  
degree programme code as it appears on  
the student record sheet:

UA 066 905

Studienrichtung lt. Studienblatt /  
degree programme as it appears on  
the student record sheet:

Masterstudium Soziologie

Betreut von / Supervisor:

Ass.-Prof.<sup>in</sup> Dr.<sup>in</sup> Valeria Bordone

## **Danksagung**

Ich möchte mich an dieser Stelle gerne bei allen bedanken, die mich während der Erstellung dieser Arbeit unterstützt haben. Insbesondere meine Familie, die mir bereits seit dem Bachelor zur Seite steht und mich in jedem Vorhaben bestärkt.

Besonders aber möchte ich mich bei meinen Freunden bedanken, die mich mental und auch physisch betreut haben. Ein spezielles Lob geht an meine Freundinnen Clara, Laura und Nadia, die mir in der finalen Phase meiner Arbeit zur Seite gestanden haben.

Zuletzt gilt ein großer Teil meines Dankes, meiner Studien- und Former-Flugbegleiter-Kollegin Alexandra, ohne deren Expertise und Unterstützung ich diese Arbeit nicht hätte schreiben können.

# Inhaltsverzeichnis

<b>1. EINLEITUNG .....</b>	<b>1</b>
1.1. PROBLEMDARSTELLUNG UND ZIELSETZUNG DER ARBEIT .....	1
1.2. FORSCHUNGSFRAGE UND FORSCHUNGSDESIGN .....	2
1.3. BEGRIFFSERKLÄRUNGEN .....	4
<b>2. STUDIEN ZUM FORSCHUNGSSTAND .....</b>	<b>6</b>
2.1. ÜBERBLICK ÜBER TV UND VIDEO ON DEMAND IN DEN SOZIALWISSENSCHAFTEN .....	6
2.2. VIDEO ON DEMAND .....	7
2.2.1. <i>Geschichtlicher Hintergrund vom TV bis zu VoD</i> .....	10
2.2.2. <i>(Subscription) Video on Demand und Television on Demand</i> .....	12
2.2.3. <i>OTT Streamingdienste und Mediatheken</i> .....	13
2.2.4. <i>Weitere Begriffsklärungen</i> .....	16
2.2.5. <i>Video on Demand in Österreich</i> .....	16
2.2.6. <i>Exkurs: TV &amp; Streamingdienste als rituelles Verhalten in Zeiten von COVID19 (2020 – 2022)</i> .....	19
<b>3. THEORETISCHE VERORTUNG .....</b>	<b>21</b>
3.1. ÜBERBLICK ÜBER FAMILIE IN DER FAMILIENSOZIOLOGIE .....	21
3.1.1. <i>Kernfamilie nach Émile Durkheim</i> .....	22
3.2. MENSCHLICHES VERHALTEN NACH HERBERT BLUMER .....	23
3.3. RITUALE NACH CHRISTOPH WULF .....	26
3.3.1. <i>Rituale in der Familie</i> .....	27
3.3.2. <i>Rituale in Bezug zum TV</i> .....	28
<b>4. METHODIK .....</b>	<b>30</b>
4.1. METHODISCHE VORGEHENSWEISE .....	30
4.2. FOKUSGRUPPE .....	31
4.2.1. <i>Aufbau und Voraussetzung</i> .....	32
4.2.2. <i>Reflexion der Fokusgruppenteilnehmer:innen-Akquise und persönlichen Position als Moderatorin</i> .....	35
4.3. AUSWERTUNGSVERFAHREN: QUALITATIVE INHALTSANALYSE NACH PHILIPP MAYRING IN UNTERSTÜTZUNG MIT MAXQDA .....	35
4.3.1. <i>Durchführung und Leitfaden</i> .....	40
4.3.2. <i>Auswertungsverfahren: Kategoriensystem</i> .....	42
<b>5. ERGEBNISSE .....</b>	<b>48</b>
5.1. ERSTER ABSCHNITT: FAMILIENLEBEN IN BEZUG ZU LINEAREM TV VOR DEN 2000ER JAHREN .....	49
5.1.1. <i>Kindheitserfahrungen der Befragten</i> .....	49
5.1.2. <i>Programminhalte</i> .....	51
5.2. ZWEITER ABSCHNITT: FAMILIENLEBEN IN BEZUG ZU LINEAREM TV AB DEN 2000ER JAHREN UND STREAMINGDIENSTEN .....	52
5.2.1. <i>Auswahlmöglichkeiten: VoD und lineares TV</i> .....	52
5.2.2. <i>Gesellschaftlicher Rahmen</i> .....	54
5.2.3. <i>Adaption der Erziehungsmethoden der Fokusgruppenteilnehmer:innen</i> .....	55
5.3. DRITTER ABSCHNITT: FAMILIENLEBEN IN BEZUG ZU LINEAREM TV UND STREAMINGDIENSTEN .....	57
5.3.1. <i>Familiäre Veränderungen</i> .....	57
5.3.2. <i>Rituale in der Familie und deren Umsetzung im Rahmen von VoD und TV</i> .....	59
5.3.3. <i>Technologische Auswirkungen und Umgangsweisen der Befragten</i> .....	61
5.4. ZUSATZ: AUSSAGEN ÜBER FAMILIE, TV UND STREAMINGDIENSTE .....	63
5.4.1. <i>Aktivitäten in Bezug zum Medienkonsum</i> .....	63
5.4.2. <i>Verhalten der Teilnehmer:innen rund um VoD und TV</i> .....	65
5.4.3. <i>Historie &amp; Zukunft</i> .....	67
5.5. ZUSAMMENFASSUNG UND VERGLEICH: LINEARES TV UND STREAMINGDIENSTE .....	69
<b>6. DISKUSSION .....</b>	<b>71</b>
6.1. FAMILIÄRE VERÄNDERUNG DURCH TV UND VIDEO ON DEMAND .....	71

6.2. FAMILIÄRES MANAGEMENT UND ERZIEHUNG RUND UM VIDEO ON DEMAND UND TV .....	74
<b>7. CONCLUSIO .....</b>	<b>79</b>
7.1. LIMITATIONEN UND AUSBLICK .....	82
<b>8. LITERATURVERZEICHNIS.....</b>	<b>84</b>
8.1. ONLINEQUELLEN:.....	88
8.2. ABBILDUNGSVERZEICHNIS .....	89
8.3. TABELLENVERZEICHNIS .....	89
<b>9. ANHANG.....</b>	<b>90</b>
9.1. ABSTRACT / DEUTSCH.....	90
9.2. ABSTRACT / ENGLISH.....	91
9.3. FOKUSGRUPPEN LEITFADEN.....	92
9.4. TEILNEHMERINFORMATION UND EINWILLIGUNGSERKLÄRUNG.....	95
9.5. SOZIODEMOGRAPHISCHE DATEN DER FOKUSGRUPPENTEILNEHMER:INNEN .....	97

## **1. Einleitung**

Im Jahre 2023 ist die Relevanz von Thematiken wie Video on Demand (kurz VoD) beziehungsweise Television on Demand (ToD) evident. Video on Demand, gemeint sind damit Streamingdienste und Mediatheken, die jederzeit online abrufbereit stehen, sind in Amerika seit den frühen 2007er Jahren und in Österreich seit 2014 aktuell (vgl. Der Standard 2014; Lobato 2019). Das lineare, auch klassische TV-Programm hingegen ist in den Hintergrund gerückt, auch im Familienleben (siehe Schriften von Fudurić 2020, Katz 2009, Lobato 2019, Lotz 2014 & Mulla 2022). Wo sich früher noch um 20.15 Uhr die Familie vor dem Fernseher getroffen hat, verändert sich nun durch die Flexibilität der Online - Streamingdienste das Familienritual. VoD und ToD sind mittlerweile zu einer Norm in den meisten Haushalten geworden und gelten bei vielen Familien als Rituale. Nach dem Erstauftreten von Streamingdiensten, wie Netflix 1997 (und um 2007 mit VoD Angeboten), sind diese zu etwas Alltäglichem geworden (vgl. ebd. 2019: 20ff). Auch Familien werden davon beeinflusst. Wie beispielsweise Autor:innen, wie MJ Robinson (2017), untersuchten, hat diese Verschiebung von Offline- auf Online -TV einen Einfluss auf das familiäre Fernsehverhalten (vgl. Robinson 2017). Die Forschung ist als wichtig einzustufen, da sich das Familienzusammenleben stetig verändert und äußere Einflüsse, wie VoD, Zusammenkünfte in Form von Filmeabenden, Spieleabenden und Ähnlichem weiterentwickeln.

### **1.1. Problemdarstellung und Zielsetzung der Arbeit**

Die Problemstellung zeigt sich in der Familiensoziologie somit als relevant, da es zu diesem Thema nur begrenzt Literatur beziehungsweise Studien gibt. Besonders die Kombination aus dem flexiblen Streamen und dem familiären Kontext im Sinne von Ritualen wurde bislang nicht genügend Beachtung geschenkt. Das Zusammenspiel aus den publizistischen Interessen der Medien TV und Internet (-streaming) und dem soziologischen Aspekt der Familie hat bislang noch wenig Untersuchungen hervorgebracht. Angelehnt an Forschungen, wie beispielsweise von Wartella und Jennings (2001), die bereits bezüglich des linearen TVs gemacht wurden, ist es nun an der Zeit, auch Video on Demand genauer zu untersuchen. Da diese VoDs heute schon nahezu alltäglich geworden sind, bedarf es einer eingehenderen Betrachtung im familiären Kontext, um herauszufinden wie sehr neuere

Technologien beeinflussen. Diese Vereinigung der sozialwissenschaftlichen Disziplinen stellt somit (noch) eine Forschungslücke dar und bedarf genauerer Untersuchungen.

Die untenstehende soziologische Arbeit untersucht, wie einst das Fernsehen (vgl. beispielsweise Fabes et. al 1989, Little & Venkatesh 1994 oder Spigel 1992), nun auch Streamingdienste (vgl. Lotz 2014, Lobato 2019, Mikos 2016 oder Mulla 2022), im alltäglichen Leben Einzug halten, und welche Effekte diese auf Familien, besonders auf deren Zusammenleben, haben. Es soll erforscht werden, wie sich VoD und ToD familiäre Rituale in Hinblick auf die verschiedenen Fernsehverhaltensweisen gestalten. Es gilt ebenso herauszufinden, ob sich Rituale im Familienalltag aufgrund der Verfügbarkeit von Video On Demand modifizieren, und welche möglichen Konsequenzen dies auf die Familie und die Erziehung selbst haben kann. Das Ziel der Arbeit soll ein Überblick über Parallelen von früheren familiären Generationen, welche ausschließlich mit linearem Fernsehen aufgewachsen sind, sein, und solchen, die auch mit nichtlinearen Streamingdiensten in der Familie großgeworden aufzeigen. Hierbei gilt es den gesamten Familienaspekt zu untersuchen und die Perspektiven der verschiedenen Zeitpunkte zu berücksichtigen. Schlussendlich soll der Ansatz zum besseren Verständnis einer möglichen Veränderung des Familienlebens aufgrund von VoD Netzwerken herausgearbeitet werden.

## **1.2. Forschungsfrage und Forschungsdesign**

Durch das alltägliche Leben und die technologischen Veränderungen, auch innerhalb einer Familie, und basierend auf den theoretischen Verortungen von Blumer's *Menschlichen Verhalten* (1979) und Wulf's *Rituale* (2015), sowie die Kombination der einhergehenden sozialwissenschaftlichen Disziplinen Publizistik und Soziologie ist folgende Forschungsfrage im Rahmen dieser Arbeit zu untersuchen:

### **„Wie verändert sich das familiäre Verhalten durch die Verfügbarkeit von Video on Demand in österreichischen Haushalten?“**

- > Wie adaptieren Familien ihre gemeinsame Zeit und Erziehungsgewohnheiten angesichts der Verfügbarkeit neuer Technologien wie VoD an und welche Herausforderungen stellen sich im Umgang mit VoD?

Da der Themenkomplex limitierte Literaturbasis, allerdings auch fortwährende Relevanz im Forschungsgebiet der Soziologie aufweist die regelmäßig zu Diskussionen veranlasst, zeigt sich die Methode einer Fokusgruppendifkussion als passend. In diesem Rahmen können gezielt Gespräche zwischen ausgewählten Personen stattfinden und es wird ein Umfeld der thematischen Auseinandersetzung mit Unterstützung eines/einer Moderator:in herbeigeführt (vgl. Hennink 2007; Schulz 2012). Nach Blumer (1979; 2013) ist es in der qualitativen Forschung wichtig, dass die Methode „... fundierte Möglichkeiten bietet, ein klares Bild vom Geschehen in dem betreffenden Bereich sozialen Lebens zu bekommen“ (Blumer 1979: 55). Er sieht die qualitative Forschung als flexibel und vorteilhaft in Bezug zu Fokusgruppen (vgl. Blumer 1979: 55ff).

Eine Fokusgruppe bringt mehrere Personen mit verschiedensten Hintergründen und zwischenmenschlichen Erfahrungen, sowie Meinungen zusammen. Diese Methode soll keine Debatte darstellen, allerdings den Fokus auf die verschiedenen Ansichten der Teilnehmer:innen legen. Nach den Autoren Zwick und Schröter (2012) gelten Fokusgruppen als korrektiv und als universeller, sowohl als auch ein schneller Zugang zu einer bestimmten Menschengruppe. Zumeist wird diese Methode bei neuen Themen oder solchen verwendet, bei denen es noch wenig Literatur gibt. Sie dient zur Theorienbildung und gehört somit zu den qualitativen Methoden. Durch die Evaluierung kann erschlossen werden wie gut etwas ankommt, beziehungsweise welche Meinungen in bestimmten Personensparten existieren. Zur Umsetzung lässt sich sagen, dass sich eine Gruppengröße von rund vier bis acht Personen als ideal erweist. Wenn diese Zahl zu groß gewählt wird, kann es dazu führen, dass der/die Moderator:in den Überblick verliert. Nennt man eine zu kleine Fokusgruppe, kann diese jedoch Limitationen aufweisen. Wichtig sind ebenso ein neutrales Setting und ein leitfadengestützter, mehr oder minder kontrollierter Ablauf (vgl. ebd. 2007; Zwick & Schröter 2012 In: Schulz 2012: 25ff).

Um die bestmöglichen Kandidat:innen zu erzielen, wurden zwei Gruppen zu je fünf bis sechs Personen durchgeführt, die früher zuhause in einem familiären Umfeld lebten (Jugend) als Video on Demand noch nicht aktuell war, und gleichzeitig jetzt in einem Familienverbund zusammenleben (als Elternteile), bei dem ToD/VoD eine Rolle spielen. Die zu untersuchende Gruppe ergibt sich aus den Daten der Statistik Austria bezüglich des durchschnittlichen Alters bei der Geburt des ersten Kindes (siehe Punkt 4. **Methodik**).

Die Dimension der Zeit fokussiert sich hierbei auf eine Querschnittsstudie, da für jede Gruppe eine einmalig geplante Fokusgruppe durchgeführt wird. Es werden retrospektive

Daten behandelt, da die leitfadengesteuerte Fokusgruppenmoderation auch Fragen zu vergangenen Ereignissen beinhaltet. Vorgesehen ist ein Leitfaden, der in vier Sparten unterteilt wird. Der erste Teil beinhaltet nach einer kurzen Einführung das frühere Konsumverhalten in Zeiten des TVs (90er Jahre bis 2010). Danach wird das Gespräch auf das TV-Verhalten in der heutigen Zeit gelenkt (2010er Jahre bis 2023). Später wird der Punkt der Familie, familiäre Rituale und der Bezug zu TV und Video On Demand, am Beispiel von Netflix, in den Vordergrund gerückt. Der Fokus liegt hierbei auf Familien in Österreich, kann aber mit einer hohen Wahrscheinlichkeit auf andere Länder, besonders in Europa, umgelegt werden. Im Schluss werden noch einfache Statements zur Anregung einer Enddiskussion gestellt. Die Untersuchung befindet sich auf der Mikroebene. Laut Kaufmann (2019) lassen sich Familien auf Basis der eingehenden Wechselwirkungen und das Systemdenken auf der mikrosoziologischen Anschauung ansiedeln (vgl. Kaufmann 2019: 193). Durch die Fokusgruppe(n) werden Primärdaten erhoben mit denen man sich in der Arbeit befasst und mithilfe der Auswertungsmethode nach Mayring qualitativ auseinandersetzt.

### 1.3. Begriffserklärungen

Untenstehend kurze Begriffserklärungen der am häufigsten verwendeten Begriffe. Diese Begriffe werden in der Literatur häufig überlappend verwendet. Diese Tabelle definiert die in dieser Arbeit zu verwendende Bedeutung.

Begriff	Zu verwendende Definition	Autor:innen	Beispiele
<b>Lineares (kuratiertes) TV</b>	„In a traditional broadcast TV system, many stations broadcast their programs simultaneously and the user selects a specific channel to view. As a result, a user is constrained to a chronology of parallel and competing programming.“	Little & Venkatesh 1994: 3	ORF1, ORF2, ProSieben, ZDF, ...
<b>Video on Demand (VoD)</b>	“Video-on-Demand (VoD) ist ein interaktiver Dienst, mit dem audiovisuelle Medieninhalte zu jeder	Kaumanns & Siegenheim 2016: 622	Netflix, ORF TVthek, YouTube, TikTok,...



	beliebigen Zeit individuell abrufbar sind.“		
<b>Television on Demand (ToD)</b>	“TV-Inhalte, die zu jeder beliebigen Zeit online abgerufen werden können und nicht zeitgleich zum gezeigten TV Programm stattfinden.”	Bewegtbildstudie 2023: 29	ORF TVthek, TV-Boxen wie beispielsweise A1 Mediabox, Sky, ...
<b>Mediatheken</b>	„Internetportal, über das audiovisuelle Medien bereitgestellt werden: a) Audio- oder Videoportal eines Rundfunk- oder Fernsehsenders, über das bestimmte Sendungen (nachträglich) heruntergeladen, angehört oder betrachtet werden können b) Audio- und Videoportal eines Medienunternehmens, über das Musikstücke, Filme o. Ä. (meist gegen Bezahlung) heruntergeladen oder per Livestream auf dem Endgerät des Benutzers abgespielt werden können.“	dwds.de/wb/Mediathek	ORF TVthek, Sat.1 (Joyn), Prosieben (Joyn), Sky, ARD, ZDF, ServusTV on, ...
<b>Subscription Video on Demand (SVoD)</b>	“...is a type of service that allows users to access an entire library of videos with the convenience and flexibility of watching from their computer, tablet, or smartphone. This option might be preferable to some users as it allows unlimited viewing as long as their subscription remains active. Netflix and Amazon Prime Video are two examples ...”	Mulla 2020: 5	Netflix, Amazon Prime Video, Disney+, Spotify, Deezer, ...

Tabelle 1: Begriffserklärungen: Lineares (kuratiertes) TV, Video on Demand (VoD), Television on Demand (ToD), Mediatheken und Subscription Video on Demand (SVoD) mit Beispielen

## 2. Studien zum Forschungsstand

Das folgende Kapitel soll einen Überblick über den Forschungsstand und die Begriffe, deren Definitionen und Verwendung in folgender Arbeit bieten. In diesem Abschnitt werden TV und Video on Demand zuerst im Hinblick auf deren Verortung in den Sozialwissenschaften anhand von Studien im österreichischen- und europäischen, sowie amerikanischen Aspekt beschrieben. Anschließend wird der Begriff Video on Demand genauer erklärt und in Zahlen und Daten gefasst, bevor ein geschichtlicher Hintergrund hinzukommt. Gefolgt von genaueren Begriffsbeschreibungen und -unterscheidungen bezüglich (Subscription) Video on Demand und Television on Demand, sowie Streamingdienste und Mediatheken. Es wird erklärt um was es sich bei dem Begriff Video on Demand, kurz VoD, handelt und inwiefern dieser in den letzten Jahrzehnten, auch durch die wachsende Technologie, alltäglicher geworden ist. Zuletzt folgen Begriffsdefinitionen, welche in folgender Arbeit verwendet werden und ein genauerer Überblick der Materie in Österreich.

### 2.1. Überblick über TV und Video on Demand in den Sozialwissenschaften

Anfangen bei Artikeln, wie dem von Pink (2001) in dem die Autorin schreibt, dass Forschungen mithilfe von Videoanalysen und digitalen Methoden in der Soziologie immer mehr Anklang finden, bis hin zu qualitativer Forschung. Untersuchungen mithilfe oder gerade durch die Unterstützung von Videos sind nicht mehr wegzudenken (vgl. Pink 2001: 586). Videos als Untersuchungsgegenstände sind seit den frühen 2000er Jahren im Fokus. Eine Beispielstudie heißt *Can TV shows promote acceptance of sexual and ethnic minorities? A literature review of television effects on diversity attitudes* von Żerebecki et al. (2021). Sie heben in genannter Studie hervor, dass das Thema TV und dessen Auswirkungen auf die Gesellschaft Nichts neues in der Welt der Sozialwissenschaften ist (vgl. Żerebecki 2021). Auch Studien zu Videospielen sind im 21. Jahrhundert ein vielerforschtes soziologisches Gebiet. Ein Beispiel hierfür ist die Studie von Ferguson (2015) *Clinicians' attitudes toward video games vary as a function of age, gender and negative beliefs about youth: A sociology of media research approach* über die allgemeine Einstellung Videospielen gegenüber nach Alter, Geschlecht und Einstellung (vgl. Ferguson 2015). Schon seit dem Aufkommen von Video on Demand-Systemen werden sie in den Sozialwissenschaften zu Untersuchungsgegenständen gemacht. Studien zu den verschiedenen Arten der Streamingdienste oder den Verhaltensweisen wie *binge watching*

(exzessives VoD Streaming) werden in der heutigen Zeit oftmals ins Auge gefasst. Autoren wie Jenner (2017) oder Kulak (2020) beschreiben in ihrer Studie wie solch neuere Phänomene die Gesellschaft beeinflussen. Auch Studien wie die von Hesmondhalgh und Lotz aus dem Jahre 2020 mit dem Titel *Video Screen Interfaces as New Sites of Media Circulation Power* beschäftigen sich unter anderem mit Video on Demand-Themen wie Netflix oder Amazon Prime Video und deren online Startseiten und Rezeption der Internetseitenbesucher:innen (vgl. Hesmondhalgh & Lotz 2020: 386ff).

## **2.2. Video on Demand**

Das Medium TV, besonders im Fokus der Familie, ist kein neues Untersuchungsfeld, das zeigte schon eine Studie zum Familienleben mit Fernsehen in Amerika aus dem Jahre 1989 (vgl. Fabes et. al 1989). Die bisherige Forschung beschäftigt sich allerdings hauptsächlich mit dem Fernsehverhalten der Menschen im Allgemeinen. Die Revolution des TVs und der Handhabung dessen, zeigen die Entwicklung des Mediums, ebenso wie die Geschichte hinter dem Fernsehen selbst (vergleichsweise in Schriften wie Bösch 2011, Frolova 2017, Lotz 2014 und Kaumann et. al 2008 nachzulesen).

Neuere Studien inkludieren auch neuere Technologien, wie die des VoD (Video on Demand) oder ToD (Television on Demand). Taylor (2018) schreibt, dass es unter anderem wichtig sei, dass es eine schnelle Verbindung der Kund:innen mit der Serviceplattform gebe, da die Konsument:innen durch immer schnelleres Internet sehr sensibel auf etwaige Wartezeiten reagieren (vgl. Taylor 2018). Das Werk von MJ Robinson (2017) gibt an, dass ToD einen erheblichen Einfluss auf die Veränderung der Rituale und Verhaltensweisen von Personen in Bezug auf das Fernsehverhalten hat. Daten der Bewegtbildstudie (2023) zeigen, dass in Österreich Personen von 14-29 Jahren die Gruppe darstellt, die am meisten VoD benutzt. An zweiter Stelle kommen Personen im Alter von 30-49 Jahren, weit abgeschlagen gefolgt von Leuten ab 70+ Jahren. Dies zeigt auf, dass es sich bei den beiden Hauptzielgruppen um Personen im familienfähigen Alter handelt. Männer und Frauen halten einander laut der österreichischen Studie die Waage (vgl. Bewegtbildstudie 2023: 30; 7). Robinson (2017) beschäftigt sich wie auch Tryon (2013) oder Pradsmadji und Irwansyah (2020) mit vielen Themen rund um die neue Art der on Demand – Möglichkeiten (vgl. Robinson 2017; Pradsmadji & Irwansyah 2020; Tyron 2013;). Die Autoren McKenzie et al. (2019) beschreiben in ihrer Studie zudem das Fernsehverhalten in Hinblick auf Video on Demand

im Vergleich von herkömmlichen Arten des TVs und zeigen auch Alternativen auf, sowie deren Impact. Tyron (2015) erforscht ebenso die Unterschiede eines herkömmlichen TV Channels (HBO) mit einem Streamingdienst (Netflix), der seit 2014 auch in Österreich verfügbar ist (vgl. Der Standard 2014; Die Presse 2014). Er untersucht im Rahmen der Kampagne *TV Got Better* die neuen Möglichkeiten der beispielsweise Individualisierung und der Vielfalt des Dienstes oder der technischen Vorteile von ToD im Vergleich zum altbekannten Kabelfernsehen (vgl. McKenzie et al. 2019; Tyron 2015). Auch Autor:innen, wie McKenzie et al. (2019) oder Pradsmadji und Irwansyah (2020) sind der Meinung, dass Video on Demand in der heutigen Zeit stetig an Beliebtheit zunimmt. Ebenso zeigen die Autor:innen Derr et al. (2021) mit ihrer Marktanalyse zu dem Streamingdienst Netflix, dass durch das Abspielen der Inhalte online, der Speicherplatz der User:innen geschont wird. SVoD (Subscription Video on Demand, d.h. Video on Demand-Netzwerke, bei denen eine Registrierung notwendig ist) nutzen Algorithmen, um persönlich zugeschnittene Empfehlungen an deren Nutzer:innen weiterzuleiten und halten damit einen der größten Marktanteile weltweit im Bereich VoD inne (vgl. Derr et al. 2021: 13ff).

Über Europa verteilt sind die Plattformen Netflix, Amazon Prime Video und AppleTV+ am beliebtesten. Nicht jedes Land hat alle Services zur Verfügung, jedoch lässt sich nach der Studie von Grece (2021) *Trends in the VOD market in EU28* durch das European Audiovisual Observatory aufzeigen, dass die globalen Großmedien Europa dominieren. Dennoch sieht man durch die Studie, dass die nordischen Länder sowie die UK und die Niederlande eigene nationale große VoDs haben. Die Studie zeigt auch auf, dass „SVOD is not a market with a ‚winner-takes-all‘ outcome – several players will coexist and compete but only a few will dominate“ (Grece 2021: 18). Wie auch in der untenstehenden Grafik zu sehen ist, sind die allgemeinbekannten VoDs deutlich mit mehr Abonnent:innen bezeichnet als kleinere Dienste. Das wiederum verdeutlicht die Annahme, nach Grece (2021), dass eine Koexistenz existiert, allerdings von ein paar wenigen angeführt wird, auch in Europa (vgl. Grece 2021).

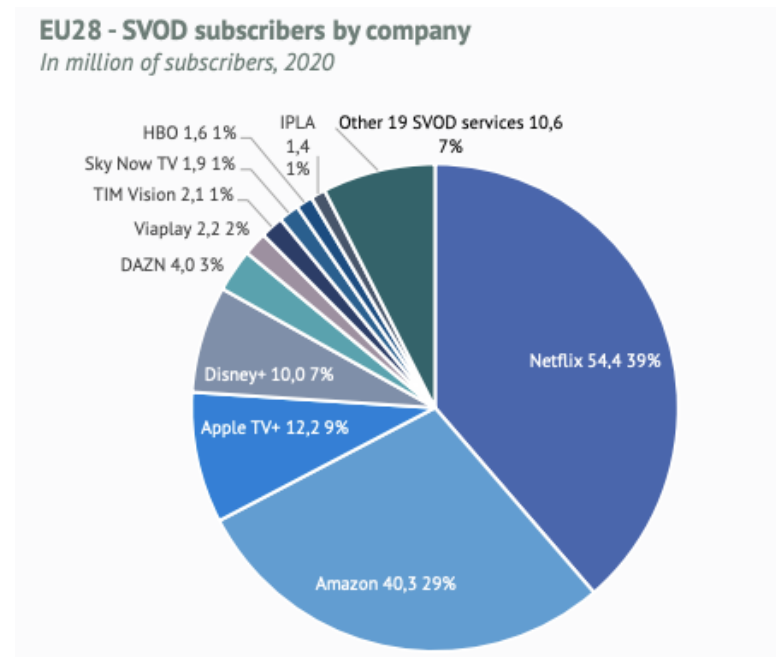


Abbildung 1: Trends in the VOD market in EU28 European Audiovisual Observatory (Grece 2021: 18)

In obenstehender Abbildung ist ersichtlich, dass laut der Studie *Trends in the VOD market in EU28* von Grece (2021) im Jahr 2020 die beliebtesten Video on Demand-Kanäle Netflix mit 39 %, gefolgt von Amazon Prime Video mit 29 % und Apple TV+ mit 9 % sowie Disney+ mit 7 % waren. Ebenso sehen Autoren wie Lobato (2019), dass besonders die Anbieter Netflix und Amazon Prime Video auch in der Literatur häufig als Untersuchungsgegenstand herangezogen werden.

Autoren wie Mikos (2016) berichten beispielsweise in deren Studien wie das lineare TV vom erstrangigen zu einem zweitrangigen Medium wird und die Zukunft des TV in der Schwebe liegt. Er untersucht Video on Demand-Plattformen wie Netflix oder Amazon Prime Video, allerdings in Deutschland. Ebenso beschäftigt er sich mit deren Rituale, Motivationen und der Bedeutung von VoD im alltäglichen Leben. Mikos (2016) hat hierbei herausgefunden, dass VoDs nicht nur stets wichtiger werden, sondern auch, dass die Verhaltensweise der Gesellschaft verändert wurde. Er schreibt, „Although conventional television is still dominant, more and more viewers use mobile devices to watch films and television series asynchronously and autonomously“ (Mikos 2016: 159). In der Studie wird ebenso angemerkt, dass VoD-Konsum selten als soziales Event herangezogen wird und die Freiheit zu sehen was und wann man will eine sehr große positive Rolle spielt. Er schreibt somit in der ersten Studie wie die Motivation der Nutzer:innen bezogen auf Video on

Demand und die Rituale sich rund um das Medium gestalten. In der zweiten Studie fokussiert er sich auf das Phänomen „binge watching“ (Mikos 2016:154) und dem Konsum von Dramaserien (vgl. Mikos 2016: 154; 159).

### **2.2.1. Geschichtlicher Hintergrund vom TV bis zu VoD**

Sobald neuere Technologien existieren, gehören sie zu aktuellen Untersuchungsfeldern der Soziologie. Angefangen bei den Massenmedienuntersuchungen von Soziologen wie Max Horkheimer oder Theodor W. Adorno, im Zuge der Frankfurter Schule, mit der Frage nach den Auswirkungen von Massenmedien auf die Gesellschaft (vgl. Letak 2022: 583ff). Bereits im Jahre 1994 beschäftigten sich die Autoren Little und Venkatesh mit dem Thema Multimedia und der Frage nach der Kontrolle über die Inhalte, Zeit und Art der Konsumation mit Fokus auf interaktiven Plattformen, wie VoDs (vgl. Little & Venkatesh 1994: 1ff).

Robinson (2017) beschreibt die Lebensgeschichte vieler Nutzer:innen des täglichen Fernsehgeschäftes. Es wird von den Anfängen berichtet, bei welchen sich der Prozess des Fernsehens darauf bezieht, sich vor einen TV zu setzen und mit einer Fernbedienung einzuschalten. Dementsprechend mit mehr oder minder Glück eine Show zu finden, die gefällt. „Der Zuschauer ist bei dieser Form des Fernsehens dem Programmzwang der TV-Macher unterworfen. Lediglich das Zappen bzw. das Wechseln der Programme sowie das Aufrufen des Videotexts ermöglicht dem Zuschauer das Ausüben geringer Interaktionen.“ (Klosa 2016: 19f). Danach wird davon gesprochen, dass die Art beziehungsweise die Zeiteinteilung mithilfe eines TV-Guides vereinfacht wurde. Etwas später gab es diesen Guide nicht nur in Form eines Magazins sondern auch als eigenen TV Guide Kanal und zeigte somit dementsprechend auch mehr mögliche Kanäle an als sein Papiervorgänger. Dies half laut Robinson (2017) einen Überblick zu bekommen, jedoch ließ es die Tatsache offen Neues zu entdecken. Laut dem Werk aus 2017, zeigt sich, dass es in der heutigen Zeit mehr Aufwand benötigt, sowohl mental als auch physisch (vgl. Robinson 2017: 1ff).

„Just watching ‚what is on‘ to have some company requires choices to be made ...“ (Robinson 2017: 2). Auch die Möglichkeiten mithilfe von mehreren portablen Geräten hat die Tatsache des einfachen Fernsehens verändert beziehungsweise erweitert. Mit wachsender Wichtigkeit von VoD oder ToD, tritt gleichzeitig lineares Fernsehen in den Hintergrund. Nicht nur finanziell für Investoren und Firmen, sondern auch für die

Konsumenten wird die Welt des alltäglichen Fernsehens, besonders bei jungen Personen, stets unbeliebter (vgl. Fudurić et al. 2020).

Die Plattform Netflix beispielsweise begann als online-basierter DVD-Verleih. Mit dem zunehmenden Interesse von DVD-Sets, überlegte man sich Netflix mit ganzen Staffeln und nicht mehr nur mit Filmen auszustatten. In den USA startete die Plattform im Jahre 2007 mit einem ersten Streaming-Versuch durch. Hinzu kam der Vorteil der Technologie, der dem Publikum die Möglichkeit bot, ohne Werbeunterbrechungen zu streamen. Das macht VoD, genauer Subscription Video on Demand (SVoD), attraktiver als lineares Fernsehen oder kostenlose, non-subscription on Demand Plattformen wie YouTube oder Streamingdienste diverser TV-Kanälen (vgl. Jenner 2017: 10f). Matrix (2014) beschreibt die Popularität von VoDs wie folgt, „... the rising importance of social TV viewing practices and new expectations about the availability of commercial-free, high-quality, and original television content” (Matrix 2014: 120). Die Autorin zeigt auf, wie sich besonders Netflix entwickelt und in amerikanischen Haushalten etabliert hat. Was in früheren Jahren, nach Matrix 2007 beispielsweise über den amerikanischen Sender Nickelodeon lief, gibt es nun online. Laut der Autorin Matrix (2014) erleben Inhalte wie iCarly, Drake & Josh und Ähnliche eine zweite Glanzzeit im Onlinebereich und steuern so dazu bei, dass Onlineplattformen auch als Zusatz zum linearen TV und nicht ausschließlich als Ersatz gesehen werden können (vgl. Matrix 2014: 121f).

Die heutige Zeit sind VoDs, wie Netflix, Amazon Prime Video, Disney+ oder HBO eine der einflussreichsten Streamingplattformen, wenn es um das Fernsehen in der neuen Ära geht. Die Art der Veränderung ist im 21. Jahrhundert groß (vgl. Robinson 2017; Matrix 2014). Was allerdings nicht klar ist, wie genau diese Entwicklung sich auf andere Bereiche auswirkt/auswirken wird. Wie Robinson (2017) schon schreibt, wird Television immer größer, der Zusammenhang mit on Demand unausweichlich und stets spezifischer (vgl. Robinson 2017: 3ff). Schriften wie die von Elihu Katz (2009) zeigen in ihrem Titel bereits die Fragen auf, die es im Bereich des TV vs. VoD zu klären gibt. Sein Beitrag gliedert sich mit dem Titel *The End of Television?*, ebenso wie der von Amanda Lotz (2014) mit dem Namen *The Television Will Be Revolutionized* neben Werken wie *Netflix, Amazon, and branded television content in subscription video on-demand portals* von Wayne (2018) oder Robinson (2017) mit dem Buch zu *Television on demand: Curatorial culture and the*

*transformation of TV* in die heutige Forschung ein (vgl. Katz 2009; Lotz 2014; Robinson 2017; Wayne 2018).

### 2.2.2. (Subscription) Video on Demand und Television on Demand

Autor:innen, wie Jenner (2017) beschreiben sowohl VoD, als auch ToD als eine gefährliche Art des Fernsehens. Angefangen mit dem Aufkommen von DVD-Sets bis hin zur Gänze online verfügbaren Staffeln einer Serie oder einem Überschuss an Filmen, sind sie der Meinung, dass eine Gefahr des „binge-watching“ (Jenner 2017: 306) ausgeht. Sie schreibt, dass „... the term binge connotes self-harming behaviour ...“ (ebd. 2017: 307) oder etwas, wofür man sich schämt. Kanäle wie ToD, aber besonders VoD, vergrößern die Chance oben erklärtes binge-Verhalten umzusetzen (vgl. ebd. 2017: 306f).

Subscription Video on Demand, kurz SVoD, stellt durch die Registrierung und auch oftmals durch die Tatsache, dass für eine Mitgliedschaft gezahlt werden muss, eine kleine Barriere da. Untersuchungen, wie *Netflix, Amazon, and branded television content in subscription video on-demand portals* aus dem Jahre 2018 zeigt, dass sich zuallererst Kabel-beziehungsweise Satellitenfernsehen als Medium verändert haben, indem sie immer stärker Subskriptionen verlangten. Weiters zeigt die Studie, dass es einen großen Schwung hin zum internetbasierten Medium gibt. Das inkludiert sowohl das normale Fernsehen, beispielsweise Television on Demand, als auch Video on Demand und Werbungen (vgl. Wayne 2018: 726).

Besonders Portale, wie Netflix und Amazon sind in der heutigen Zeit die größten Favoriten, wenn es um Streamingdienste geht. Besonders anzumerken ist, dass „... instead of ‘killing’ traditional television, Netflix and Amazon’s marketing practices and programming decisions represent two different approaches to traditional television network brand identities in the US domestic SVOD market“ (Wayne 2018: 726). Eine Wahl zu haben und das zu jederzeit und an jedem Ort, ist das Geheimnis von Video on Demand-Anbietern. Die Kunden:innen haben eine Wahl. Das führt auch dazu, dass Privatpersonen offener sind eine neue Art, beziehungsweise Plattform zu erkunden, um deren Bedarf optimal zu decken (vgl. Cha 2013).

Auf der anderen Seite zeigt sich ebenso, dass VoD und unter anderem auch ToD Plattformen, einen großen Nachteil haben. Die Masse an verfügbarem Content kann nicht nur positive



Auswirkungen haben. Studien, wie die von Xiao and Benbasat (2007) haben gezeigt, dass Kunden:innen sich bei den Angeboten von VoD überfordert fühlen.

Wie auch VoD, werden ToD als Bibliotheken im digitalen Rahmen beschrieben. Sowohl SVoD, als auch Mediatheken, arbeiten mit Bewegtbildinhalten die zu jederzeit und zudem meist auch auf mehreren Endnutzergeräten gleichzeitig verfügbar sind. Der Unterschied bezieht sich hierbei auf die Tatsache, dass Inhalte aus dem linearen TV zu Video on Demand-Inhalten auf Onlineplattformen werden. Die Autorin Ishita Tiwary schreibt im Sammelband unter Lotz und Lobato (2023), der sich auf den Einfluss von besonders Eigenproduktion im Gegensatz zum linearen TV fokussiert, dass Streamingdienste ohne Werbung einen größeren Fokus auf den Autor und komplexere Geschichten setzt, da diese nicht durch Werbungen unterbrochen werden. Der Filmabend wird demnach nicht mehr durch Werbungen unterbrochen und unterscheidet sich in diesem Punkt vom linearen Fernsehen (vgl. Tiwary IN Lotz & Lobato 2023: 71-88; Lotz & Lobato 2023; Wayne 2018; Matrix 2014: 120).

### **2.2.3. OTT Streamingdienste und Mediatheken**

OTT (over-the-top) Streamindienste, wie Netflix und Co. existieren bereits seit Ende der 90er. Ob Amazon Prime Video, Netflix, Apple TV+ oder Disney+, all diese VoDs erleben immer stärkeren Zuwachs. Im österreichweiten Vergleich führen Netflix (41,8%) und Amazon Prime Video (40,3%) in der Anzahl der Nutzer:innen deutlich nach dem Videoportal YouTube (76,2%). Die Streamingplattform Disney+ (20,2%) weist steht an vierter Stelle, gefolgt von Adult Content (13,9%), Sky X/Sky Q (10,7%) und Streamerplattformen wie Twitch (7,3%) Nutzer:innen in den letzten 4 Wochen der Bewegtbildstudie 2023 (vgl. Bewegtbildstudie 2023: 21). Laut dem Autor Jones (2009) wurde bereits in den frühen 2000ern rund 151 Stunden offline TV und lediglich 2,8 Stunden Online TV pro Monat konsumiert (vgl. Jones 2009: 1). Nach 15 Jahren Existenz von Streamingdiensten (SVoD) zeigt sich, dass das herkömmlich lineare TV weiterhin an Konsumenten verliert und dass Bewegtbildnutzung des laufenden TVs im Jahre 2021 von 83,2 % auf 63,8 % im Jahre 2023 gesunken ist und die Nutzung der Bewegtbildnutzung (inkludiert VoD, Videoportale wie YouTube, Social Media Plattformen u.Ä. genaue Definition siehe Bewegtbildstudie 2023: 29) aus dem Jahr 2016 von 7,8 % auf 21,1 % im vergangenen Jahr 2023 gestiegen ist (vgl. Bewegtbildstudie 2023: 38).

Ein Grund des Wechsels von offline zu online TV-Konsum, und vor allem zu Streamingdiensten wie Netflix, Amazon Prime Video und dergleichen, ist laut Mulla (2022) der Trend, wie auch schon bei anderen Applikationen wie Uber oder Airbnb, dass überall, alle Inhalte zur Verfügung gestellt werden und abrufbar sein müssen. Eines der Erfolgsgeheimnisse ist die Tatsache, dass TV nicht mehr unidirektional fungiert, sondern, dass der/die Nutzer:in das persönliche Angebot beeinflusst. Besonders Smart-TVs erleichtern den Zugang zu OTT Streaming-Plattformen und fördern so den Nutzen dieser (vgl. Jones 2009; Mulla 2022). Matrix (2014) schreibt in der Studie zu *The Netflix Effect: Teens, Binge Watching, and On-Demand Digital Media Trends*, dass OTT Dienste einen Einfluss auf das lineare TV, dessen Werbung und das Publikum im Allgemeinen haben. Besonders die jüngere Generation soll durch kulturelle Konversationen online und offline über die populären Inhalte näher zusammenrücken (vgl. Matrix 2014: 120f).

„As of today, technological advancements have made movie or TV watching more convenient through online streaming. There are now many ways to watch movies and television series that it’s challenging for viewers to keep track of. With the rise in popularity of Video on Demand (VoD), those who want a premium viewing experience without paying cable prices may turn their attention towards streaming content from over-the-top applications such as Netflix, Airtel Xstream, Switch TV, Disney + and more. In the last decade, the distinction between Over-the-Top (OTT) and traditional television has blurred” (Mulla 2022: 2)

Wie schon im vorherigen Kapitel **2.2.2. (Subscription) Video on Demand und Television on Demand** erwähnt, ist ein großer Unterschied zwischen dem linearen TV, umgangssprachlich auch *free TV* genannt, die Tatsache, dass es kostenfrei aber mit Werbung versehen ist. Im Gegenteil dazu sind OTTs mit Kosten verbunden, zumeist in Form eines Abonnements. Autorin Tiwary (2023) fokussiert hierbei auf den Unterschied von Filmen und Serien, ebenso wie die Rolle der Autor:innen in diesen. In diesem Kontext zeigt sich, dass OTT stark von finanziellen Mitteln abhängig ist, wobei das lineare TV monetäre Unterstützung in Form von Werbung einnimmt und hier, laut Tiwary, der Inhalt oftmals nicht an erster Stelle steht (vgl. Tiwary 2023: 71ff). In einem Interview zwischen dem Autor Bhat (2021) und Tiwary, sprechen sie darüber, dass OTT eines der anspruchsvollsten Medien für Autor:innen ist. Auf der einen Seite, da die Geschichten auf verschiedensten Endgeräten konsumiert werden können, bei SVoDs Ablenkung eine große Rolle spielt und diese Punkte Einfluss auf den Schreibprozess haben. Er bezeichnet es mit der „*Bingeability*“

(Bhat 2021: 78) einer Produktion. Die Tatsache in der modernen Zeit das Publikum über längere Zeit zu fesseln unter modernen Umständen herausfordernd (vgl. Bhat 2021).

Mediatheken hingegen werden als Onlineangebot an diversen Filmen, Serien und ähnliche TV-Inhalte im digitalen Rahmen bezeichnet. In Österreich wäre ein großes Beispiel die ORFTVthek. „‘Fernsehen, wann und wo Sie wollen‘, das ist das Versprechen, das der Österreichische Rundfunk, kurz ORF, mit der TVthek (...) einlöst. (...) im Normalfall sieben Tage lang als Online-Videos bereitgestellt“ (tvthek.orf.at/page/faq). Diese Art von Streaming wird Television on Demand genannt, da wie in der Kurzbeschreibung der ORFTVthek, Inhalte aus dem klassischen Fernsehen online für meist eine gewisse Zeit und kostenlos, zur Verfügung gestellt werden. Wie in moderneren Mediatheken genannt, ähneln die Plattformen der einer Streamingplattform wie Netflix stark. Nutzer:innen gelangen auf eine Übersicht der Inhalte und können frei wählen, welche Bewegtbildinhalte, wie konsumiert werden sollen. Wie bereits erwähnt, stehen die meisten Mediatheken, besonders die öffentlich-rechtlichen, kostenfrei zur Verfügung, da sich diese durch Rundfunkgebühren finanzieren. Allerdings gibt es diverse Privatsender, welche ihre Inhalte teilweise oder zur Gänze gegen Bezahlung anbieten und diese meist nicht für einzelne Inhalte, sondern als Mitgliedschaft, wie bei SVoDs konsumierbar sind (vgl. Kloser 2016: 27f).

Im Zeitalter der Onlinemedium möchte auch der österreichische Sender ORF mithalten. Mit der ORFTVthek bietet der ORF eine Onlineplattform an (vgl. tvthek.orf.at). In der Studie zur Bildung im digitalen Zeitalter hat Prof. Dr. Rosa Hartmut von der Universität Jena sich mit der Resonanzsphäre der Gesellschaft beschäftigt. Sie ist der Meinung, dass das TV-Format sich in die digitale Welt verschiebt und so eine passive Funktion einnimmt. Die Autorin ist auch der Ansicht, dass Bildschirme eine dämpfende Wirkung aufweisen und die, wie sie es nennt, „Selbstwirksamkeitserfahrung“ (Public Value Studie 2016/17: 31), im Rahmen des Fernsehens so am niedrigsten ist. Sie merkt an, dass das klassische Fernsehen immer noch den Vorteil der aktiven Gemeinschaftlichkeit aufweist. Zu Internetmedien besagt Hartmut das Gegenteil. Sie sollen viel Selbstwirksamkeitserfahrungen und den großen Vorteil der Echtzeitmedien aufweisen. Nachteilig sieht sie die eigene Blase welche bei, besonders singulärer, Nutzung von Onlineinhalten von Algorithmen und Click-Logiken aufkommt (vgl. Public Value Studie 2016/17: 30f).

#### 2.2.4. Weitere Begriffsklärungen

Zusammengefasst lässt sich der Unterschied wie folgt aufteilen (vgl. Mulla 2022: 3):

- **Video on Demand (VoD)** umfasst alle Arten der stetigen Onlineabrufbarkeit von Bewegtbildinhalten.
- **Subscription Video on Demand (SVoD)** spezifiziert sich auf Onlineplattformen, bei denen eine Anmeldung, kostenpflichtig oder kostenfrei, erforderlich ist, um auf die Inhalte Zugriff zu haben. Es gilt als Service, der den Konsument:innen die Möglichkeit bietet eine Bibliothek von Onlineinhalten ort- und zeitunabhängig zu konsumieren, solange deren Abonnement gültig ist.
- **Television on Demand (ToD)** bezieht sich auf die Inhalte von klassischem, linearen TV, welche, ebenfalls mit oder ohne Anmeldung und gegen (k)eine Gebühr in auf der meist dazugehörigen Onlineplattform im Nachhinein zur Verfügung gestellt werden.
- **OTT Streamingdienste** sind Plattformen bei denen ein Gesamterlebnis geboten wird. OTT im Generellen ist in der Literatur nicht eindeutig definiert, da es viele verschiedene Definitionsmöglichkeiten gibt. Die U.S. Federal Communications Commission (FCC) definiert OTT Streaming, als einen Online-Distributor, der Video Programme über das Internet Konsumenten zur Verfügung stellt (vgl. Commission 2015).
- **Mediatheken und Streamingplattformen** umfassen alle oben genannten Arten des Onlinemedienkonsums.

Da in der derzeitigen Literatur die genauen Definitionen nicht trennscharf zu behandeln sind, und in vielen Texten die Begriffe mehrdeutig oder anders zu verstehen sind, werden die obenstehenden Begriffe zur Orientierung herangezogen. Auf Basis der Definitionen im Beitrag *Assessing the factors influencing the adoption of over-the-top streaming platforms: A literature review from 2007 to 2021* von Mulla (2022) werden somit in folgender wissenschaftlicher Arbeit gearbeitet. In folgender Arbeit werden sich Onlinemediatheken auf ToD und Streamingplattformen inklusive SVoD auf VoD beziehen.

#### 2.2.5. Video on Demand in Österreich

VoD und ToD haben in den letzten Jahren stetig Nutzer:innen gewonnen. In Europa hat sich die Zahl des linearen TVs, letztlich auch durch die Coronapandemie, zwischen 2019 und

2020 um 8,1% verringert und Video on Demand-Netzwerke haben um 9,1% zugenommen. Laut den Prognosen von Einflussfaktoren und Trends in Österreich bis 2030 (Abbildung 22 in Lineares Fernsehen 2023 in Österreich 2019) zeigt sich, dass die meisten untersuchten Gegenstände im Rahmen von VoD negative Auswirkungen auf lineares TV hat (vgl. Lineares Fernsehen 2023 in Österreich 2019; Statista 2020). Am Beispiel von Österreich lässt sich dieser Trend nachvollziehen. Laut einem Paper sind VoDs auch hier von 2 Mio. (Stand 2017) auf 2,8 Mio. (Stand 2021) Nutzer:innen gestiegen und sollen nach Prognosen auf rund 3,1 Mio. bis zum Jahre 2026 zulegen. Zudem liegt das Nutzungspotenzial laut einem Medienreport der Universität Salzburg mit dem Titel *Lineares Fernsehen 2023 in Österreich* aus dem Jahr 2019 deutlich höher als noch 2018 (vgl. Lineares Fernsehen 2023 in Österreich 2019). Laut Statistik Austria (2021) haben 95% aller Haushalte einen Internetzugang. (vgl. Statistik Austria 2021). Die Bewegtbildstudien aus dem Jahr 2022 und aus dem Jahr 2023 im Auftrag von RTR Austria und der Arbeitsgemeinschaft Teletest zeigen ebenso auf, dass bei jüngeren Nutzern ab 14 Jahren rund 76,2 % (2022) und 74,1 % (2023) der genutzten Bewegtbildangebote auf den TV fallen. Hier wird lineares und auch nicht lineares TV vermischt Videoportale, wie Netflix, YouTube oder Amazon Video, stellen 31,4 % und DVDs besetzen 6,7 % aller genutzten Angebote von 89,6 % Gesamtnutzung in Österreich. Auch gemäß dem Datensatz der Bewegtbildstudie 2023 geben 16,5 % von 4000 Befragten in Österreich an, 2023 Netflix zu benutzen alle 5-7 Tage der Woche und weitere 9,5 % benutzen Amazon Prime Video (vgl. Bewegtbildstudie 2022: 7; 2023: 30). Auf untenstehender Grafik ist erkenntlich, dass Österreicher:innen im Alter von 14 bis 29 Jahren die meisten On Demand-Inhalte mit 12,3 %, genauso wie Livestream-Inhalte mit 11,5 % nutzen. Laufendes TV sowie Zeitversetztes TV wird am häufigsten von 50+ Jährigen mit einem Tagesprozentsatz von 83,2 % beziehungsweise 11,7 % festgehalten (vgl. Bewegtbildstudie 2023: 30) Bei der Jugend-Internet-Monitor 2023 zeigen sich Geschlechterunterschiede bezogen auf die Social Media Nutzung. Bezogen auf die Nutzung der Österreichischen Jugendlichen (11-17 Jahre) zeigt sich gleichfalls wie bei den Bewegtbildstudien, dass 75 % Netflix nutzen und 38 % täglich. Danach folgen Kanäle wie der Musikstreamingdienst Spotify mit 68 % und 64 % davon täglich und Amazon Prime Video mit 58 % und einem täglichen Nutzen von 19 %. Auf die Geschlechter aufgeteilt zeigt sich Netflix mit 80 % der Mädchen und 70 % aller Jungs, sowie beispielsweise Disney+ mit 41 % Mädchen und 33 % Jungs unterstreicht eines der Ergebnisse der Untersuchung, dass mehr weibliche als männliche Jugendliche Streamingdienste nutzen (vgl. Jugend-Internet-Monitor 2023).

## Tagesreichweiten Bewegtbildnutzung gestern

14+ Jahre (n = 4.000), in %

Altersgruppen



Tagesreichweiten	Laufendes TV	Zeitversetztes TV	Livestream TV	On Demand TV	TV Gesamt	Video Gesamt (Live, On Demand, Download)	DVD	Bewegtbild-nutzung Gesamt
14-29 Jahre	37,0%	10,5%	11,5%	12,3%	52,2%	55,9%	6,7%	85,3%
30-49 Jahre	55,6%	8,2%	7,3%	10,7%	66,7%	40,4%	3,1%	87,4%
50+ Jahre	83,2%	11,7%	3,3%	3,4%	88,5%	14,8%	2,2%	92,8%
14-49 Jahre	48,2%	9,1%	9,0%	11,3%	60,9%	46,5%	4,5%	86,6%
14-59 Jahre	55,2%	9,6%	7,6%	9,4%	66,8%	40,7%	4,1%	87,9%
14+ Jahre	64,9%	10,4%	6,2%	7,5%	74,1%	31,4%	3,4%	89,6%

Basis: Personen 14+ Jahre, n=4.000  
Angaben in %, mindestens eine Viertelstunde Nutzung

© GfK

Abbildung 2: Bewegtbildstudie 2023: Tagesreichweiten Bewegtbildnutzung gestern (S.30)

Allerdings ist auch in Österreich der Konkurrenzkampf zwischen Streamingdiensten und dem linearen Fernsehen angekommen (vgl. Matrix 2014; Mulla 2022). Die größten Plattformen, wie in der Bewegtbildstudie gezeigt, sind Netflix und Amazon Prime Video. Zusätzlich hat sich im Vergleich vom Jahre 2022 auf 2023 die Dauer der Nutzung um ein weiteres Mal erhöht. Das klassische Fernsehen allerdings ging nicht linear zu dem Aufstieg der VoD-Nutzung zurück. Grund dafür ist, laut der Bewegtbildstudie, die demografische Veränderung. Da immer mehr Menschen der österreichischen Bevölkerung die 60er Jahresgrenze überschreiten, bleibt die Nutzung mit rund 300 Minuten stetig. Nicht so beim jüngeren Teil der Gesellschaft. Hier ist ein Rückgang der Nutzung des linearen TVs zu verzeichnen und dieser wird sich bis in das Jahr 2030 in diese Richtung weiterentwickeln, obwohl die Studie auch zeigt, dass Österreich sich im Vergleich zu anderen Ländern nur langsam dem Trend von Video on Demand hingibt (vgl. Bewegtbildstudie 2022; 2023).

## Allgemeine Bewegtbildnutzung

Gruppiert nach Altersgruppen

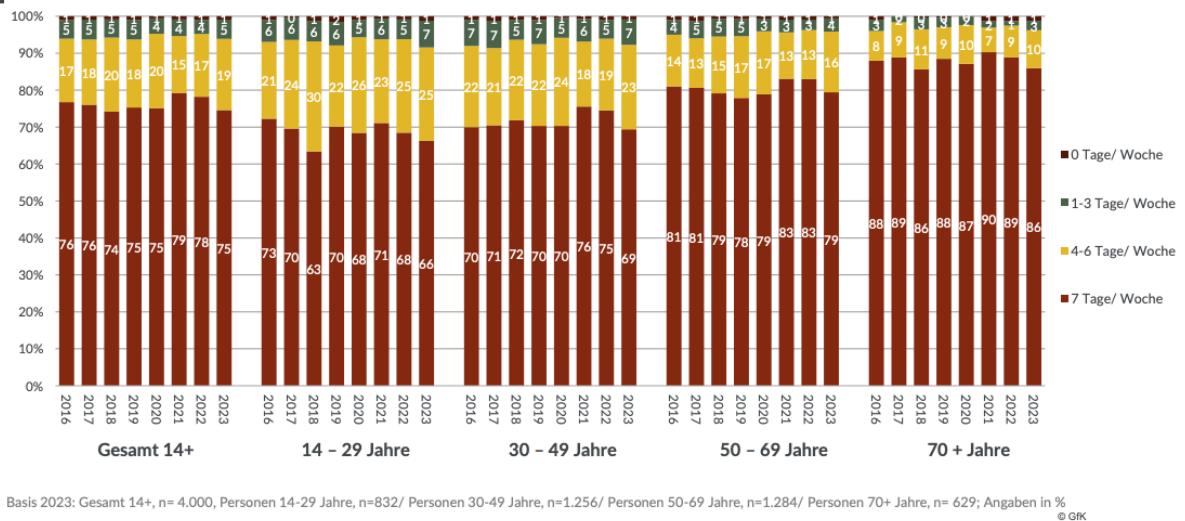


Abbildung 3: Bewegtbildstudie 2023: Allgemeine Bewegtbildnutzung (S.6)

In obenstehender Grafik ist ersichtlich, dass Österreicher:innen im Alter von 70+ Jahren am häufigsten Bewegtbildinhalte über die Jahre 2016 bis 2023 genutzt haben. Im Jahre 2023 haben von 86 % aller 70+ Jährigen 7 Tage die Woche Bewegtbildinhalte genutzt. Gefolgt von 50-69 Jährigen mit 79 %, 69 % aller 30-49 Jährigen und 66 % aller 14-29 Jährigen Österreicher:innen. In der Gesamtübersicht ist erkennbar, dass die Jahre während der Coronapandemie von 2020 bis 2022 einen Höhepunkt in allen Altersklassen in der Bewegtbildnutzung ausweist. Die Jahre davor (2019) und danach (2023) zeigen in der 7-tägigen Nutzung einen geringeren Wert auf (vgl. Bewegtbildstudie 2023: 6). Da österreichische Daten dem weltweiten Aufwärtstrend von VoDs entsprechen, kann von österreichischen Ergebnissen auch auf andere, vor allem europäische Städte, geschlossen werden.

### 2.2.6. Exkurs: TV & Streamingdienste als rituelles Verhalten in Zeiten von COVID19 (2020 – 2022)

Studien, wie die der Autorinnen Padilla-Walker, Coyne und Fraser (2012) untersuchten wie sich die Nutzung der Medien in Familien auf die familiäre Verbundenheit auswirkt. Sie haben herausgefunden, dass die zeitgleichen Beschäftigungen von den 453 untersuchten jungen Erwachsenen und deren Eltern einen negativen Effekt auf die Aufmerksamkeit und schließlich auf die Zusammengehörigkeit hat. Simultanes Fernsehen und Texten am Mobiltelefon. Besonders Soziale Netzwerke haben, laut den Autorinnen, positiven und

negativen Einfluss auf die Familie. Als Vorteil dieser Netzwerke wird, herangezogen dass die Familie über diesen Kontakt pflegt, als Nachteil jedoch, wird auf die mediale Flut und die stetige Gefahr der Ablenkung hingewiesen (vgl. Padilla-Walker, Coyne & Fraser, 2012: 426f).

Während der Coronavirus 2019 (COVID-19) Pandemie in der Zeit vom Frühjahr 2019 bis inklusive Frühjahr 2022, wurde die Nutzung der Medien erhöht. Das wiederum hatte Starke Auswirkungen auf die Gesundheit, das Zusammenleben und vor allem die Familien (vgl. Sultana et al. 2021). Diese negativen Auswirkungen lassen sich auch, laut den Autoren Dixit et al. (2020) in deren frühen COVID-19 Studie mit 548 Personen, von denen über 81% in einem familiären Kontext wohnten, unter dem Deckmantel des „binge-watching“ (Dixit et al. 2020) bestätigen. Während des Lockdowns in Südostasien haben rund 73,7 % der Befragten zugegeben durchschnittlich 3-5 Stunden *binge-watching* zu betreiben (vgl. Dixit et al. 2020). Zum Vergleich, schrieb die Autorin M. Jenner im Jahre 2017, dass *binge-watching* nicht mit 100-prozentiger Aufmerksamkeit verbunden sein muss und auch für ein Nebenher-Aktivität stehen kann (vgl. Jenner 2017: 339).



### 3. Theoretische Verortung

Diese Kapitel fokussiert sich auf die theoretischen Konzepte einer Familie mit besonderem Fokus auf der Kernfamilie, die durch Émile Durkheim geprägt wurde. Weiters werden die theoretischen Ansichten von Herbert Blumer in der Sparte des menschlichen Verhaltens im Konzept des symbolischen Interaktionismus für die Untersuchung herangezogen. Danach wird der Mittelpunkt auf Rituale, besonders in der Familie und bei dem Medium TV zur Erklärung herangezogen. Diese Rituale werden anhand von den Schriften des Soziologen Christoph Wulf erläutert.

#### 3.1. Überblick über Familie in der Familiensoziologie

Das Wort Familie kommt aus dem französischen und ursprünglich vom lateinischen Wort „familia“. Auch der Name „pater familias“, welchen den Vater des Hauses bezeichnet, entwickelte sich mit der Zeit vom Herrn des Hauses zu „Haus“ und schlussendlich auch zu der Bezeichnung „Haushalt“ (vgl. Burkart 2008: 119f). Mit der Zeit veränderten sich die Grundrisse einer Familie und die gesellschaftlichen Zustände. Im 18. Jahrhundert rutschte das Ehepaar mehr in den Fokus, und es galt, „... erstmals in der abendländischen Geschichte eine Einheit von Liebe, Sexualität und Ehe, auch eine Verschmelzung von Geist, Erotik und Leidenschaft“ (Burkart 2008: 121). Ab dem 19. Jahrhundert galten immer häufiger die Grundzüge einer „Hausgemeinschaft zur konjugalen Familie“, „Eine normierte Liebesheirat“, „Aufklärung bei Erziehungsvorstellungen und folglich eine aufgewertete Kindheit und der Emotionalität, Intimität und der Privatsphäre im Haushalt“, „neue Geschlechterverhältnisse“ (Burkhart 2008: 123f).

Die Mitgründer der Familiensoziologie Wilhelm H. Riehl und Émile Durkheim sind der Meinung, dass die Großfamilie bereits Ende der 1880er Jahre hin zu einer kleineren Form entwickelt. Durkheim (1972) spricht hierbei von einer „Kontraktion“, durch die eine „Gattenfamilie“ entsteht. Er ist der Meinung, dass das Elternpaar der *Kern* einer solchen Familie ist, da eventuelle Kinder zeitlich begrenzt zur Kernfamilie gehören. Besonders in der Oberschicht tritt dieses Phänomen, laut Durkheim, auf. Die Unterschicht jedoch seltener (vgl. Durkheim 1972; Funcke & Hildenbrand 2018: 29f).

Familienumstände beschreibt Burkhart auch in der heutigen Zeit ähnlich. Er schreibt wie folgt, „Allerdings kann die Toleranz gegenüber anderen Lebensformen unterschiedlich hoch

sein, und das »Normale« muss nicht unbedingt der empirisch häufigste Fall sein. Gegenwärtig scheint diese Toleranz in unserer Kultur sehr hoch zu sein, daher gibt es kaum noch Sanktionen gegen Lebensformen, die vom Normalmodell abweichen“ (Burkart 2008: 141). Er beschreibt damit, dass die soziologische Familie im 21. Jahrhundert vieles darstellen kann. Die alten Maßstäbe von biologischen Eltern (Mutter und Vater) und mindestens einem, oftmals mehreren, Kindern ist nicht mehr zwangsweise das herkömmliche Familienmodell. Er spricht hierbei auch von der „Kernfamilie“ und in weiterer Folge von einer „erweiterten Kernfamilie“ (vgl. Burkart 2008: 142ff).

### 3.1.1. Kernfamilie nach Émile Durkheim

Als Émile Durkheim begann die Familie zu studieren, waren seine Theorien stark umstritten. Er basierte seine Untersuchungen auf Darwin's *On the Origin of Species* ([1859] 1964) in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts. Durkheim steuerte auf eine wertfreie soziologische Familie (vgl. Lamanna 2002: 39f).

Die Kernfamilie nach Durkheim besteht zum größten Teil aus den PartnerInnen. Seiner Meinung nach, kommen und gehen Kinder, jedoch bleibt der/die Partner:in. „When one spouse dies (or the couple is divorced), that conjugal family is dissolved. For this reason, Durkheim detaches children from parents in presentation of the family system. As minors, they are subordinate to their parents. As adults, they part from parents to create their own conjugal families“ (Lamanna 2002: 85 zitiert nach Durkheim 1888). Émile Durkheim unterteilt die Familie in *Kin*, *Spouses*, *Children* und *The State* (vgl. Durkheim 1972). *Kin* beinhaltet die Beziehung von dem/der Partner:in zu deren direkten und indirekten Verwandten. *Spouses* sind die Partner:innen und deren Beziehung zueinander. *Children* bezieht sich somit auf die Kinder in einer Familie. *The State* beschreibt jeglichen Zusammenhang der Familie mit dem Staat. Das inkludiert beispielsweise Interventionen, welche sich auf Familie, Ehe, Kinder und Ähnliche beziehen (vgl. Durkheim 1972; Lamanna 2002: 84f).

Durkheims Ansichten nach gilt die „The conjugal family“ (Durkheim 1921: 20) als die perfekte Familie. Die wichtigsten Beziehungen in diesem, Bereich sind die der Eheleute, der Eltern mit ihren Kindern und den Kindern untereinander. Parsons wiederum referiert zu dieser inneren Familie als „isolated nuclear family“ (Parsons 1965). Die Beziehung zwischen den Eltern und deren Kindern fokussiert sich im unreifen Altern, laut Durkheim bis zum 21. Lebensjahr, auf den Vater als Guide (vgl. Durkheim 1921; Lamanna 2002).

Durkheim unterteilt die Familie in vier Teile. Die **Hierarchie** (*Hierarchy*) zeigt auf, dass die Kinder die Eltern, insbesondere den Vater, nicht mehr als Orientierungsform ansehen, sobald sie alt genug geworden sind. Da Kinder Individualität und Autonomie im Laufe ihrer Lebenszeit dazugewinnen, wenden diese sich zunehmend von den Eltern ab. In Zeiten von Durkheim verwaltete noch der Ehemann und nicht die Ehefrau das gemeinschaftliche Vermögen. Die **Abgrenzung** (*Boundries*) wird von Durkheim so beschreiben, dass im Mittelpunkt die Eltern, beziehungsweise das Ehepaar, steht. Je mehr Ringe um das Zentrum gezogen werden, desto weiter verwandt sind die Teilhabenden. Dazu kommt auch noch die Abstammung. In der modernen Zeit ist die Abstammung der väterlichen – und mütterlichen Seite gleich wichtig. Die **Gleichheit** (*Equifinality*) besagt, dass laut Durkheim ein Ziel über mehrere Wege erreichbar ist. Obwohl in der allgemeinen Soziologie Gleichheit kein durchsetzungsvermögendes Thema war, fokussierte sich Durkheim dennoch auf kulturelle -, als auch soziale Variationen. Er war der Meinung, dass mehrere Familientypen, das gleiche Ziel auf andere Arten erreichen können. Das **Gleichgewicht** (*Equilibrium*) ist eines der wichtigsten Ansichten Durkheims bei dem Thema Familie. Da es zwischen den vier Unterteilungen *Kin*, *Spouses*, *Children* und *The State* ein Gleichgewicht geben sollte, legte er viel Wert auf diesen Punkt, da eine Veränderung bei einem dieser Punkte, eine Änderung bei den anderen Unterteilungen hervorruft (vgl. Lamana 2002: 107f).

„In Durkheim’s work, the system moves in one direction only. It follows the assumed course of history toward emancipation of the nuclear family from kin and of the individual members of the family (children) from the nuclear family unit” (Lamana 2002: 108).

### 3.2. Menschliches Verhalten nach Herbert Blumer

Herbert Blumers menschliches Verhalten ordnet sich in der Sozialwissenschaft dem symbolischen Interaktionismus zu. Er gilt als Mitbegründer und Namensgeber der theoretischen Strömung des symbolischen Interaktionismus. Blumer arbeitete mit dem Grundgedanken von Georg Herbert Mead, seinem damaligen Lehrer, weiter und vertiefte den Gedanken, dass alles Gesellschaftliche von Individuen ableitet und Menschen in bestimmten Weisen interagieren. Er gliedert sich somit in der Sparte, erforschen zu wollen wie Menschen in bestimmter Weise interagieren und erforscht somit das Handeln der einzelnen Menschen.

Der Methodologische Standpunkt gliedert sich in Makro-, Meso- und Mikroebene ein. In der Makroebene dreht sich der Fokus um die gesellschaftliche Struktur, die Mesoebene konzentriert sich auf die Verflechtungszusammenhänge, sowie Wechselwirkungen und Teilsysteme. Die Mikroebene fokussiert sich auf das Handeln, Entscheiden und die Beziehungen von Akteuren und ist somit am passendsten für folgende Arbeit. Blumers Ansatz gliedert sich dementsprechend auch in der Mikroebene und im individuellen Handeln, um Soziales in einer Gesellschaft zu erklären (vgl. Blumer 2013).

„... dass menschliche Gruppen aus handelnden Personen besteht. Dieses Handeln besteht aus den zahlreichen Aktivitäten, die die Individuen in ihrem Leben ausüben, wenn sie sich mit der Abfolge der Situationen, die ihnen entgegentreten, auseinandersetzen. Sie können allein handeln, sie können gemeinsam handeln, und sie können zugunsten oder als Repräsentanten irgendeiner Organisation oder Gruppe anderer Individuen handeln“ (Blumer 2013: 69).

Herbert Blumers Ansatz gliedert sich in drei Prämissen und sechs Kernvorstellungen (vgl. Blumer 2013: 64ff):

Die **erste Prämisse** besagt, dass Menschen gegenüber Dingen und Objekten auf Grund der Bedeutung, die diese für sie besitzen handeln. Diese Prämisse teilt sich weiter in physikalische, soziale und abstrakte Objekte. Physikalische Objekte können Gegenstände darstellen. Soziale Objekte sind Menschen wie Schüler, Väter oder Freunde und abstrakte Objekte beziehen sich auf Moraltheorien, Werte, Gerechtigkeit oder Gedanken, eben etwas weniger Greifbares aber worauf man sich beziehen kann (vgl. ebd 2013: 64f).

Die **zweite Prämisse** bezieht sich auf *Meaning* (engl.: Bedeutung/Sinn). Sie leitet sich von sozialer Interaktion mit Mitmenschen ab und stellt Verknüpfung mit Objekten aus sozialen Interaktionen dar. Laut Blumer (2013) braucht menschliches Zusammenleben Interaktion mit anderen Individuen und ist wesentlich für das Funktionieren von Gesellschaft. Nach Blumer macht die Abstimmung der Reaktion auf das eigene Handeln die Gesellschaft erst möglich. Es gliedert sich hier in weitere zwei Sparten. Die symbolische Interaktion besagt, dass Handlung interpretiert wird, bevor die eigene Aktion auftritt. Die Nichtsymbolische Interaktion besagt, dass es Zusammenspiel auch ohne Interpretation gibt. Hierunter fallen beispielsweise Reize und Reaktionen darauf. Blumer (2013) weist darauf hin, dass die Bedeutung von Objekten durch andere und deren soziale Interaktionen der Gesellschaft beigebracht werden und, dass demnach die Bedeutung der Objekte nicht für alle gleich ist.

Verschiedene Kulturen und auch verschiedene Einzelpersonen leben in „*unterschiedlichen Welten*“, so Blumer, und aus diesem Grunde verstehen sie Objekte um sie herum auch anders und geben ihnen andere Bedeutungen (vgl. ebd 2013: 66f).

Die **dritte Prämisse** behandelt die Bedeutung in einem interpretativen Prozess. Das heißt, die Bedeutung richtet sich je nachdem wie eine Person sich mit Objekten im interpretativen Prozess auseinandersetzt, müssen besagte Dinge benutzt, gehandhabt und gegebenenfalls abgeändert werden. Individuen beziehen sich in diesem Feld nicht nur auf Objekte, sondern auch auf sich, auf das, nach Georg Herbert Mead (1934) beschriebene, *Self* um menschliches Handeln zu erklären (vgl. ebd. 2013: 67ff; Mead 1934: 135ff).

Das *Self* wird im Kontext vom sozialen Interaktionismus unter den Gründerprämissen von Georg Herbert Mead als, „ ... the beginning of the act of one is a stimulus to the other to respond in a certain way, while the beginning of this response becomes again a stimulus to the first to adjust his action to the oncoming response“ (Mead 1934: 144f). Anders als Blumer (2013) ist Mead (1934) der Meinung in seiner *Theory of the Social Self*, dass Menschen rein reagierende Wesen sind. Für ihn fallen andere Stimuli, Triebe, Rollen, Bedürfnispositionen oder soziale Normen zur Erklärung des Handelns ein. Mead ist der Meinung, dass das *Self* eben nicht seit der Geburt vorgegeben ist, sondern sich über die Zeit und Interaktionen hinweg entwickelt. Er spaltet die Entstehung des *Self* durch sprachliche - (*Language*), spielerische Entwicklung (*Games / Play*) und Erfahrungen. Durch sprachliche Interaktion, welche für Mead als einer der wichtigsten Aspekte gilt, hat einen Symbolcharakter mit Interpretationsspielraum, woher auch der Name der Theorierichtung des symbolischen Interaktionismus entspringt (vgl. Mead 1934).

Blumer wiederum sieht, als Schüler Mead's, das menschliche Handeln nicht als rein Reagierendes. Er bestimmt im interpretativen Prozess Menschen als unter anderem reagieren, und weist daraufhin, dass auch eben auch die Interpretation wichtig ist, nicht beispielsweise die Triebe, wie nach Mead (1934). Blumer (2013) beschreibt den Ablauf wie folgt: Ein Akteur tritt zuerst mit sich selbst in Interaktion, indem er sich Objektbedeutungen anzeigt. Dann folgt eine Interpretation der Objektbedeutung in der bestimmt wird, ob die Bedeutung beibehalten oder modifiziert wird. Zuletzt erfolgt demnach die Handlung selbst. In diesem Zuge beschreibt Blumer (2013) noch die Kollektiven Handlungen. Diese sind, ähnlich wie Rituale im kommenden Kapitel, verbundene Abläufe. Blumer nennt sie auch Handlungsketten von Einzelhandlungen der Akteure oder der Gesellschaft. Beispielsweise

Kriege oder Hochzeiten. Diese Handlungsketten entstehen durch wiederholte Handlungen der TeilnehmerInnen (vgl. ebd. 2013: 83ff)

### 3.3. Rituale nach Christoph Wulf

Rituale, nach Wulf (2015) gelten als Vorgangsweise Zusammengehörigkeit in Form von Gefühlen wie Vertrauen aufzubauen. In seiner Auffassung von *Ritualen* kennzeichnen diese sich durch abgestimmte Handlungen mit zugeschriebenen szenischen und performativen Ausführungen, bei denen jede/r TeilnehmerIn spezifische Aufgaben zugeteilt sind und ein großes Ganzes ergeben (Wulf 2015: 226f). Wulf zeigt auf, dass in der neueren Zeit das Zusammenleben und folglich die Rituale sich verändern. Dennoch brauchen Menschen sie, um sich bei einem Leben miteinander wohlfühlen. Sie erzeugen Soziales und spielen somit eine bedeutende Rolle im Alltagsleben. Sie stehen für eine Abgrenzung zu anderen. Die teilnehmenden Personen empfinden Ähnliches und die Gemeinschaft, welche bei der Umsetzung dieser Rituale erzeugt wird, kann von allen TeilnehmerInnen gespürt werden. Wulf zeigt auf, dass ein gemeinschaftliches Durchführen vertrauensförderlich ist.

Laut dem Autor gibt es 3 Phasen von Ritualen: Hochzeiten und der gleichen zählen zu alten Ritualen, die zweite Phase wird von ritualgeprägten Handlungen dominiert und vertiefen das Miteinander durch besondere Gesten. Die letzte Phase zeigt das gemeinschaftliche Ausführen (vgl. Wulf 2015: 225-231).

„Rituale sind institutionelle Muster, in denen kollektiv geteiltes Wissen und kollektiv geteilte Handlungspraxen inszeniert und aufgeführt werden und in denen eine Selbstdarstellung und Selbstinterpretation der Übergänge zwischen verschiedenen sozialen Formen erfolgt. [...] Rituale sind körperlich, expressiv, symbolisch, regelhaft, effizient; sie sind repetitiv, homogen, ludisch, öffentlich und operational“ (Wulf 2015: 227).

Nach Autoren wie Müller (2022) sind Rituale Teile des familiären Zusammenlebens. Ob nun Geburtstage, Hochzeiten, Beerdigungen, die familiäre Lebenswelt ist gefüllt von ritualen Handlungen. Auch die kindliche Erziehung ist eine Form von Ritual. Die Autoren Jurczyk (2014), Klapp (1959), Müller (2022) und Wulf (2015) zeigen auf, dass ein familiäres Miteinandersein durch praktisches Tun in der Gruppe „*Familie*“ nicht vermeidbar ist. Nach dem Motto „*doing family*“ (nach Jurczyk 2014) ist es in Familien, laut den Autoren Schierbaum und Ecarius (2022) wichtig, dass das soziale Miteinander durch das Verhalten der Mitglieder bestätigt wird. Rituale in deren Sinne reichen von einem gemeinsamen

Frühstück bis hin zu Spieleabenden oder einer bestimmten Begrüßung/Verabschiedung. Ein wichtiger Punkt hierbei ist die Bedeutung des Tuns für alle Beteiligten. Dass ist ein Aspekt, der Rituale von anderen Verhaltensweisen unterscheidet (vgl. Jurczyk 2014; Klapp 1959: 212ff; Müller 2022: 160f; Schierbaum & Ecarius 2022, Wulf 2015: 227f).

Bereits im Jahre 1959 beschäftigte sich O. E. Klapp mit der Frage was für eine Rolle Rituale in Familien spielen. Vor dem Zeitalter des TVs beschreibt, der Autor die Wichtigkeit von, wie er es nennt, Zeremonien. Er ist der Meinung, dass es einen Zusammenhang zwischen der innerfamiliären Nähe und den Ritualen gibt. Laut seiner Studie mit 162 Teilnehmer:innen steht das Rituale des gemeinsamen Weihnachtssessens an erster Stelle, danach folgt das amerikanische Thanksgiving Dinner und an dritter Stelle steht das Öffnen der Weihnachtsgeschenke im Gemeinschaftsbund. In der Studie ist ersichtlich, dass viele familiäre Rituale mit der Nahrungsaufnahme oder dem Öffnen von Geschenken zu feierlichen Anlässen, beispielsweise zu Geburtstagen oder zu Vater-/Muttertag, zusammen liegen (vgl. Klapp 1959: 212f). Müller (2022) beschreibt Rituale, ebenso wie Klapp (1959) und Wulf (2015), als ein nicht präzises ausgereiftes Phänomen. Er ist der Meinung, dass die Grenzen zu anderen Verhaltensarten verschwommen sind und, dass die Abgrenzung und Definition gegenüber beispielsweise Gewohnheiten oder Routinen erschwert. Der Autor weist darauf hin, dass Rituale alltägliche Situationen mit Bedeutung und Symbolik versetzt und versucht so eine Grenze zu schaffen (vgl. Müller 2022: 159f).

Rituale werden auch in den Schriften von Durkheim in den Fokus genommen. Besonders in seinem Werk *The Elementary Forms of Religious Life* beschreibt er den Zusammenhang von Religion und Ritualen im sozialen Umfeld. Durkheim (1995) beschreibt, dass Rituale zentral für das menschliche Zusammenleben sind. Sie werden für soziale Normen, Werte und dem Glauben gebraucht und durch Teilnahme an Ritualen steigert sich das soziale Miteinander und die Verbundenheit der Mitglieder. Durkheim erklärt in seinen Beitrag das „*collective effervescence*“. Das, zu deutsch *kollektives Überschaumen*, beschreibt das emotional geladene geteilte Erlebnis zwischen den TeilnehmerInnen, stärkt das Kollektiv und hilft ein Gemeinschaftsgefühl zu entwickeln. Im religiösen Kontext haben TeilnehmerInnen der Rituale das Gefühl Teil einer sozialen Gruppe zu sein (vgl. Durkheim 1995).

### 3.3.1. Rituale in der Familie

Bossard und Boll (1950) beschäftigten sich mit familiären Ritualen von 1880 bis 1946. Sie fanden heraus, dass soziale Rituale, wie Bildung, das Lesen, Baden und das Ankleiden mit Ritualen besetzt sind. Auch das gemeinschaftliche Unterhalten im oftmals familiären

Rahmen zählte, auch aufgrund von mangelnder Alternativen, als formale rituelle Teile des gemeinschaftlichen Daseins. Ein weiterer großer Punkt ist, wie bereits im vorherigen Oberkapitel zur Auffassung von Ritualen erwähnt, ist das gemeinschaftliche Mahl. Auch hier spielt der familiäre Kontext eine große Rolle. Ebenso ist, wie auch in der Studie von Klapp (1959) bereits erwähnt das gemeinschaftliche Geschenkeüberreichen und -öffnen ein ritueller Akt, besonders in einer Familie (vgl. Bossard & Boll 1950: 90ff; Klapp 1959: 212). Die Autoren Wolin und Bennett (1984) sind der Meinung, dass Rituale in Familien drei Grundzüge beinhalten: Transformation, Kommunikation und Stabilisation. Diese sind für jede Familie schwer zu finden und variieren enorm (vgl. Wolin & Bennett 1984).

### 3.3.2. Rituale in Bezug zum TV

Das Thema der Medien in Verbindung mit Ritualen ist ein zu erforschendes Gebiet seit dem Aufkommen des TVs in den 50er Jahren. Autoren wie Spigel (1992) oder Grimes (2006) beschäftigen sich mit dem Zusammenspiel der beiden Aspekte. Wie bei Durkheim (1995) ersichtlich spielte das Wort *Ritual* in der frühen Forschung eine Rolle in der Theologie, jedoch fließt der Begriff immer mehr in andere Forschungsfelder ein. Spigel (1992) beschäftigt sich mit der Frage wie der Fernseher sich in das familiäre Bild eingebürgert hat. Sie beschreibt welchen Einfluss das Medium auf das alltägliche Leben hat und wie es zu einem Diskussions- und Forschungsthema besonders in der Nachkriegszeit wurde (vgl. Spigel 1992: 11ff). Grimes (2006) zeigt auf, dass sofern eine Familie ihre Aufmerksamkeit und Zeit in einer ritualen Situation auf ein Medium lenkt, sind die Begriffe Ritual und Medien gemeinschaftlich zu behandeln. Im Allgemeinen wurden die Wörter selten gemeinsam behandelt, da Rituale als traditionell und alt und Medien als modern, sowie nicht-traditionell abgestempelt (vgl. Durkheim 1995; Grimes 2006: 74ff).

Studien zu Ritualen zeigen sich im Hinblick auf Konsum. Laut Wulf (2015) kann nichts Soziales ohne Rituale existieren. Entgegengesetzt der alten Einstellungen, sind Rituale, nach Wulf, wichtig für die „... Entstehung, Erhaltung und Veränderung von Gemeinschaften“ (Wulf 2015: 115) und werden als Szenen definiert, welche wiederholt werden, um wiedererkannt zu werden. Rund um das Phänomen TV gibt es bereits seit den Anfängen des linearen TV-Rituale in Bezug zu Familien. Wie die Autoren Chitakunye und Maclaran (2014) und Feldman et al. (2007) beschreiben gelten besonders Essenrituale vor dem TV zu wichtigen Schnittpunkten der Familie (vgl. Chitakunye & Maclaran 2014; Feldman et. al 2007).



Laut der Studie von Rosenberg (2013) zeigt auf, dass viele der interviewten Personen das Fernsehen mit Familie und Erinnerungen verbinden. Sie nennen Adjektive wie *wertvoll*, *gemeinschaftlich*, *angenehm* und *spaßig*. Eine Teilnehmerin beschreibt, “It was extraordinary not necessarily because of the quality of what they viewed [...] but because the pleasure they felt watching television (either alone or with others) stood out in their memories and was frequently described as special ...” (Rosenberg 2013: 11). Die Literatur zeigt, dass sich das Erlebnis des medialen Konsums verändert. Ob und inwiefern es an der Gesellschaft, der Weiterentwicklung der Technologie oder einem anderen Grund zuzuschreiben ist, gilt es zu untersuchen. Autoren, wie Lotz (2014; 2023) und Green (2008) schreiben, dass sich aufgrund von neuer Technologie, wie VoDs, der Fokus weg vom getakteten Fernsehabend hin zu einem flexibleren Modell (vgl. Green 2008; Lotz 2014; 2023). Lotz ergreift das Thema des Einflusses von VoD und anderen Streamingdiensten auf das alltägliche Leben erneut in ihren Büchern *Streaming Video: Storytelling Across Borders* aus dem Jahre 2023 und *The Television Will Be Revolutionized* aus dem Jahre 2014. Sie schreibt in diesen Büchern Sätze wie, „We may keep watching television, but the new technologies involve new rituals of use. Few have considered their conventional behavior with regard to network-era television in terms of ritual, probably because there was nothing with which to compare it” (Lotz 2014: 263). Die Autorin schreibt auch, dass verschiedenste Studien gezeigt haben, dass Familien ihre Aufgaben nicht mehr rund um den TV aufbauen, wie es die letzten 40 – 50 Jahre war. Green (2008) zeigt auf Basis solch einer Aussage von Lotz, in seiner Studie in der Media International Australia, dass das neue Online TV das alte TV nicht ersetzt wird. Er beschreibt es als „evolutionary rather than revolutionary“ (Green 2008: 100) (vgl. Lotz 2014; Green 2008: 100ff).

In der heutigen Zeit werden auf VoD Plattformen eigens familienfreundliche Sparten, unter „tags“, eingeführt. Der Streamingdienst Netflix will mit der Abteilung „Family Watch Together TV“ (Baker et al. 2023) die früheren Zusammenkünfte der Familie und Freunde vereinfachen und wieder aufleben lassen. Laut Baker et al. (2023) soll VoD, wie das lineare TV zu früheren Zeiten, als Familienmedium rezipiert werden. Die Autoren zeigen auch auf, dass das lineare TV nicht genau zwischen kinder-, jugendlichen- und erwachsenenfreundlichem Fernsehen, ebenso wie VoD in der neueren Zeit, definiert wird (vgl. Baker et al. 2023).

## 4. Methodik

In diesem Kapitel wird auf die zu verwendende qualitative Vorgehensweise eingegangen. Die interpretative Sozialforschung wird in Form zweier Fokusgruppen durchgeführt. Das Kapitel bietet einen kurzen Überblick über Fokusgruppen und deren geschichtlichen Hintergrund, ebenso wie die Umsetzung der Fokusgruppe auf das in der Arbeit behandelte Thema. Der untenstehende Text zeigt zu beachtende Eckdaten bei Verwendung von Fokusgruppen im gewünschten soziologischen Feld. Da das behandelte Thema ein sich stetig weiterentwickelnde Phänomen darstellt, wurde mithilfe einer spezifischen Auswahl an Personen auf Basis der theoriegeleiteten sozialwissenschaftlichen Forschung gearbeitet. Der Feldzugang wurde durch die Methode der Fokusgruppe geöffnet und so explorativ erforscht. Im letzten Abschnitt des Kapitels wird zudem noch auf die Auswertungsmethode der qualitativen Inhaltsanalyse nach Philipp Mayring eingegangen und beschrieben, wie diese in der Arbeit angedacht ist. Der Leitfaden sowie die Auswertungsmethode werden ebenso genauer beschrieben.

### 4.1. Methodische Vorgehensweise

Da es zum einen wenig Literatur zu diesem Thema gibt und zum anderen die stetige Aktualität des Themengebiets immer wieder zu Gesprächsstoff führt, bietet sich die Methode einer Fokusgruppe an. In diesem Rahmen können gezielt Gespräche zwischen geeigneten Personen stattfinden und es wird ein Umfeld der thematischen Auseinandersetzung mit Unterstützung eines/einer Moderator:in herbeigeführt (vgl. Hennink 2007; Schulz 2012). Nach Blumer (1979) ist es in der qualitativen Forschung wichtig, dass die Methode „... fundierte Möglichkeiten bietet, ein klares Bild vom Geschehen in dem betreffenden Bereich sozialen Lebens zu bekommen“ (Blumer 1979: 55). Er sieht die qualitative Forschung als flexibel und vorteilhaft in Bezug zu Fokusgruppen (vgl. Blumer 1979: 55ff).

Eine Fokusgruppe bringt mehrere Personen mit verschiedensten Hintergründen und zwischenmenschlichen Erfahrungen, sowie Meinungen zusammen. Diese Methode soll keine Debatte darstellen, allerdings den Fokus auf die verschiedenen Ansichten der Teilnehmer:innen legen. Nach den Autoren Zwick und Schröter (2012) gelten Fokusgruppen als korrektiv und universeller, sowohl als auch ein schneller Zugang zu einer bestimmten Menschengruppe. Zumeist wird diese Methode bei neuen Themen oder solchen verwendet,

bei denen es noch wenig Literatur gibt. Sie dient zur Theorienbildung und gehört somit zu den qualitativen Methoden. Durch die Evaluierung kann erschlossen werden wie gut etwas ankommt, beziehungsweise welche Meinungen in bestimmten Personensparten existieren. Zur Umsetzung lässt sich sagen, dass eine Gruppengröße von rund vier bis acht Personen ideal ist. Wenn diese Zahl zu groß gewählt wird, kann es dazu führen, dass die Moderation den Überblick verliert. Nimmt man eine zu kleine Fokusgruppe, kann diese jedoch Limitationen aufweisen. Wichtig sind ebenso ein neutrales Setting und ein leitfadengestützter kontrollierter Ablauf (vgl. ebd. 2007; Zwick & Schröter 2012 In: Schulz 2012: 25ff).

## 4.2. Fokusgruppe

„Selbst eng definierte Zielgruppen sind nicht immer homogen in ihrer Bedürfnisstruktur. Fokusgruppen machen den Grad der Homogenität einer Kernzielgruppe durch direkte Beobachtung [...] visuell erlebbar“ (Kühn & Koschel 2018: 34).

Die Methode einer Fokusgruppe gliedert sich, nach Breitling (2000) in drei Phasen:

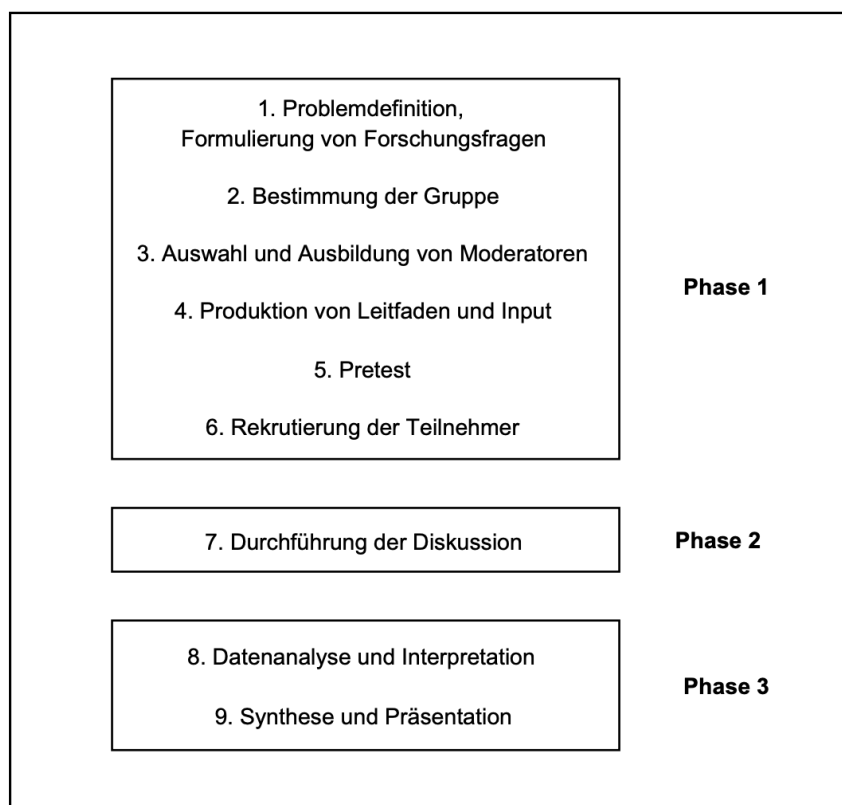


Abbildung 4: Ablaufschema eines Fokusgruppenprojekts (Breitling 2000: 104)

Er beschreibt die erste Phase als Vorbereitung auf die Diskussion. Auch Kühn und Koschel (2018) schreiben, dass die Problemdefinition und die Formulierung der Forschungsfrage(n) mit Hindernissen verbunden ist, dennoch aber ein wichtiger Part der Erstellung eines Gesprächsleitfaden darstellt. Die Bestimmung der Gruppe erfolgt bei Fokusgruppen nicht zufällig. Zumeist müssen die Teilnehmer:innen bestimmten Kriterien entsprechen, um eine brauchbare Fokusdiskussion erschaffen zu können. Die erste Phase ist, nach Breitling (2000), die aufwendigste Zeit. Besonders die Rekrutierung der teilhabenden Personen stellt sich meistens aufgrund von Zeit-, Motivations-, oder Zugangsschwierigkeiten als aufwendig dar (vgl. Breitling 2000: 104ff). Die zweite Phase hingegen ist die Kürzeste, allerdings nicht die Einfachste. Im Rahmen der Moderation und der Umsetzung des leitfadengestützten Gesprächs können viele Fehler oder unzureichende Antworten/Gespräche oder Gesprächsrichtungen innerhalb der Fokusgruppe entstehen. Die dritte Phase ist ebenso wie die erste Phase, zeitintensiv. Die letzte Phase benötigt Tonaufnahmen, Protokolle, schriftliche Berichte oder sogar Videoaufnahmen, um sicherzustellen, dass das Produzierte festgehalten wurde. Danach folgen die Transkription und folglich die Auswertung auf Basis einer wissenschaftlichen Methode (vgl. ebd. 2000: 111ff).

Bei dieser Arbeit stellt das Auswertungsverfahren die soziologische Inhaltsanalyse nach Philipp Mayring da. Mehr zu diesem Thema im Kapitel **4.3. Auswertungsverfahren: Qualitative Inhaltsanalyse nach Philipp Mayring**.

#### **4.2.1. Aufbau und Voraussetzung**

Um die bestmögliche **Personenauswahl** zu erzielen, werden zwei Gruppen zu je vier bis sechs Personen angepeilt, die im Idealfall, früher zuhause in einem familiären Umfeld lebten (Jugend) als Video on Demand noch nicht aktuell war, und gleichzeitig jetzt in einem Familienverbund zusammenleben (als Elternteile), bei dem ToD/VoD eine Rolle spielen. Die zu untersuchende Gruppe ergibt sich aus den Daten der Statistik Austria bezüglich des durchschnittlichen Alters bei der Geburt des ersten Kindes. Dieses ist seit dem Jahr 1988 von rund 26 Jahren auf rund 29 Jahren (2018) gestiegen. Das bedeutet, dass Eltern somit im Alter von 35-55 Jahren für die Untersuchung geeignet sind. Da die deutsche Shell- Studie besagt, dass Jugend im Alter zwischen 12 – 20 Jahren festgelegt ist, werde ich Eltern mit 12- bis 22-jährigen Kindern in meiner Forschung heranziehen. Ausschlaggebend für diese Altersspanne sind die Daten der Statistik Austria (2018), die zeigen, dass Kinder, beziehungsweise junge Erwachsene, durchschnittlich bis zum 24. (Mädchen) bzw. 25. Lebensjahr (Jungen) noch zuhause wohnen (vgl. Hennink 2007; Shell-Studie 2019; Statistik

Austria 2018). Es wird somit ein bis zwei Untersuchungsgruppen von vier bis sechs 35 – 55-jährigen Eltern erforscht, die mindestens ein Kind haben, welches zwischen 12 – 22 Jahre alt ist und idealerweise noch zuhause wohnt. Zusätzlich zu ihrem jetzigen Stand in Bezug auf VoD im Familienkontext, können die erwachsenen Personen auch retrospektive Erfahrungen, als sie selbst noch zu den 12 – 22-Jährigen zählten, über Familienrituale im Zeitraum vor dem Aufkommen von VoDs in Österreich, berichten und diskutieren.

Die Rekrutierung der Teilnehmer:innen basiert in dieser Arbeit auf dem Schneeballsystem. Da es sich um eine spezifische Zielgruppe handelt, werden die zu befragenden Personen in Bereichen wie Arbeit, Schulen oder ähnlichen Umfeldern gesucht und somit gilt die Personenauswahl und -findung als aufwendiger als bei anderen Methoden. Da es sich in diesem Fall um ein nicht allzu persönliches Thema handelt, sind die Teilnehmer:innen einer Befragung offener gegenübergestellt als im Normalfall. Zusätzlich werden Belohnungen zur Motivation an die teilnehmenden Personen nach erfolgreich abgeschlossener Fokusgruppe verteilt (vgl. Schulz 2012: 13f; 41ff).

Das **Setting** spielt im Rahmen einer Fokusgruppe eine tragende Rolle. Da es sich um ein Dialogverfahren handelt, ist eine gute Sichtbarkeit aller Teilnehmer:innen wichtig. Das fördert zudem die Motivation sich in die Unterhaltung einzubringen (vgl. ebd. 2012). Da die ungezwungene alltägliche Unterhaltungsatmosphäre ein Vorteil der Fokusgruppe ist, gilt der Raum der Gruppe als grundlegend für eine erfolgreiche Umsetzung (vgl. Kühn & Koschel 2018: 17). Aus diesen Gründen wird in folgender Fokusgruppe ein neutraler Raum gewählt. Das Setting beinhaltet einen Büroraum mit einem großen Tisch in der Mitte und Stühlen rundum für eine visuelle Sichtbarkeit aller teilnehmenden Personen.

„Die scheinbar ganz natürliche, unbelastete Atmosphäre, die sich bei einer guten Gruppendiskussion einstellt, beruht auf einem komplexen Theoriegerüst, einer sorgfältigen Auswahl der Teilnehmer und Abwägung von zu diskutierenden Fragestellungen sowie auf einem in der Praxis erfahrenen Moderator, welcher Gruppendynamik, thematische Bezüge und Zeitmanagement gleichzeitig vor Augen hat“ (Kühn & Kosche 2018: 17f).

Die **Aufnahme** ist für die darauffolgende Auswertung wichtig. Auf Basis der Art, wie die Fokusgruppe ausgewertet werden soll müssen gewisse Vorkehrungen bezüglich der Aufnahme getroffen werden. Fokusgruppen können, nach Schulz (2012), mithilfe von Audioaufnahmen oder Videoaufnahmen festgehalten werden. Je genauer die Auswertung erfolgt, desto mehr beziehungsweise genaueres Material braucht der/die Forscher:in. In

dieser Untersuchung wurde mit Audioaufnahmen gearbeitet, da die Auswertung auf dem Gesprochenen basiert und die Aussagen wichtiger als das Nonverbale wie Mimik, Gestik oder die genaue Aussprache der Teilnehmer:innen gewertet ist. Das Minimum einer Aufzeichnung ist laut Schulz, eine Audioaufnahme, damit Sprechbeiträge differenziert und den verschiedenen Befragten zugeordnet werden können. Die Autorin schreibt auch, dass so Lücken gefüllt werden können, da man das Aufgezeichnete stets erneut abspielen kann (vgl. Schulz 2012: 41f).

Nach der Aufnahme folgt das **Transkript** der Fokusgruppe(n) um das Gesprochene in Worten festzuhalten. Hier gilt, ähnlich wie bei der Aufnahme, dass die Genauigkeit von den Ergebnissen der Fokusgruppendifkussionen abhängig ist. Beispielsweise bei einer Feinstrukturanalyse muss jedes Wort genau übernommen werden, auch im Dialekt (vgl. ebd. 2012: 42ff). Bei der vorliegenden Arbeit, lag der Fokus auf dem Inhalt und somit wurden die Beiträge sinngemäß und übernommen. Da das Gesprochene im Fokus steht und der Nutzen der inhaltlichen Beiträge höher ist als der dialektischen oder emotionalen Aussagen der Fokusgruppenteilnehmer:innen ist, wurden die Mitteilungen der Beteiligten in der Substanz übernommen.

Die **Moderation** ist ein wichtiger leitender Part der Fokusgruppe. Der/Die Moderator:innen beginnen die Gruppendiskussion nicht nur, stellen die einleitenden Fragen und dirigieren die teilnehmenden Personen in die themenspezifisch thematischen Richtungen und beobachten die zu befragenden Teilnehmer:innen. Die Interaktionen, das Miteinander, die Gruppendynamik und das große Ganze ist ein Feld des Interesses der Moderation. Sie stellen fest, dass die zeitlichen und thematischen Rahmenbedingungen eingehalten werden, jedoch darf es nicht zu versteift sein, da es nach wie vor eine alltäglich entspannte Diskussionsatmosphäre erzeugen soll. Der/Die Moderator:in muss dennoch dem Unparteiischen und Sachlichen verschrieben sein. Eine inhaltliche Stellungnahme ist nicht erlaubt. Wünschenswert ist es in der Diskussion stets alle Beteiligten anzusprechen und individuelle Gespräche zu verhindern. Das Kontrollieren, dass jede/r Teilnehmer:in zur Sprache kommt und es, auch im Sinne der nachträglichen Verständlichkeit, kein Durcheinander gibt, sondern ein geordnetes Miteinander (vgl. ebd. 2018: 136f; Morgan 1997: 13ff; Schulz 2012).

#### **4.2.2. Reflexion der Fokusgruppenteilnehmer:innen-Akquise und persönlichen Position als Moderatorin**

Wie bereits im obigen Punkt **4.2.1. Aufbau und Voraussetzung** unter Moderation erwähnt, ist die Position einer/eines Moderator:in im Rahmen einer Fokusgruppe wichtig, da die Person die Gruppe und den Ablauf unter Kontrolle hat. Die Moderation ist achtsam und sorgt für einen reibungslosen Ablauf. Durch die Übersicht hilft er/sie dazu bei, dass die Konversation am Laufen gehalten wird und stellt sicher, dass alle Teilnehmer:innen sich frei äußern können. Die Person sorgt dafür, dass der Leitfaden eingehalten wird und überblickt die Gruppendynamik. Abhängig von dem/der Moderator:in sind die Ergebnisse, durch die moderierende Person(en). Ihnen obliegt es das Verständnis der Fragen und die Handhabung dieser zu vermitteln (vgl. Benighaus & Benighaus 2012: 111f; Schulz 2012: 16f).

In dem Forschungsprozess und in der Fokusgruppe war mein Part, der der Moderatorin. Gemeinsam mit einem Co-Moderator haben wir die Gruppe geleitet und sichergestellt, dass die Personen sich wohlfühlen und so auch ihre persönlichen Stellungnahmen aussprechen können. Da ich die Personen nicht persönlich kenne und auch eine gewisse Altersdifferenz zu den Interviewten besteht, habe ich die Rolle der Moderatorin mit einer gewissen Distanz eingenommen. Dennoch brachte die soziodemografische Nähe zu den Teilnehmer:innen meines co-moderierenden Kollegen eine gewisse Informalität und aber auch einen positiven Wohlgefühlcharakter in die Gruppendynamik ein.

Die Fokusgruppen-Akquise stellte sich als schwierig heraus. Wie bereits im Punkt **4.2.1. Aufbau und Voraussetzung** erwähnt ist die Personenauswahl bei Fokusgruppen wichtig. Besonders bei Fokusgruppen mit einer geringen Anzahl an Teilnehmer:innen ist die richtige und gezielte Auswahl an Personen erstrebenswert. In der Untersuchung wurde bei Personen im näheren Umfeld auf Hinblick der vorab ausgewählten Kriterien gestartet und dann mit dem Schneeballsystem weitere Teilnehmer:innen akquiriert. Aufgrund der besonderen Kriterien, welche die befragten Personen aufweisen müssen, stellte sich die Findung dieser Teilnehmer:innen als zeitaufwendig und kompliziert da.

#### **4.3. Auswertungsverfahren: Qualitative Inhaltsanalyse nach Philipp Mayring in Unterstützung mit MAXQDA**

Nach der Fokusgruppendiskussion und Transkription folgt die Auswertung gemäß der qualitativen Inhaltsanalyse nach Philipp Mayring. Mayring (2010) beschreibt die

Inhaltsanalyse nicht mehr nur als eine Analyse des Inhaltes. Sie beschäftigt sich mit mehr als dem herkömmlichen Inhalt, sondern analysiert systematisch und kontrolliert theoriegeleitet. Da die Technik, nicht mit Zahlen arbeitet, ist sie den qualitativen Methoden zuzuschreiben (vgl. Mayring 2010: 12f; 27). Mit der Weiterentwicklung der Methode von Mayring selbst, besagt der Forscher, dass computergestützte Hilfestellungen der Auswertung immer häufiger in der Forschung und vor allem bei seiner Auswertungsmethode zu finden seien (vgl. ebd. 2008). In folgender Arbeit wird auch das Programm MAXQDA zur Auswertung herangezogen.

Mayring (2010) hat seine qualitative Inhaltsanalyse in Schritte eingeteilt, um die menschliche Diskussion besser zu strukturieren (vgl. Mayring 2010). Untenstehend werden die wichtigsten Eckpunkte zusammengefasst und erläutert:

Wichtig ist für ihn der Gegenstand und die Fragestellung, sowie die Frage nach der **Materialbeschaffung**. In diesem Fall beläuft sich das Material auf die Transkripte der Fokusgruppendifkussionen. Die Fokusgruppen als primäre Datenquellen werden im späteren Zeitpunkt zur Analyse und Beantwortung der vorhandenen Forschungsfrage benutzt. Mayring (2010) besagt, dass jeder Text Informationen beinhaltet, welche es herauszufiltern gibt. Diese werden mithilfe von semantischen Einheiten gegliedert und hervorgehoben, untersucht und in Kategorien unterteilt. Die herausgefilterten Teile dürfen nicht isoliert, aber als Teil der Kommunikationskette angesehen werden, somit ist ein systematisches Vorgehen, welches an Regeln gebunden ist, gewiss. Das bedeutet, dass vorab entschieden werden muss welche Teile des Datenkorpus wie analysiert werden, um zu einer regelgestützten und systemischen Kategorie zu kommen (vgl. ebd. 2010: 28f; 49f).

Die Kategorien sind das Herzstück der Analyse. Der Ursprung findet sich in der quantitativen Forschung. Anders als in der quantitativen Welt, wird besonderen Wert auf das Bilden und Begründen von Kategorien gelegt (vgl. ebd. 2010: 49). Bei der Vorgehensweise wird entschieden, ob es sich um eine **induktive** oder **deduktive Kategorienbildung** handelt. Bei der induktiven Kategorienbildung werden die Kategorien spontan aus dem Material herausgelesen und eingeordnet. Der Text muss beachtet werden, um Kategorien daraus zu bilden. Es wird Textabschnitt für Abschnitt erarbeitet. Insofern am Ende zu viele Kategorien aufkommen, können diese erneut betrachtet werden und gegebenenfalls zusammengefasst werden. Bei der deduktiven Kategorienbildung werden die Kategorien anhand von vorab recherchierter Literatur von außen herangezogen. Das Material wird, mit bereits



vorhandenen Kategorien untersucht (vgl. ebd. 2010: 65f; 83). In untenstehender Arbeit wird ein Zusammenspiel beider Kategorien verwendet. Genauere Definitionen und Begründungen werden im Punkt **5. Ergebnisse** erklärt.

Es gilt zu unterscheiden zwischen **Kodier-**, **Kontext-** und **Auswertungseinheit**. Kodiereinheiten begrenzen die kleinstmögliche Kategorie mit dem Minimalanteil von Text. Die Kontexteinheit bestimmt wiederum den größten Textteil, welcher als Kategorie gelten darf. Die Auswertungseinheit gibt die Reihenfolge der Textteile an (vgl. ebd. 2010: 59). **Kodierung** erfolgt, indem das Material in Stücke zerlegt wird. Beispielsweise werden Fragen in einem Interview oder einzelne Sätze herangezogen und bearbeitet. Das Ziel ist ein zentrales Kategoriensystem. „Diese Kategorien werden in einem Wechselverhältnis zwischen der Theorie (der Fragestellung) und dem konkreten Material entwickelt, durch Konstruktions- und Zuordnungsregeln definiert und während der Analyse überarbeitet und rücküberprüft“ (Mayring 2010: 58f).

Die Gütekriterien **Objektivität**, **Reliabilität** und **Validität** spielen in der qualitativen Inhaltsanalyse eine zentrale Rolle. Besonders die Kriterien der Reliabilität und Validität sind in den Sozialwissenschaften wichtig. Lamnek (1995) beschreibt, dass Erstes der Forschung einen Grundstock an Präzision und Halt, sowie Zuverlässigkeit gibt. Validität wiederum zeigt, dass die Forschung brauchbar und vertretbar in der wissenschaftlichen Welt ist. Es beweist die Gültigkeit der Aussagen (vgl. Lamnek 1995). Objektivität wiederum beruht ebenso wie die anderen zwei Gütekriterien auf sorgfältigen, genauem und vor allem nachvollziehbar dokumentiertem Arbeiten ab. Wichtig für die Gütekriterien ist es auch, dass bei Fokusgruppen sehr transparent gearbeitet wird. Nach Schulz (2012) muss das Forschungsdesign, sowie der Ablauf der Forschung offen ablaufen. Durch die genaue Transkription geschieht dies zum Teil mit. Die Ergebnisse müssen valide, also gültig und nachvollziehbar sein (vgl. Schulz 2012: 18f; 44).

In der untenstehenden Grafik ist der Vorgang der Methode nach Mayring erkennbar. Die zu dieser Forschung verwendete Methode der strukturiert zusammenfassenden Inhaltsanalyse ist im Grunde gleich. Der erste Schritt ist die Bestimmung der Analyseeinheiten, der zweite Schritt ist die aus der Literatur herausgehobenen Kategorien auf das Transkript anzuwenden. Dann folgt die nächste Stufe der Paraphrasierung (in der Grafik Schritt 2). Die darauffolgenden Schritte sind wieder analog zu der Grafik ausgeführt worden. Zwischen den Schritten fünf und sieben kamen die übrigen Stellen, die nicht zu den Kategorien der

Literatur zuzuordnen sind, werden durch Kategorien aus dem Transkript erhoben. Danach folgte Schritt sieben und ein wiederholter Durchgang zu Schritt drei, um sicherzustellen, dass alle Kategorien valide sind (vgl. Mayring 2015: 62).

Untenstehend ein Überblick eines zusammenfassenden Ablaufes nach Mayring (2015: 105):

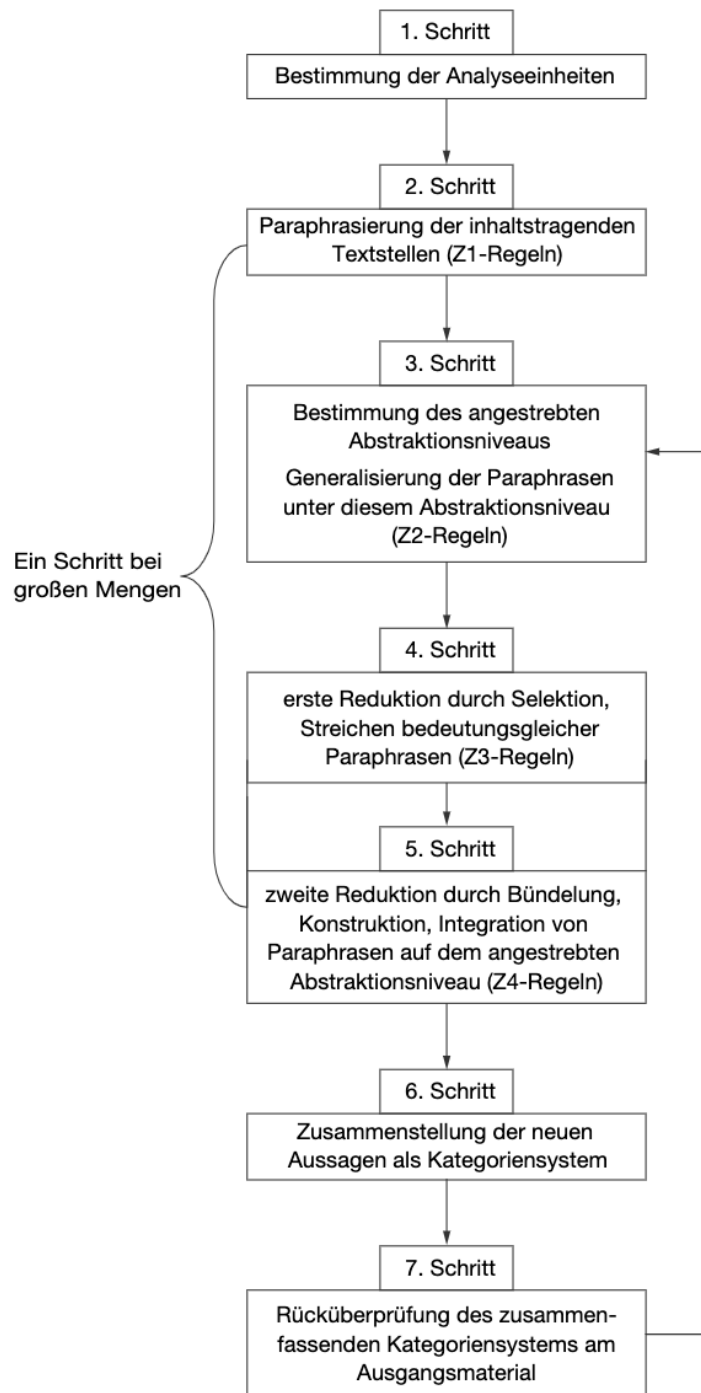


Abbildung 5: Ablaufmodell Zusammenfassende Inhaltsanalyse (Mayring, 2015: 62)

#### 4.3.1. Durchführung und Leitfaden

Nach Hennink (2007) lassen sich Fokusgruppen grob in die Abschnitte der einleitenden Frage, der Kernfragen, dem ersten Teil, dem zweiten Teil, dem dritten Teil, sowie der ausleitenden Frage(n) gliedern (vgl. Hennink 2007). Diese Gliederung gilt beifolgender Untersuchung als Grundbaustein für die leitfadengestützte Moderation. Es wurde für folgende Untersuchung noch ein vierter Teil hinzugefügt. Dieser gilt zur Unterstützung der vorherigen Detailfragen und dreht sich um Aussagen bezüglich lineares TVs, Video on Demand und der Familie und verlangt von den Teilnehmer:innen eine spontane Zustimmung oder Ablehnung mit angefügter Erklärung, sowie eine kurze Zusammenfassung des Gesprochenens.

**Einleitende Frage:** Die einleitende Frage ist wichtig, um auf das Thema einzugehen und die Gruppe auf das Bevorstehende vorzubereiten. Durch die Akquise wissen die Teilnehmer:innen bereits, worum die Diskussion handelt, jedoch hilft die einleitende Frage die Diskussion zu starten (vgl. ebd. 2007).

**Kernfragen:** Kernfragen zählen zu wichtigen Anhaltspunkten in der Fokusgruppendifkussion. Um diese Fragen werden Zusatzfragen erstellt, um die Konversation richtig zu lenken (vgl. Kühn & Koschel 2018:65).

In folgender Untersuchung wird in jedem Block eine Kernfrage gestellt und damit begonnen.

In dieser Untersuchung wird mit folgender Frage im Sinne des ersten Blocks begonnen:

*„Wie hat ein typischer Familienabend in eurer Kindheit ausgehen  
und welche Rolle hat hier der TV gespielt?“*

**Erster Teil:** Im ersten Teil der leitfadengestützten Fragen wurde auf die Vergangenheit fokussiert. Im Zentrum stand das Konsumverhalten von TV in den Jahren vor der Jahrtausendwende bis in die 2010er Jahre. Der Hintergedanke war, die befragten Personen in ein Gefühl von „damals“ zu lenken. Sie sollten über die vergangenen Umstände, ohne Video on Demand, berichten. Ihre Kindheit war in diesem Kapitel das Hauptaugenmerk. Fragen zu der Regelmäßigkeit, den Inhalten inklusive Beispiele, damaliger TV Shows, sollten den Mitgliedern das Gefühl geben über die Vergangenheit nachzudenken und ihre Meinung diesbezüglich kundzutun. Ebenfalls war es wichtig in diesem Punkt bereits über die Verbindung zwischen dem TV-Konsums und der familiären Situation zu sprechen.

Ebenso sollte der Fokus nicht nur auf dem Verhalten, sondern auch auf Rituale gelenkt werden.

In dieser Untersuchung wurde mit folgender Frage der erste Block beendet und den Übergang in den zweiten Blocks begonnen:

*„Im Vergleich zu damals wie hat sich der Fernsehkonsum für euch verändert (von den 90er Jahren bis heute) und welche Faktoren haben zu der Veränderung beigetragen?“*

**Zweiter Teil:** In diesem Teil galt es den Gesprächsmittelpunkt von „*Damals*“ auf das „*Heute*“ zu lenken. Im Grunde waren die Fokuspunkte ähnlich wie die im ersten Teil. Es sollte über den TV-Konsum in den 2010er Jahren bis hin in die moderne Zeit des Jahres 2023 berichtet werden. In diesem Zuge wurde auf den Unterschied zwischen der Jahrtausendwende gelenkt. Danach startete der Vergleich mit der heutigen Art Video on Demand zu nutzen. Eine allgemeine Diskussion über das Aufkommen von Video on Demand, am Beispiel von Netflix, Amazon Prime Video und Disney+ wurde in den Mittelpunkt gerückt. Wieder spielten Fragen, wie die der Häufigkeit des Mediums und der generellen Umstände eine tragende Rolle. Das bedeutet in diesem Kapitel wurde schlussendlich das Konsumverhalten von moderneren TV und VoD verglichen und diskutiert.

In dieser Untersuchung wurde mit folgender Frage der dritte Block begonnen:

*„Welche Unterschiede lassen sich feststellen zu Familienabenden damals, als ihr Kinder wart, zu heute und welche Rolle spielt hier TV bzw. VoD?“*

**Dritter Teil:** Im letzten Teil galt es den familiären Aspekt in Bezug zu TV und zu VoD zu untersuchen. Das bedeutete leitende Fragen nach der Wichtigkeit eines TV und in späterer Folge auch in Bezug zu VoD waren abgebracht. Wissenswert war ebenso welche Video on Demand Zugänge wie genutzt werden und wie die Mitglieder zu den einzelnen VoD stehen, wie sie diese nutzen und welche Rolle sie in der Familie spielen. Ebenso war es erstrebenswert zu erfahren welche individuellen Vor- und Nachteile die Teilnehmer:innen in dem Medium Streamingdienst sehen.

**Vierter Teil:** Falls die Gruppendiskussion stockte, konnte dies mithilfe eines kleinen Spieles von Aussagen gelöst werden. Hier mussten die Teilnehmer:innen Aussagen nach deren „Wahrheit“ beurteilen und darüber diskutieren, warum Sie dafür oder dagegen seien. Dies konnte mithilfe von „Ja, ich stimme zu“- und „Nein, ich stimme nicht zu“- Aussagen gelöst werden, die bei dem Vorlesen der Fragen erwartet und mit einer Begründung unterstützt werden mussten.

**Ausleitende Frage:** Die ausleitende Frage(n) konnten zum Zwecke der Zusammenfassung oder der Klarstellung dienen. Einerseits nahm die Moderation die angesprochenen Themen nochmals kurz auf, fasste diese zusammen und fragte in die Runde ob etwaige Themen oder Meinungen vergessen wurden. Falls dem der Fall war, konnten diese noch eingebracht werden. Ansonsten galt es die Gruppendiskussion zu beenden, sich zu bedanken und gegebenenfalls nach Feedback zu erfragen, um eventuelle blinde Punkte der Moderation ausfindig zu machen (vgl. Hennink 2007). In der untenstehenden Fokusgruppe ist die Diskussion mithilfe einer Zusammenfassung, Danksagung und folglich einer kurzen Feedbackrunde geschlossen worden.

Der vollständig detaillierte Leitfaden ist im Anhang unter **8.1. Leitfaden** zu finden.

#### **4.3.2. Auswertungsverfahren: Kategoriensystem**

Die zwei Fokusgruppen, wurden, wie bereits festgehalten, mithilfe der Methode der qualitativen Inhaltsanalyse von Philipp Mayring (2015) ausgewertet. Diese benutzte Vorgehensweise stützt sich auf die Datenauswertung durch ein Wechselschema zwischen induktiver zusammenfassender und strukturierenden deduktiven Verarbeitungsformen nach Mayring. Der Hintergrund des Analyseweges beruht auf den Aussagen von Mayring selbst. Er sieht die reine deduktive Arbeit als unzureichend an, da ad hoc Ergebnisse aus dem Material mit vorgegebenen theoriebasierten Kategorien ausgeschlossen werden. Einen ähnlichen Nachteil bildet die rein induktive Analyse, da hier sehr subjektiv gearbeitet wird und so ist eine Mischung aus beiden Aspekten auch für diese Meisterarbeit sinnvoll (vgl. Mayring 2015: 68ff; Ruin 2017). Die Datenmenge hielt sich bei zwei Fokusgruppeninterviews zu je zwei Stunden in Grenzen. Das Gesagte wurde, wie bereits erwähnt, aufgenommen, transkribiert und ausgewertet. Die Auswertung verlief mit MAXQDR bei dem die Kategorien in das Codesystem eingepflegt und auf die jeweiligen

Transkripte angewendet wurden. Das Kategoriensystem, hat für die Auswertung 11 Kategorien ergeben, welche in beiden Fokusgruppen angewendet wurden:

- Kindheit
- Programm
- Auswahl
- Gesellschaft
- Erziehung
- Familie
- Rituale
- Technologie
- Aktivitäten
- Verhalten
- Historie und Zukunft

Dann wurden die einzeln codierten Passagen aus beiden Fokusgruppen getrennt in eine Tabelle eingefügt und unterteilt. Bei diesem Schritt wurden die Kategorien nochmals überarbeitet und angepasst. In der Tabelle wurden die Segmente im Hinblick auf deren Kategorien in Paraphrasen, Generalisierungen und Schlussendlich reduziert unterteilt, um so ein tieferes Verständnis für das Vorhaben zu bekommen (vgl. Mayring 2015). Das stellte den Grundstein für die Auswertung da. Oftmals konnten die einzelnen Segmente mehreren Kategorien zugeschrieben werden und es wurde die bestmögliche Zuteilung erarbeitet, um eine Trennschärfe zu erschaffen.

Untenstehend die gewählten induktiven und deduktiven Kategorien aus einem der Fokusgruppen:

	Kategorie	Definition	Ankerbeispiel
K1	Kindheit	In der Kategorie der Kindheit geht es um die von den Teilnehmer:innen eigens erlebte Kindheit vor Streamingdiensten.	„Diese klassische Familie, also dieser am Samstagabend diese, weiß ich nicht, was es gab, diese Rudi Carell und so das waren halt die klassischen Sender, da ist man schon gemeinsam vor dem Fernseher gesessen, nicht? Da hat es aber auch nicht viel Auswahl geben.“
K2	Programm	Programm beschreibt den Inhalt des TVs und der Streamingdienste. In dieser Kategorie wurden die Inhalte der Medien diskutiert und die Umstände erläutert.	„Welche Serien gab es, noch Universum oder was alles großartig, hast du das halt angeschaut und das war nicht schlecht, oder? Die ganzen politischen Reports das Beste vom Besten, also da muss man sagen der ORF war einfach großartig diesbezüglich.“
K3	Auswahl	In der Kategorie Auswahl wurden die Vor- und Nachteile der Auswahl zusammengefasst. Hier finden sich sowohl Streamingdienste als auch klassisches TV wieder, in Hinblick auf die verschiedenen Möglichkeiten, die sie bereitstellen.	„Naja der Nachteil ist, dass man halt schon irgendwo verführter ist, dass man halt mehr schaut. Weil wenn ich das jetzt eben hernehme mit den zwei Sendern, wenn du sagst dort und dort spielt das und dann lässt du es noch eher sein. Liest was oder sonst was und so findet man ja dann doch also Millionen Möglichkeiten.“
K4	Gesellschaft	Gesellschaft betitelt alle Aussagen über die Allgemeinheit, den Zustand, sowohl als auch die Zukunft der Gesellschaft. Auch im Hinblick auf lineares – und nicht lineares TV.	„Aber ja das ändert sich jetzt auch ein bisschen mit den ganzen Streamingdiensten, dass man halt schon sehr wohl gemeinsam schaut aber halt jetzt sind ...“
K5	Erziehung	Die Kategorie Erziehung umfasst alle Aussagen rund um die eigene, sowie die Kindheit der heutigen Generationen und gesellschaftliche Erziehungsmaßnahmen.	„Dieses Youtube oder tiktok oder wie auch immer, das sind die freien Streamingdienste, oder werbefinanzierten. Die waren in Wirklichkeit für uns der Auslöser, warum man überhaupt die bezahlten Streamingdienste gekauft also oder mietet haben also wie also Netflix und Co, weil wir relativ bald bei unserer Tochter das Problem gehabt haben alle diese Dienste sind für Kinder Magneten ja, das ist also du kannst es gar nicht verhindern, dass die Kinder sozusagen auf diese Dinge aufspringen.“



<b>K6</b>	Familie	Die Kategorie der Familie beinhaltet familiäre Perspektiven, Handhabung der eigenen Familie, sowie der Familiendynamik in der eigenen Kindheit. Inkludiert sind die Ansichten aus dem Zeitalter der eignen Kindheit und auch der heutigen.	„... Weil ich finde es gehört schon, also bin dazu größere, ich sage jetzt mal, inhaltliche Zusammenhänge zu verstehen. Ja das wäre ideal, wenn man Bücher liest, was sie auch tut aber wir schauen mit ihr und wir machen wirklich Kinoabend. Wir gehen jetzt nicht ins Kino aber wir machen sozusagen heute am Abend darfst du ein bisschen länger aufbleiben und wir schauen mit die einen Film ...“
<b>K7</b>	Ritual	Das Ritual erläutert die Unternehmungen als Familie und auch alle, welche wiederholt unternommen werden und in direktem Bezug zum linearen – oder nicht linearem TV stehen.	„Und das was wir immer gemacht haben. Wochenende am Samstag das war irgendwie so empfinden also da haben wir alle, da haben wir Freunde einladen, also das war irgendwie, man schaut gemeinsam einen schönen Film und da gibt es aber auch nichts nebenbei ...“
<b>K8</b>	Technologie	In dieser Unterkategorie geht es um das Programm und die technischen Gegebenheiten, sowie Auswirkungen in der Vergangenheit aber besonders zukünftiger.	„Ja und ein Nachteil das natürlich früher das User-Interface einfacher war. Jetzt habe ich fünf Apps mit alle unterschiedlichen Zugänge - Wissensmanagement - und sie werden jetzt immer unverschämter. Wenn ich mir jetzt mal Prime anschau. Jetzt haben sie die Bezahl-Filme eingemischt. Früher war das schön transparent ...“
<b>K9</b>	Aktivitäten	Die Kategorie Aktivitäten markiert alle Aussagen über außernatürliche Unternehmungen die nicht zwingend etwas mit dem Fernseher oder einem anderen Endgerät zu tun haben. (Aktivitäten wir Kinobesuche sind in Kategorie inkludiert)	„Weil, ich versuche es auch ein bisschen ins Lächerliche zu ziehen. Wirklich. Absichtlich. Der ist einfach, ach (...). Es gibt so schöne Freizeitbeschäftigungen, wo die Menschen mit der Family zusammen sind, wo sich auch austauschen können wo sie nicht stumm zwei Stunden nebeneinander sitzen sich was auch immer reinziehen ja, nein.“
<b>K10</b>	Verhalten	Beim Verhalten geht es um das Verhalten der Befragten ohne zwingenden Bezug zu deren Kindern oder Vergangenheit. Die eigenen Entscheidungen und Werte für sich selbst spielen hier eine Rolle.	„Ich brauche keinen Film um darüber zu reden. Und es ist ja etwas anderes also da gehe ich mit Freunden auf die Viennale zum Beispiel. Da gibt's dann auch was zu reden aber da ist ja wirklich, da ist ja der Kunstaspekt im Mittelpunkt. Das ist für mich auch nicht mit Fernsehen oder Kino zu vergleichbar. Wo ich sag, ich will mich amüsieren.“
<b>K11</b>	Historie & Zukunft	Die Kategorie Historie und Zukunft beschreiben die Aussagen rund um das Vergangene und das Zukünftige des linearen	„Streaming hat ja erst begonnen um die Jahrtausendwende. Die Videotheken sind ja dann erst gestorben als das Streaming gekommen ist. Gibt es ja eben die

		TVs und von Streamingdiensten. Es handelt sich hierbei um generelle Aussagen.	bekannte Geschichte von den Amerika für die große Kette. Wie haben die geheißen?“
--	--	---	---

Tabelle 2: Kategorien, Definitionen und Ankerbeispiele (eigene Darstellung)

Nach der Festlegung der Kategorien und Unterkategorien wurde die Analyse der zwei Fokusgruppen anhand von der qualitativen Inhaltsanalyse untersucht. Dies wurde in folgendem Schema durchgeführt:

Aussage → Kategorie → Zitat → Paraphrase → Generalisierung → Reduktion

Nachdem die Segmente, im Trichterprinzip immer weiter verkleinert wurden (siehe Beispiel untenstehend für Auswertungsvorgang), konnten die Ergebnisse zusammengefasst und in Hinblick auf die Literatur, den Ober- und Unterkategorien, sowie dem Forschungsstand diskutiert und im folgenden Kapitel **5. Ergebnisse** genauer untersucht und definiert werden.

Fokusgruppe	Wörtliches Zitat	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
Fokusgruppe 1 18.10.2023	Bei mir, weiß ich es nicht. Ja auch manchmal. Ich muss sagen wann ich so langweilige Dinge zu tun habe. Zu Hause wie etwa Bügeln oder sowas, da nimm ich mir das Bügelbrett her und schaue was es so gibt, da ist es mir egal, mehr oder weniger. Da schau ich dann was es so gibt und da schaue ich mir auch das Langweiligste an, was gibt's.	Manchmal mache ich das auch. Zum Beispiel, wenn mir langweilig ist und ich Aufgaben wie das Bügeln zu Hause erledigen muss. In solchen Momenten greife ich zum Bügelbrett und versuche, mich mit Ablenkungen zu beschäftigen. Es spielt für mich nicht wirklich eine große Rolle, läuft – Hauptsache, es vertreibt mir die Langeweile.	Der Inhalt der Serie oder des Filmes ist nicht immer von Bedeutung, vor allem nicht wenn es nur um Hintergrundbeschallung geht.	Fernsehen als Hintergrundbeschallung; Inhalte nicht immer wichtig;
Fokusgruppe 2 25.10.2023	Und ich bin der ich habe schon acht Teile von einer Serie aneinander angeschaut. Ich bin soweit wenn eine Staffel nicht fertig	Ich schaue immer alles an, solange ich möchte und nicht nur 2 Episoden, wenn sie erscheinen. Das ist Irrsinn, das	Eine Serie in einem durchzuschauen hat den Vorteil des freien Willens. Streamingdienste	Freie Wahl durch Video on Demand

	abgerundet ist, weigere ich mich sie anzuschauen. Der Schwachsinn: Es gibt jetzt zwei Episoden. Wir simulieren jetzt lineares Fernsehen das wir einmal in der Woche, eine Folge anschauen, das brauche ich nicht	brauche ich nicht und simuliert das lineare Fernsehen.	simulieren das lineare TV, indem sie wöchentlich Folgen einer Serie veröffentlichen.	
Fokusgruppe 2 25.10.2023	Zuerst essen wir zusammen Abend, die Mädls und ich. Und dann wird sichs gemütlich gemacht auf der großen Couch mit allem Drum und Dran und dann schauen wir uns dann meistens dieses Disney Prinzessinnenfilme an. Ist ja nicht schlimm, ich liebe Disney, das passt schon, das ist gut. Nein, aber es ist gut so.	Meine Mädls und ich setzten und am Abend zusammen mit allem, was dazugehört auf die gemütliche Couch und schauen gemeinsam Disneyfilme, meistens Prinzessinnenfilme und das ist gut so. Das passt so gut für mich und ich mag Disney.	Video on Demand kann ein Familienritual darstellen.	Ritual mit Kind; Video on Demand;

*Tabelle 3: Beispiele für den Auswertungsvorgang: Fokusgruppe, Wörtliches Zitat, Paraphrase, Generalisierung und Reduktion (eigene Darstellung)*

## 5. Ergebnisse

In diesem Abschnitt werden die Erkenntnisse, welche im Rahmen der Forschungsarbeit mithilfe der vorab erläuterten inhaltsanalytischen Methode nach Mayring (2015) gewonnen wurden, genauer betrachtet. Um die entstandenen Ergebnisse besser weitergeben zu können, werden sie in folgendem Abschnitt mithilfe von Grafiken und vereinzelter Textausschnitten aus dem wörtlichen Transkript zur Erklärung sowie einem besseren Verständnis herangezogen. Die Wiedergaben beinhalten möglicherweise grammatikalische Fehler sowie auch Doppelnennungen, da die Texte keinerlei Korrekturen unterzogen wurden. Die Analyse der beiden Fokusgruppen wird gleichwertig und in vier Abschnitten gehalten. In den folgenden Ergebnisabschnitten wird stets auf die dominierenden Kategorien eingegangen, da der Fokus auf den herausstechenden Kategorien pro Abschnitt gelegt wird und so alle 12 Kategorien ausreichend behandelt werden können.

Bei der Analyse handelt es sich in erster Instanz um eine zusammenfassende und strukturierende Inhaltsanalyse nach Mayring (2015). Hierbei wurden Kategorien gebildet um infolgedessen einen guten Einblick in das Material bereitzustellen und die Themenbereiche zu identifizieren. In diesem Sinne wurde deduktiv und induktiv gearbeitet. Das Zusammenspiel aus den deduktiv strukturierend und induktiv zusammenfassenden Informationsverwertungen ermöglicht es durch die Theorie geformte Kategorien zu verwenden. Bei der Analyse wurde allerdings auch mit induktiven Kategorien gearbeitet, da das Material mehr abgedeckt hatte als von den deduktiven Kategorien vorgegeben war. Um alle Aspekte der Fokusgruppen einsortieren zu können, wurde somit zuerst mit dem deduktiven Raster auf die Transkripte geachtet und im zweiten Schritt wurden die Passagen, welche nicht zugeordnet werden konnten, mit dem induktiven Ansatz analysiert (vgl. Mayring 2015; Ruin 2017). Im weiteren Sinne wurden diese Kategorien mithilfe von Ankerbeispielen codiert, welche im Punkt **4.3.2. Auswertungsverfahren: Kategoriensystem** ausführlich erklärt werden.

Ankerbeispiele in Form von direkten Zitaten aus den Fokusgruppen-Transkripten wurden wörtlich und ohne grammatikalischer Korrektur übernommen, im Fließtext *kursiv* hinterlegt und mit dem Kürzel des/der Teilnehmer:in, sowie der Zeile in der Transkription versehen (Beispiel: Aussage von Teilnehmer A in der ersten Zeile des Transkripts, TA, Z.1).

## 5.1. Erster Abschnitt: Familienleben in Bezug zu linearem TV vor den 2000er Jahren

Im ersten Abschnitt der Fokusgruppe beschäftigten sich die Teilnehmer:innen mit der Frage nach deren Kindheit. Wichtig hierbei war es eine Atmosphäre zu schaffen, in der sich die befragten Personen an frühere Zeiten zurückerinnern konnten. Der Abschnitt befasst sich somit hauptsächlich mit dem Aspekt des linearen Fernsehens, des schwarz-weiß Fernsehens und der Zeit bevor Familien einen eigenen TV besaßen. Zunächst wird auf die Hauptkategorie dieses Kapitels eingegangen, welches die der „**Kindheit**“ darstellt und folglich werden auch andere dominierende Kategorien wie „**Verhalten**“ und „**Programm**“ in diesem Rahmen untersucht.

### 5.1.1. Kindheitserfahrungen der Befragten

Mithilfe der Kategorie „**Kindheit**“ wurden alle Aussagen bezogen auf die eigene Kindheit, deren Umstände und Auswirkungen auf die Teilnehmer:innen gesammelt. Im Rahmen des ersten Blockes lag der Fokus auf den Aspekten des linearen TVs und besonders auf dem Aufkommen es Fernsehers an sich, dazumal das Alter der meisten Teilnehmer:innen in die ersten Jahre des Fernsehapparates fiel. Es konnten verschiedenste Umgangsformen wahrgenommen wurden. Zum einen hatten viele Personen bereits im frühen Alter Erfahrungen mit einem Fernseher gesammelt, eine Person bereits mit Kabelfernsehen, und eine weitere Person, durch die örtliche Lokation, auch mit der damaligen Vielfalt der deutschen Sender. Andere Befragte hatten erst zu deren späteren Jugendzeit einen Fernseher im gemeinschaftlichen Haushalt zur Verfügung.

Besonders hervorgetreten sind Aussagen, die den Nutzen des Apparates beschrieben. Einige Teilnehmer:innen beschrieben Familienabende oder auch Abende mit Freunden und den TV als Mittelpunkt des Treffens. Ob nun mit Freunden oder mit Familie, der Fernsehapparat galt als gemeinschaftliche Aktivität, obwohl es zu dieser Zeit noch wenig verbreitet und ein kostenintensives Unterfangen war. *„Also ich kann mich an meine Kindheit erinnern. Wir hatten nur einen schwarz-weiss-Fernseher. Da hat es Kasperl und Co. und halt die klassischen Sendungen gegeben. Wo wir gezielt zu den jeweiligen Zeitpunkten wo es halt mehr oder weniger stattgefunden hat die Serie geschaut haben. Oder mit der Familie selbst, halt klassisch diese diese Abende verbracht haben. Samstagabend Peter, Alexander und Co halt irgendwie“* (TE, Z.60-65).

Nach den Aussagen der ersten und der zweiten Fokusgruppe spielte der TV in den frühen Jahren eine große Rolle. Nicht nur in der Stadt verbreitete sich das Medium, sondern auch am Land, besonders unter dem Sport-Aspekt. Eine Teilnehmerin merkte an, dass sie sich nur aufgrund der Sportolympiade mit Franz Klammer, 1976, einen Fernseher zulegte. Eine gewisse Stellung hatten auch die TV-Zeiten. Die Teilnehmer:innen erzählten des Öfteren, *„... und es war arg strukturgebend auch insofern ab 19 Uhr, 19 Uhr 30 ungefähr, gehört bei uns der Fernseher dem Vater und der hat bestimmt was geschaut wird bis dieser eingeschlafen ist“* (TA, Z.114-116). Zu solchen Aussagen lässt sich hinzufügen, dass es zu diesen Zeiten, wenn überhaupt, nur ein Gerät in den meisten Haushalten vorfinden ließ. Das hatte Einfluss auf die Zeit, die man vor einem solchen Gerät und auch mit wem man diese Zeit verbrachte.

Zeiten wie 19 Uhr 30 Minuten oder 20 Uhr 15 Minuten blieben den Teilnehmer:innen im Gedächtnis. Gesprochen wurde ebenso von Zeiteinteilung rund um das Gerät. Es sind Wörter gefallen, wie *„Elternfernsehen“* (TC, Z.142) oder auch *„Kinderfernsehen“* (TC, Z.135). Solche Aussagen wiesen klar daraufhin, dass der damalige Umgang mit dem Fernseher nicht nur gemeinschaftlich war. In beiden Fokusgruppen verlief die Diskussion an einem Punkt zu dem Thema der Macht über den TV. Einige waren der Meinung nie die Bestimmungsfähigkeit über den Fernseherapparat erlangt zu haben und andere warten haben müssen, bis die Eltern einen Abend nicht zuhause gewesen seien, um zu entscheiden was konsumiert wird. In diesem Sinne hat sich auch das Testbild in viele Erinnerungen eingebrannt. *„Da waren wir auch immer ganz stolz, wenn wir es geschafft haben bis zum Testbild. Kam immer die Bundeshymne davor“* (TJ, Z.258-259). Dennoch galt bei vielen, meist der Samstag, als Familienfernsehtag. Es wurde wie folgt erklärt, *„Und das was wir immer gemacht haben Wochenende am Samstag das war irgendwie so empfinden also da haben wir alle. Da haben wir Freunde einladen, also das war irgendwie, man schaut gemeinsam einen schönen Film ...“* (TF, Z.308-310). Der Samstag galt für viele Teilnehmer:innen als der typischste Fernsehtag der Woche. In der Früh lag der Fokus auf dem Kinderprogramm, untertags auf Spielfilmen. Abends nannten die Befragten, lag der Fokus auf Spieleshows und Unterhaltung für die gesamte Familie. Diese Aussagen zogen sich dann ab der Einführung des Fernsehapparates, über die Zeit der Videokassetten, Videorecorder und auch bis hin zu DVDs und schlussendlich, im späteren Verlauf auch bis in die heutige Zeit. Die Aspekte werden im Kapitel **5.3.2. Rituale in der Familie und deren**

Umsetzung im Rahmen von VoD und TV und 5.4.3. Historie & Zukunft genauer untersucht.

### 5.1.2. Programminhalte

Die Kategorie des „**Programm**“ fokussiert sich auf die Inhalte von kuratiertem und nicht kuratiertem Fernsehen. Besonders hervorgestochen ist diese Kategorie in dem Block über die Vergangenheit. Es fiel den Teilnehmer:innen besonders leicht über die TV-Sendungen aus deren Jugend zu sprechen.

Inhalte wie Sport oder Kultsendungen wie *Rudi Carell*, *Tatort*, *DalliDalli* oder auch *Miami Vice* schienen prägend für die Teilnehmer:innen zu sein. Nicht nur im Sinne der Unterhaltung, sondern auch im privaten Leben hatten Serien wie diesen Einfluss auf das alltägliche Leben und die Kommunikation. „*Also wenn man einmal Miami Vice ausgelassen hat, hat man am nächsten Tag schon ein Problem gehabt*“ (TJ, Z. 179).

Wie auch schon im oberen Kapitel durch ein Zitat aus dem Transkript angemerkt, galt der TV in der damaligen Zeit und der Kindheit der Teilnehmer:innen als Strukturelement des alltäglichen Lebens. Herauszulesen aus diesem Statement ist auch, dass die Inhalte sowie die Zeiten wann man ferngesehen hat von Wichtigkeit waren. „*Das war auch, du hast immer Programmzeitschriften gehabt die teilweise eine Woche, zwei Wochen ins vorausgegangen sind. Du hast ja dann deine Wochen geplant*“ (TA, Z.128-130). Die Teilnehmer:innen beschrieben deren Wochenplanung auf Basis des kuratierten Fernsehens. Die gesamte Familie wüsste zu welchen Zeitpunkten, welche Inhalte gespielt wurden, und planten so deren Tage. Die verschiedenen Tage galten als, „*Also was ganz wichtig bei uns war das halt, es gab genau diese Zeit zwischen 19:30 und und 20:15. Das war fix die Nachrichten da hat man die Welt kennengelernt. Und das war es gab, es gab diese diese unilaterale Sicht auf die Welt und das war im Prinzip meiner Meinung nach einer der prägendsten Unterschiede, also zwischen heute und damals also. Der Informationsfluss war definiert durch die Zeiten wo Zeit im Bild gekommen ist*“ (TF, Z.62-68).

Besonders Inhalte wie die Nachrichten *Zeit im Bild* fielen bei beiden Fokusgruppen sowohl im Hinblick auf Vergangenes und Zukünftiges auf. Aussagen wie, „*Im Prinzip eigentlich ähnlich, also 19:30 Zeit im Bild auf alle Fälle Usus und eben dann 20:15 dann das*“ (TI, Z.96-97) [mit „das“ ist der Familienfilmeabend gemeint], unterstreichen die Strukturierung durch das kuratierte TV und die Wichtigkeit der Nachrichtensendung *Zeit im Bild*.

Anzumerken ist in diesem Kontext, dass die erste *Zeit im Bild*, kurz ZIB, bereits am 5. Dezember 1955 um 17 Uhr ausgestrahlt wurde und die Sendung hatte im Jahr 2020 eine durchschnittliche Reichweite von 1,387 Mio. Zuseher:innen in Österreich sowie einen Marktanteil von 49% auf dem österreichischen Fernsehsender ORF2 (vgl. [tv.orf.at/zeitimbild](http://tv.orf.at/zeitimbild)). Seit September 2019 kann die *Zeit im Bild* nicht mehr nur auf Facebook, sondern auch auf Social-Media-Kanälen, wie Instagram, in dem typischen 5:4 Format und mit einer Zeitspanne von nur 100 Sekunden unter dem Namen ZIB100 gefunden werden (vgl. [der.orf.at/unternehmen/aktuell/zib100\\_instagram](http://der.orf.at/unternehmen/aktuell/zib100_instagram)). In diesem Kontext berichtete ein Teilnehmer von der Informationsversorgung vor dem TV und vor den Nachrichten. Er erzählte, *„Ich habe meine Großmutter, starb mit 96 vor 15 Jahren, und ich habe sie gefragt, sie ist in Oberösterreich und Bergen aufgewachsen: Also wie habt ihr früher irgendwie Informationen bekommen für irgendwoher? Wenn in Asien ein Krieg war damals auch oder Erdbeben? Wir haben es in der Zeitung gelesen? Nachrichten oder wie die Zeitung geht? Also? Man muss nicht immer alles zu jeder Zeit wissen“* (TB, Z.1215-1220). Der Informationsfluss wurde, laut den Teilnehmer:innen, durch das lineare TV und Nachrichtensendungen wie *Zeit im Bild* revolutioniert und dennoch ergeben sich in der Konversation nicht nur positive Aspekte rund um das Thema. Die Befragten waren sich bei beiden Gruppen einig, dass es in der modernen Zeit zu viel von allem gibt, besonders an Möglichkeiten und Informationen. Sie nannten es *„Informationsüberfluss“* (TE, Z.1221).

## 5.2. Zweiter Abschnitt: Familienleben in Bezug zu linearem TV ab den 2000er Jahren und Streamingdiensten

Im zweiten Abschnitt lag der Fokus auf der neueren Zeit. Der zeitliche Aspekt wurde von der Kindheit der teilnehmenden Personen auf das heutige Leben umgelegt. Im Zentrum stand nun die eigene Familie und deren Zusammenleben und Verhaltensweisen. In diesem Kapitel, und auch im Anschluss aus dem vorherigen Abschnitt lassen sich die Kategorien *„Auswahl“*, *„Gesellschaft“* und besonders *„Erziehung“* gut verorten und untersuchen. Die Zeitachse orientiert sich an den frühen 2000er Jahren bis 2023 und dem Aufkommen von Video on Demand.

### 5.2.1. Auswahlmöglichkeiten: VoD und lineares TV

Um an den Punkt **5.1.2. Programminhalte** anzuschließen, liegt der Fokus bei der Kategorie *„Auswahl“* an dem Angebot von linearem und nicht linearem Fernsehen, ohne die



spezifischen Inhalte zu untersuchen. Zu beachten gilt es hier die Auswirkungen des Angebots und der Möglichkeiten für die moderne Familie besonders in Bezug zu Streamingdiensten, wie den Video on Demand-Kanälen Netflix, Amazon Prime und ähnlichem zu beachten.

Wie bereits im vorherigen Kapitel erwähnt, ist nicht nur die Informationsflut in der heutigen Zeit überragend, sondern dementsprechend auch die Auswahlmöglichkeiten. Teilnehmer:innen beider Fokusgruppen merkten an, dass es früher nicht so viel Auswahl gegeben hat. *„Ja, ganz früher also wo es wirklich nur 2 Sender gegeben hat“* (TH, Z. 25). Ein genannter positiver Aspekt lag daran, dass man sich Informationsmaterial, wie die Nachrichten oder Dokumentationen angesehen hat da es durch die limitierte Auswahl kaum andere Möglichkeiten gegeben hatte.

Anders als in der Literatur, merkten die Teilnehmer:innen an, dass es klar gegliederte Fernsehzeiten gab, bei denen der Inhalt auf Erwachsene oder Kinder zugeschnitten war. Erwähnenswert ist allerdings auch, dass die Meinungen der Fokusgruppe in Hinblick zu Video on Demand zwar gleich sind, allerdings die Umsetzung sich unterscheidet. Das änderte sich mit dem Kabelfernsehen und später mit dem Start von Serien. Eine Teilnehmerin beschreibt es mit, *„Wie es dann auf einmal so viele Programme zur Auswahl gegeben hat und auch diese Serien die begonnen haben in den neuen Formaten“* (TK, Z. 172-173). Serien, wie im Punkt **5.1.2. Programminhalte** erwähnt, führten dazu, dass Zuseher:innen nicht mehr nur die bekannten Inhalte zur Verfügung hatten.

Laut einer befragten Person aus der ersten Fokusgruppe begannen Serien in den späten 70er/80er Jahren beliebt zu werden und formten somit auch das Nutzungsverhalten mit. In Zeiten von Video on Demand galt es, laut den Personen aus der ersten Fokusgruppe, *„Naja der Nachteil ist, dass man halt schon irgendwo verführter ist, dass man halt mehr schaut. Weil wenn ich das jetzt eben hernehme mit den zwei Sendern, wenn du sagst dort und dort spielt das und dann lässt du es noch eher sein. Liest was oder sonst was und so findet man ja dann doch also Millionen Möglichkeiten“* (TI, Z.427-430). Eine Teilnehmerin erklärte das Phänomen so, dass bei mehr Auswahl die Chancen höher stehen, dass sich etwas finden lässt, das geschaut Die Inhalte in der Video on Demand-Zeit haben laut der zweiten Gruppendiskussion viel Persönliches. Die Konsumenten können sich nicht nur die Inhalte aussuchen, es werden durch Algorithmen auch Inhalte für sie und zu deren Fernsehverhalten ausgewählt. Die Autorin Robinson (2017) merkt in diesem Punkt an, dass das lineare TV nicht untergehen wird. Sie schreibt über Hürden, welche die lineare TV-Welt überkommen müsse, allerdings dennoch lukrativ und attraktiv bleiben wird (vgl. Robinson 2017: 78f). Das

lässt sich mit einem Statement über klassisches lineares TV aus der zweiten Fokusgruppe gut unterstreichen, indem ein Teilnehmer angemerkt hat, dass *„Ich glaube es wird nicht zu sehr abnehmen also es wird kein nicht-funktionierendes Geschäftsmodell sein, wenn es alles gibt was es heute gibt“* (TK, Z.943-945). Das bedeutet, dass auch die befragten Personen der Meinung sind, dass es das lineare Geschäftsmodell nach wie vor geben wird, nur eventuell ein wenig verändert. Mehr zu dem Thema kann im Kapitel **5.4.3. Historie & Zukunft** nachgelesen werden.

### 5.2.2. Gesellschaftlicher Rahmen

Folgendes Kapitel beschreibt die Kategorie *„Gesellschaft“*. Diese Kategorie zeigt die gesellschaftlichen Aspekte der Fokusgruppendifkussionen auf. Hier werden die allgemeingesellschaftlichen Punkte besprochen, welche in den Befragungen aufgekomen sind. Allgemeine Aussagen über die Veränderung der Gesellschaft damals und heute sowie mögliche Begründungen der befragten Personen sind in folgendem Kapitel zusammengefasst und näher betrachtet.

In beiden Fokusgruppen wurde das Thema der Nutzung diskutiert und ähnlich wie im Punkt **5.1.2. Programminhalte** beim Thema Informationenüberfluss, wurde auch das Thema der fehlenden Neugier besprochen. Die Teilnehmer:innen merkten an, dass durch die vielen Auswahlmöglichkeiten, die Video on Demand mit sich bringen, die Neugier beziehungsweise nannten sie es die *Offenheit* oder auch die *Fähigkeit* sich überraschen zu lassen von etwas Neuem, auch aufgrund von limitierten Optionen, zurückgeht. *Das ist irgendwie wie Radiohören. Man hört dann irgendwas was man seit ewig nicht mehr gehört hat und denkt sich ,ha, das ist irgendwie cool, das hab ich ewig nicht gehört‘* “ (TI, Z.667-669).

Besonders in der zweiten Fokusgruppe kam das Thema des Überflusses auf. Die befragten Personen nannten Probleme auch im Zusammenhang mit dem Informationsüberfluss, sowie der Reizüberflutung und dem Überangebot. *„Aber gibt’s da nicht ein größeres Problem das weit über Streaming und Fernsehen hinausgeht? Das wir heute zu viel von allem haben“* (TK, Z.671-672). In diesem Sinne sprachen sie auch von der Tatsache, dass es ebenso schwer sei Neues zu entdecken oder etwas zu erleben. *„... und dass es gerade in unserem Alter schwierig ist intensive Erlebnisse zu haben. Weil eh schon alles 350-mal erlebt und auf der ganzen Welt gewesen und dieses und jenes. Ich glaube das ist halt generell ...“* (TK, Z.674-677). Die Teilnehmer:innen werfen ein kritisches Auge auf den Aspekt der übermäßigen

Produktion im Feld von Video on Demand. Auch die Diskussion in der zweiten Fokusgruppe zeigt auf, dass das Fernsehen früher als gesellschaftlich und wertvoll angesehen wurde. In der heutigen Zeit sehen, dass die Personen aus der Studie als nur mehr teilweise zutreffend an. Ebenso wurde davon gesprochen, dass es in der modernen Zeit weniger gemeinschaftliche Aktivitäten gibt und der freie Wille beeinträchtigt ist.

In der zweiten Fokusgruppendifkussion wurde erwähnt, dass *„Naja und vor allem der Aspekt, der ja ganz häufig ist bei meinen Freunden, was ich auch sehr viel beobachte, ist das neben dem Fernsehen ja also dann schaut man wegen etwas on Demand und dann wird daneben noch Handy gespielt ...“* (TG, Z.901-903). Damit haben die Teilnehmer:innen, dass es immer mehr technische Neuheiten gibt und, wie im Punkt **5.1.2. Programminhalte** und **5.2.1. Auswahlmöglichkeiten: VoD und lineares TV**, in Form von Überfluss an Informationen und Möglichkeiten, die Aufmerksamkeitsspanne sowie die generelle Bereitschaft sich auf ein Medium zu konzentrieren sinkt.

### **5.2.3. Adaption der Erziehungsmethoden der Fokusgruppenteilnehmer:innen**

In dem Kapitel wird die Kategorie *„Erziehung“* untersucht. Alle Aussagen, die in den Fokusgruppen getroffen wurden, welche Rückschlüsse auf die Umgangsformen in Bezug zu Praktiken und Handhabungen sowie gewissen Umgangsformen geben, die über die Erziehungsberechtigten auf deren Kinder umlegbar sind, wurden inkludiert. Auch theoretische Konzeptionen oder Ideen der Elternteile, gleichgültig ob umgesetzt oder nicht, werden in dieser Kategorie besprochen, um eine potenzielle Veränderung durch Video on Demand zu entdecken.

*„Ja natürlich, sicher. Bester Lehrer überhaupt der Fernseher“* (TF, Z.545)

In beiden Fokusgruppen wurden Lehrfunktionen von beispielsweise Dokumentationen, die die Teilnehmer:innen durch den Fernseher damals, sowie heute auch Video on Demand, als eine Art der Informationsquelle angesehen haben, besprochenen. Bei den jüngeren Generationen merkten die befragten Personen an, dass die Inhalte aufgenommen wurden ohne das Wissen, ob es zur Unterhaltung, wie bei Serien und Filmen, oder als Informationsquelle wie Dokumentationen oder Nachrichten, erstellt wurde. Das wiederum, besorgt Eltern in der modernen Zeit hinsichtlich der Erziehung. *„Also die Kontrolle hat*

*natürlich nicht gut funktioniert. Jetzt sind sie ja, schauen sie das was sie schauen über eigenen Zugang, genau. Ich hab keine Ahnung was sie schauen ...“ (TG, Z.810-812).*

In den Fokusgruppen, besonders in der ersten Gruppe, wurden auch andere Unterhaltungsprogramme, wie YouTube, TikTok und Snapchat angesprochen. Es wurde, davon geredet, dass auch diese Medien zu einer weiteren Ablenkung und folglich zu negativen Folgen des Zusammengehörigkeitsgefühls schließen lassen. Ein Teilnehmer berichtet von persönlichen Erfahrungen mit seiner 12-jährigen Tochter, *„Hat sie das Shorts-Format begonnen zu entdecken. Also es gibt so wie TikTok diese Kurzvideos gibt es auf Youtube das der das sind ja einfach Kurzvideos die für das senkrechte Screenformat designed sind. Es gibt quasi die klassischen Youtube Videos sind in Querformat Shorts sind Hochformat sind kurz sind poppig laut schrill unterhaltsam aber nie länger als eine Minute. Und dort kippt sie schnell rein. Ja und was wir jetzt aber gemacht haben, dass man sie aus diesem ganzen Mikro-Unterhaltungskonsum aber rausziehen. Weil ich finde es gehört schon, also bin dazu größere, ich sage jetzt mal, inhaltliche Zusammenhänge zu verstehen“ (TA, Z.631-639).* Die Kontrolle beziehungsweise die Übersicht über das, was die Kinder online machen, war in beiden Fokusgruppen ein großes Thema unter dem Aspekt der Erziehung. Rauszuhören, dass es mit zunehmender Verschiebung auf Video on Demand und die Onlinesphäre für die Eltern ist den Überblick über das zu behalten, was deren, meist minderjährigen, Kinder sehen. *„... es ist und neue Herausforderungen, wie man das Kind managet, ja. Weil früher hat eben das Programm geendet und so gemanaget“ (TK, Z.211-212).* Die Fokusgruppenteilnehmer:innen sind der Meinung, dass es zunehmend schwieriger wird den Überblick zu behalten. Die Autoren Oh und Vukina (2022) untersuchten zudem die Auswirkungen der Zeit, die vor dem Bildschirm verbracht wird, genannt *screentime*. Sie schreiben, dass die Zeit vor dem Bildschirm bereits durch viele Studien als psychisch und physisch schädlich eingestuft wurden (Oh & Vukina 2022: 70). Gesprochen wurde in diesem Zusammenhang auch von einer App. Mithilfe dieser kann man das Verhalten der Kinder online etwas kontrollieren. Ein Teilnehmer nutzte diese App und beschreibt sie, *“Nein das ist eine App da kannst du als Elternteil entscheiden, was die Kinder auf den jeweiligen Endgeräten anschauen dürfen. In welcher in welcher Altersgruppe und so weiter und so fort. Das ist wieder alles sehr detailliert dann eingestellt und dann jetzt dürft ihr eine Stunde vorbei. Tschüss genug“ (TK, Z.798-801).*

Die Teilnehmer:innen sprachen in den Fokusgruppen davon, dass durch die Veränderung in der Technologie die Erziehung mitwachsen muss. Die Erziehungsmethoden hinsichtlich der neuen Medien unterschieden sich in den Fokusgruppen stark. Ein Teilnehmer der zweiten

Fokusgruppe merkte an, „... weil ich der Radikalste bin ganz sicher hier. Mein Sohn ist ja mit einem iPad aufgewachsen, ja. Er hatte mit 3 das erste Mal ein iPad in der Hand gehabt“ (TK, Z.205-207). Eine Teilnehmerin, auch aus der zweiten Fokusgruppe, konterte, dass sie ihren Kindern nur sehr restriktiv Fernsehen erlaube.

Ein positiver Aspekt, der von beiden Fokusgruppen genannt wurde, ist die Tatsache, dass man bei Video on Demand die Inhalte in verschiedenen Sprachen konsumieren kann. Den Ansatz unterstützend haben die Teilnehmer:innen in beiden Gruppen festgestellt, dass die Originalsprache, meistens Englisch, dank Video on Demand, besonders bei der jüngeren Generation gut aufgenommen wird. Teilnehmer sprachen sich soweit für Inhalte in Originalsprache aus, da sie der Meinung sind, dass sowohl sie als auch ihre Kinder so andere Sprachen lernen können. „Ich würde eher sagen, dass es sogar bei meinen Kindern, die es schauen schon ganz bewusst, irgendwann hats bei ihnen klick gemacht und auf einmal schauen sie alles nur mehr auf Englisch“ (TG, Z.536-538).

### 5.3. Dritter Abschnitt: Familienleben in Bezug zu linearem TV und Streamingdiensten

In diesem Abschnitt der Untersuchung lag das Hauptaugenmerk auf der Familie und deren Zusammenleben. Der Fokus des Familienaspekts kann mit den Kategorien „**Familie**“, „**Rituale**“, sowie „**Technologie**“ gut zusammengefasst werden. Auch der vorher erwähnte Punkt **5.2.3. Adaption der Erziehungsmethoden der Fokusgruppenteilnehmer:innen** zeigte sich öfters in diesem Zusammenhang. Nachdem die Fokusse bei den ersten zwei Abschnitten zum einen auf der eigenen Kindheit in der Vergangenheit und zum anderen auf der heutigen Kindheit ihrer Kinder lagen, dient der dritte Abschnitt, auch für die Fokusgruppendifkussion, als Kombination und Vergleich dieser beiden Zeiten, besonders im familiären Aspekt.

#### 5.3.1. Familiäre Veränderungen

In der Kategorie „**Familie**“ werden alle Aussagen in Bezug zu Familie, Familiensystem, familiären Praktiken in der eigenen Kindheit, aber besonders in der heutigen Familie mit eigenen Kindern und deren Umgangsweise, einsortiert.

Um an den obigen Punkt **5.2.3. Adaption der Erziehungsmethoden der Fokusgruppenteilnehmer:innen** anzuknüpfen, muss eine Aussage aus der zweiten

Fokusgruppe herangezogen werden, *„Ich glaube halt eben wenn dann ist eben die Handygeschichte und sonst was, dass die einfach die familiäre Zeit negativ beeinflusst. Fernsehen in dem Sinne und im weiteren Sinne Video on Demand“* (TI, Z.961-964). Das bedeutet, dass der Teilnehmer nicht der Meinung war, dass Video on Demand vorrangig die Familie, in diesem Fall negativ beeinflusst, sondern die Technologie im Allgemeinen. Angefangen bei dem linearen TV über Video on Demand bis hin zu Mobiltelefonen und Smartphones, merkt der Teilnehmer der zweiten Fokusgruppe an.

*„Was sich jetzt verändert hat? Im Prinzip mein Sohn schaut sich immer an was ihn interessiert“* (TJ, Z.239-240). Diese Aussage fasst mehrere Statements zusammen, die in beiden Gruppen im Punkte Familie und Familienfernsehen öfters aufgekommen ist. Der große Unterschied wer was innerhalb der Familie konsumiert, sehen beide Fokusgruppen. Sie sprachen von einer Veränderung, in einer Gruppe von einer Revolution und in der anderen von einer Evolution des TVs. Diese Evolution hinsichtlich der Familie ließ sich auch in den zwei Gruppengesprächen feststellen. Ein Teilnehmer der ersten Fokusgruppe nannte im Rahmen der Entwicklung des TVs, *„Naja ich würde sagen es hat eine Evolution gegeben dorthin“* (TA, Z.210) [zum Thema Überangebot an Inhalten]. Auf Fragen hin, ob noch nach wie vor gemeinsam fernsehen wird, kam Großteils Zustimmung zurück. Aussagen wie, *„Ja beides. Es gibt natürlich auch es gibt noch immer Sachen wir uns gemeinsam anschauen aber im Großen und Ganzen schaut jeder das, was einen interessiert oder was er gerade sehen will“* (TJ, Z.247-249).

Bezüglich der vielen Auswahl lässt sich wieder, wie bereits im Punkt **5.2.2. Gesellschaftlicher Rahmen** angeschnitten das Thema der Neugierde auch für die Kategorie **„Familie“** als erwähnenswert betiteln. *„... also meine Kinder haben auch oder wir als Eltern hatten das Gefühl dieses oder das Neugierde hatten sie nicht weil sie sind einfach gewohnt, das kommt alles rein geprasselt und irgendwie die Nachrichten oder wie entsteht Neugierde das ist sicher ein Nachteil durch diese Ganzen“* (TG, Z.577-580). Das zeigt, dass die Eltern der Meinung sind, dass Kinder es nicht mehr gewohnt seien Neugierde oder Interesse für etwas aufzubauen, da das meiste eh auf Abruf bereitsteht.

Heraushörbar aus den Antworten war, dass je älter die Kinder der Teilnehmer:innen waren, desto weniger wurde gemeinsam ferngesehen, unabhängig von Video on Demand oder linearem TV. Je näher die Kinder der Teilnehmer:innen an der Fokusgruppen-Untergrenze von 12 Jahren, desto eher wurden noch Familienfernsehende veranstaltet. *„Na weil wir uns das so als Platz eingerichtet haben dann am Abend unter der Woche, wenn Schule ist, so eine Stunde schauen wir schon so unsere gemeinsame Serie oder was auch immer. Also*

*das ist so, ist so meins“ (TK, Z.265-267). Somit legten die befragten Personen immer wieder den Fokus der Diskussion darauf wie sie in der modernen Zeit noch gemeinsam Zeit vor dem Fernseher in verschiedensten Formen verbringen. Kontinuität der gemeinsamen Fernsehzeit kam stets zur Sprache. Manche nannten es Familienritual und es sei wichtig für die Befragten solche Zusammenkünfte durch alle Mitglieder beizubehalten. Dazu gehört unter anderem auch der gemeinsame Familienabend vor dem Fernseher und dessen Bedeutung für alle Beteiligten.*

Ein weiterer Teilnehmer der ersten Fokusgruppe merkte anhand des Beispiels von einem Spieleabend an, wie sich sein Kind nur begrenzt auf eine Aktivität konzentrieren kann. *„Da ist es oftmals quasi für die Familie tatsächlich positiv, wenn wir zum Beispiel mit ihr Spieleabend machen. Und das schafft sie auch nur begrenzte Zeit. Also wirklich sich sozusagen auf das Spiel zu konzentrieren. Das geht jetzt immer besser, aber damals vor ein paar Jahren so mit sechs sieben Jahren, da ist nach einer Stunde maximal die Spanne vorbei, wo die das Spiel lustig findet“ (TA, Z.1003-1008). In diesem Sinne merkte er an, dass Video on Demand einen guten Einfluss hat, da man hier selbst steuern kann, wie lange und wie viel gesehen wird und es so an die Bedürfnisse der Kinder anpassen kann. „Für die Familie super, weil dann können wir auch noch dann haben wir unseren gemütlichen Abend (...) wenn sozusagen on Demand tatsächlich wenn es Sinn macht ja dann kann es positiv sein“ (TA, Z.1010-1014).*

### 5.3.2. Rituale in der Familie und deren Umsetzung im Rahmen von VoD und TV

In diesem Kapitel wird der Fokus auf die „**Rituale**“ oder ritualähnlichen Verhaltensweisen der Teilnehmer:innen und deren Umfeld gelegt. In dieser Kategorie finden sich Aussagen über Rituale, deren Bedeutung und Umsetzung innerhalb und außerhalb der Familie wieder. Auch Freundesrituale oder Rituale, die die Teilnehmer:innen sich selbst angeeignet haben, sind in dieser Kategorie hinterlegt.

Eine ausdrucksstarke Aussage von einem Teilnehmer der ersten Fokusgruppe lautet, *„Wir haben also wir haben immer Rituale, ich finde das total wichtig. Wenn man sich die Gesellschaft da anschaut, teilweise die Kinder“ (TH, Z.1057-1058). Nach erneutem Nachfragen teilte er mit, dass er damit meinte, dass sich viele Menschen und Familien ohne Rituale verlieren. Auf der anderen Seite ist er ebenso der Meinung, dass Menschen Rituale brauchen, um im eigenen Leben als glücklicher eingestuft zu werden.*

Wie bereits im Punkt **5.1.1. Kindheitserfahrungen der Befragten** erwähnt, zeigten sich laut den Befragten erste Rituale in den gemeinsamen Familienfernsehenden in den Zeiten vor Video on Demand. „... und das Lustige war bei uns daheim immer so Zähneputzen ganz wichtig und das heißt die fünf Minuten Werbung dürfte ich dann anschauen und nur wenn ich Zähne putz ...“ (TG, Z.83-85). Wie dann im Punkt **5.2.3. Adaption der Erziehungsmethoden der Fokusgruppenteilnehmer:innen** und **5.3.1. Familiäre Veränderungen** weiterausgeführt gibt es diese Zusammenkünfte noch in der moderneren Zeit mit Video on Demand. Auch die im Punkt **5.1.2. Programminhalte** erwähnte Sendung *Zeit im Bild* war und ist nach wie vor eine Art Ritual, auch bei Teilnehmer:innen die kaum Fernsehen, gleichgültig ob offline oder online. „Ich schau mir die ZIB noch immer an übrigens“ (TK, Z.687).

Es kann alles ein Ritual sein oder werden, welches eine familiäre Zusammenkunft ist, bei der ein Miteinander das Gefühl von „Familie“ vermittelt (vgl. Jurczyk 2014; Klapp 1959; Müller 2022; Wulf 2015). Bei einer der beiden Fokusgruppen galt das Ritual auch dem Kinobesuch. In der zweiten Fokusgruppe wurden rituelle Aktivitäten, „Das ist eher Kino oder Theater, dass man sagt man findet wieder etwas gemeinsames ...“ (TG, Z.825-826), definiert. Ein anderer Teilnehmer merkte an, dass „... wir machen wirklich Kinoabend. Wir gehen jetzt nicht ins Kino aber wir machen sozusagen heute am Abend darfst du ein bisschen länger aufbleiben und wir schauen mit dir einen Film. Und das macht man wenn am Wochenende zum Beispiel ganz bewusst das immer wir verzichten damit auch auf unseren TV-Konsum. Da geht es mir so, der Film den ich mit meiner Tochter schau interessiert mich Nüsse, aber es ist sozusagen so ein Ritual“ (TA, Z.640-645).

In der ersten Fokusgruppe fasste ein Teilnehmer zusammen inwiefern Rituale, seiner Meinung nach, in Bezug zu dem Medium TV stehen und wieso sie wichtig sind und in Zukunft auch noch wichtiger werden. Er merkte an, dass „... weil ich oft das Gefühl habe, dass das durch diesen omnipräsenten Medienkonsum das ist ja sozusagen der Transport von Ritualen ist ja heute viel leichter. (...) Das heißt die Durchführung des eigenen Rituals. Die Ausstaffierung, die Gestaltung wird immer wichtiger für einige ja also in der Instagram-Zeit, wenn man sich natürlich immer bis zum gewissen Grad auch nach außen darstellt. Also deswegen habe ich das Gefühl, dass Rituale noch fast nur mehr Bedeutung haben, Oktoberfest ist. Also ich glaube es nimmt zu sogar, ja“ (TA, Z.1125-113). Mit dem Statement zeigt er auf, dass sich Rituale durch neue Medien verstärken und häufiger ausgeführt werden, um sie auch online zu zelebrieren und beispielsweise der Onlinecommunity vorzuführen und zu vermitteln.



Eine gemeinsame Aktivität im Rahmen einer weiteren zu einem Ritual. Das bedeutet, dass auch das gemeinsame Geschenkeauspacken an Weihnachten oder das Ostereiersuchen an Ostern in familiären Bund ein Ritual darstelle. Besonders Essensrituale wurden häufig als Beispiel genannt. Die befragten Fokusgruppenteilnehmer:innen sprachen darüber, dass zum einen das Kochen und zum Anderen das Essen zu einem Ritual geworden sei. „... *für uns wichtig ist und noch wichtiger bei uns ist eher das Essen oder gekocht wer kann kochen das da trifft man sich zusammen auch abseits von dem Geburtstag, Weihnachten und diesen ganzen Ritualen oder klassischen Sachen sind genau*“ (TG, Z.1062-1065). Für andere Teilnehmer:innen gab es eine klare Grenze was ein Ritual sein kann und was nicht. „*Also in meinen Augen ist das alles kein Ritual. Weihnachten zu feiern, das ist ein Ritual, aber das hat nichts mit Fernsehen oder Video zu tun*“ (TJ, Z.1022-1023). Wobei die letztere Aussicht bei beiden Fokusgruppen der Minderheit entsprach.

Rituale wurden in beiden Fokusgruppen nicht nur im familiären Rahmen gesehen. In beiden Gruppendiskussionen zeigten sich Tendenzen zu Ritualen unter Freundschaften mit und auch ohne das Medium des linearen TVs oder Video on Demand. Wie auch später nochmal im Punkt **5.4.1. Aktivitäten in Bezug zum Medienkonsum** beschrieben, lassen sich Rituale nicht nur auf den Familienkreis auslegen. Die Fokusgruppenteilnehmer:innen waren der Meinung, dass sich Rituale in verschiedensten Zusammenstellungen ergeben. Wichtig ist die Kombination aus Transformation, Kommunikation und Stabilisation, dass ein Ritual ausmacht (vgl. Wolin & Bennett 1984). Eine Teilnehmerin der zweiten Fokusgruppendiskussion hat das Phänomen wie folgt zusammengefasst, „*Eine gewisse Regelmäßigkeit, Rituale gehören zum Beispiel für mich schon tagtäglich dazu, sonst komme ich durcheinander. Für mich selbst und auch in der Familie*“ (TE, Z.1111-1113).

### 5.3.3. Technologische Auswirkungen und Umgangsweisen der Befragten

„*Also man wird da schon ein bisschen mehr Sklave der Technik*“ (TI, Z.431).

In der Kategorie der „**Technologie**“ wird der Fokus auf die technologischen Ausprägungen, Veränderungen und Möglichkeiten durch technologische Hilfsmittel untersucht. Beide Fokusgruppen erwähnten wiederholend Aspekte der Technologie, um gewisse Aussagen zu unterstreichen oder zu erklären.

Allerdings ließ sich in beiden Fokusgruppe eine negative Tendenz zu dem technischen Aspekt von Video on Demand feststellen. Einerseits sei die Bedienung nicht kompliziert,

aber aufwendig und die Schnelligkeit des Internets spielt hierbei eine große Rolle. *„Ja und ein Nachteil das natürlich früher das User-Interface einfacher war. Jetzt habe ich fünf Apps mit alle unterschiedlichen Zugänge - Wissensmanagement - und sie werden jetzt immer unverschämter. (...) Früher war das schön transparent“* (TK, Z.442-446). Mit Netflix und anderen Video on Demand Plattformen kamen auch bereits genannte Möglichkeiten, wie im Punkt **2.2.3. OTT Streamingdienste und Mediatheken** oder **2.2.6. Exkurs: TV & Streamingdienste als rituelles Verhalten in Zeiten von COVID19 (2020 – 2022)** erwähntes *binge watching*, nach Jenner (2017) und Kulak (2020) oder Algorithmen auf. In der zweiten Fokusgruppendiskussion lag der Fokus kurz auf genau diesen Empfehlungsalgorithmen. *„Ja und die Algorithmen funktionieren überhaupt nicht mit Empfehlungen“* (TK, Z.436). Gegenteilig zu dieser Aussage, stellten Autoren wie Derr et al. Anfang der 2020er Jahre mit ihren Marktanalysen fest, dass Video on Demand große Beliebtheit aufgrund solcher Empfehlungen genießt und die Gesellschaft die Algorithmen schätzt anstatt, wie in beiden hier bearbeiteten Fokusgruppen, negativ über diesen Aspekt von Video on Demand zu denken. In der zweiten Fokusgruppe wurde das Thema von Empfehlungen (Algorithmen) wie folgt negativ konnotiert, *„... das heißt man muss sich irgendwie eigene Strategie entwickeln (...) früher hat man dann irgendwie gezappt und dann war irgendwas spannend ausgeschaut und das ist verloren gegangen“* (TK, Z.437-440). Bei anderen Streamingdiensten, wie beispielsweise der Musikapplikation Spotify, war eine durchwegs positive Stimmung unter den Teilnehmer:innen bezüglich Musikvorschlägen erkennbar. Auch die Fähigkeiten innerhalb der Familie Musikempfehlungen weiterzugeben oder gesammelte Familien-Playlists zu erstellen. *„Ja ich könnte dir nicht sagen, ob es der Algorithmus oder die Software ist, oder die Form wie du es konsumierst. Musik konsumierst du ja viel öfter gemeinsam oder im Auto und durch die Playlists vermischt du dann sozusagen die coolen Titeln und dann wandert der Titel von meiner Liste schnell zu meiner Tochter“* (TA, Z.867-871). Weitere Technikthemen, die sowohl in beiden Fokusgruppen sind zum Beispiel die Registration. Besonders bei SVoD (Subscription Video on Demand) gehen die Meinungen beider Fokusgruppenteilnehmer:innen in eine negative Richtung. In der Enddiskussion und dem Zukunftsausblick wurden in beiden, aber besonders in der zweiten Fokusgruppe, die zukünftigen Umgangsformen und technologischen Aspekte besprochen. Wie bereits im Punkt **5.3.1. Familiäre Veränderungen** angemerkt hat, wird das Fernsehen nicht revolutioniert, allerdings passt es sich der Evolution an. In den Gesprächen kamen Punkte, wie *Augmented Reality* (Eine Echtzeit Darstellung einer computerunterstützten/-veränderten Realität nach Craig 2013) auf. *„Ich bin sicher, dass das*

*Argmented Reality sicherlich jetzt kommen wird, also die die produzieren jetzt die Brillen dafür“ (TF, Z.882-883). Besonders in der ersten Gruppe wurde diesbezüglich angemerkt, wie gefährlich die teilnehmenden Personen diese Art von Streaming, besonders für Kinder finden und wie unberechenbar die Technologie noch werden könne. „Dieses Youtube oder TikTok oder wie auch immer, das sind die freien Streamingdienste, oder werbefinanzierten. Die waren in Wirklichkeit für uns der Auslöser, warum man überhaupt die bezahlten Streamingdienste gekauft also oder mietet haben also wie also Netflix und Co, weil wir relativ bald bei unserer Tochter das Problem gehabt haben alle diese Dienste sind für Kinder Magneten ja, das ist also du kannst es gar nicht verhindern, dass die Kinder sozusagen auf diese Dinge aufspringen“ (TA, Z.510-517).*

#### **5.4. Zusatz: Aussagen über Familie, TV und Streamingdienste**

In diesem Punkt werden die drei letzten ausständigen Kategorien der „**Aktivitäten**“, „**Verhalten**“ und „**Historie und Zukunft**“ genauer betrachtet und definiert beziehungsweise mit Beispielen bestückt. In den Fokusgruppendifkussionen diente der vierte Punkt mithilfe seiner Aussagen nochmals als Zusammenfassung der Diskussion und um einen eher generellen Überblick über alle Aussagen zu bekommen.

##### **5.4.1. Aktivitäten in Bezug zum Medienkonsum**

In der Kategorie „**Aktivitäten**“ legt sich der Fokus auf alle Arten von Unternehmungen rund um die Familie mit und ohne TV. Das Hauptaugenmerk wird hierbei auf gemeinschaftliches Miteinander gelegt, welches im Rahmen der Familie liegt und anders als bei **5.4.2. Verhalten der Teilnehmer:innen rund um VoD und TV**, steht hier die Unternehmung und nicht das Tun einer Person, sowie der ganzen Familie im Vordergrund, weniger VoD oder ToD, sowie das Individuum selbst.

Aus den beiden Fokusgruppen lässt sich herausziehen, dass es in der Anfangszeit von klassischem linearem Fernsehen zwei große Personengruppen gab. Zum einen die, bei dessen tägliche Aktivitäten aus gemeinsamem Fernsehen in der Familie bestanden haben und die bei denen das damals neuartige TV als nicht besonders spannend angesehen wurde. „Und es war halt damals das ganze Leben untergeordnet und hat aber grundsätzlich war es selbstverständlich, dass man fernsieht“ (TK, Z.54-56) oder „Am Nachmittag könnte ich

*mich jetzt nicht wirklich erinnern, dass ich großartig ferngesehen hab. Eher irgendwo draußen unterwegs, wenn möglich“ (TI, Z.97-99).*

Das Miteinander stand bei vielen Teilnehmer:innen dennoch im Vordergrund. Unternehmungen mit Freunden oder der Familie, auch im Bezug zum Fernsehen kann bei beiden Fokusgruppen verzeichnet werden. Wie auch Wulf (2015) angedeutet hat, braucht es Rituale, wie gemeinschaftliche Aktivitäten, um Menschen sich im sozialen Alltag wohlfühlen (vgl. Wulf 2015). Im weiteren Sinne lässt sich das auch auf die Aussagen der Teilnehmer:innen zurückführen, die ebenfalls der Meinung sind, dass das Verhalten das gemeinsame Miteinander in der Gruppe bestätigt. *„Also mit Freunden sich zum Beispiel Filme anzuschauen das, was mir besonders viel Spaß macht ist und das gibt uns halt, das heute erst richtig: Ist dass sie zum Beispiel keine Ahnung Herr der Ringe Trilogie“ (TF, Z.508-510).*

In weiterer Folge lassen sich diese gemeinsamen Aktivitäten auch auf den gemeinsamen Kinobesuchen, die bereits in **5.3.2. Rituale in der Familie und deren Umsetzung im Rahmen von VoD und TV** kurz aufgefasst wurden, umlegen. Für beide Teilnehmer:innen der Gruppen war beziehungsweise ist, der Besuch im Kino eine gemeinschaftliche Aktivität und stellte eine relativ wichtige Rolle in deren Leben dar. *„Und danach quatscht man noch ein bisschen über den Film. Also das ist für mich schon ein ganz ein anderer sozialer Rahmen also wenn ich nur daheim schau“ (TG, Z.490-491).* Das zeigt, dass die befragten Personen einen Mehrwert aus den gemeinsamen Aktivitäten ziehen und auch so ihr soziales Umfeld pflegen.

Zu dem Thema der sozialen Interaktionen wurde, besonders in der zweiten Fokusgruppe, viel darüber gesprochen, dass es viele andere Unternehmungen, wie ein Kinobesuch oder ein gemeinschaftliches Abendessen oder ähnliche Aktivitäten zu ihren persönlichen sozialen Aktivitäten zählen. Eine Stellungnahme gegen gemeinsames Fernsehen zuhause oder sogar im Kino lautete, *„Und es ist ja etwas anderes also da gehe ich mit Freunden auf die Viennale zum Beispiel. Da gibt's dann auch was zu reden, aber da ist ja wirklich, da ist ja der Kunstaspekt im Mittelpunkt“ (TK, Z.504-506)* oder *„Ich schau mir da einen Film an und treff mich mit Freunden und nachher geben wir einen Club tanzen oder was auch immer, da machen wir uns gemeinsam mit Freunden ins Kino gehen, wir schweigen uns an für zwei Stunden oder lenken uns ab von dem Film“ (TK, Z.494-498).* Andere Teilnehmer, besonders in der ersten Fokusgruppe merkten an, wie wichtig ihnen selbst und deren Familien sei, sich eben nicht gemeinsam vor den Fernseher zu setzen und das eine Familienaktivität zu

nennen. *„Es gibt so schöne Freizeitbeschäftigungen, wo die Menschen mit der Family zusammen sind, wo sich auch austauschen können wo sie nicht stumm. Zwei Stunden nebeneinander sitzen sich was auch immer reinziehen ja, nein“* (TB, Z.434-436).

Wie auch bereits von einem Teilnehmer der zweiten Fokusgruppe erwähnt wird es mit den zunehmenden Möglichkeiten auch stets schwieriger das allgemeine Publikum bei Laune zu behalten und so vor den Fernseher zu fesseln. Der Teilnehmer berichtet, dass es nicht nur bei Kindern, sondern auch bei Erwachsenen einfacher ist sich im Kino auf einen Film zu konzentrieren als vor dem heimischen Fernseher. *„Ja eh aber es ist doch noch etwas anderes, ein anderes Erlebnis“* (TH, Z. 468) *„Es ist eine andere Aktivität. Etwas spezielles im Kino“* (TI, Z.469). Durch die mehrmals erwähnte zu große Auswahl sind auch die Teilnehmer:innen der Meinung, dass die übermäßige Auswahl überfordernd wirken kann sowie die Tatsache, dass ein gemeinsamer Abend vor dem Fernseher nun durch Video on Demand jederzeit möglich wäre.

#### 5.4.2. Verhalten der Teilnehmer:innen rund um VoD und TV

Die Kategorie *„Verhalten“* wurde benutzt um die Einstellungen und Verhaltensweisen der Teilnehmer:innen in Bezug zu deren persönlichen Umgangsweise mit dem linearen und Video on Demand. Gestützt auf dem literarischen Hintergrund von Blumer's menschlichem Verhalten, wurde diese Kategorie hervorgehoben (vgl. Blumer 2013). In der vorherigen Analyse, im Abschnitt **5.2.3. Adaption der Erziehungsmethoden der Fokusgruppenteilnehmer:innen** und im weiteren Sinne auch in **5.3.1. Familiäre Veränderungen**, wurde bereits auf das Verhalten nach Blumer eingegangen. Die Kategorie Verhalten erschien in der Analyse als wichtig, da die Teilnehmer:innen vermehrt über ihre eigenen Erfahrungen und Umgangsweisen mit dem TV früher und Video on Demand in der moderneren Zeit erzählt haben.

Ein großer Punkt war die Hintergrundbeschallung durch den Fernseher. Ein Teilnehmer äußerte sich wie folgt, *„Also ich hab damit zum Beispiel aufgehört. Wo es noch linear war, war es bei mir auch Fernseher als Hintergrundgeschichte“* (TK, Z.742-743). Er impliziert damit, dass es ihm persönlich ein Anliegen ist keine Streamingdienste im Hintergrund laufen zu haben, wenn er alltägliche Dinge erledigt. Allerdings wird hier auch angedeutet, dass es früher bei linearem Fernsehen sehr wohl der Fall war. In beiden Gruppendiskussionen wurde auch festgestellt, dass der Fernseher im Hintergrund viel mit den Gewohnheiten aus dem

Punkt **5.1.1. Kindheitserfahrungen der Befragten** zu tun hat. Ein Teilnehmer hegte eine starke Abneigung gegen den TV als Hintergrundgeräusch. Er beschreibt es so, *„Ich glaube ich hab das von meiner Mutter. Die macht das heute noch so. Immer wenn ich bei ihr bin ist das erste was ich mache, den Fernseher abdrehen“* (TK, Z.751-752). Auch aufgrund anderer Teilnehmer:innen lässt sich somit feststellen, dass die ältere Generation, die Personen die nicht mit einem Fernseher aufgewachsen sind, dazu tendieren ihn wie einen Radio als Geräuschkulisse zu verwenden. Aussagen wie, *„Bei meinen Eltern ist es auch normal gewesen und ich machs nicht, also genau das Gegenteil“* (TI, Z.760-761) zeigen, dass die Generation danach, die mit dem linearen TV mehr oder minder aufgewachsen sind, in ihrem Verhalten im Bezug zu dem Fernsehapparat Großteiles anders agieren als deren Elterngeneration.

Im Kapitel Verhalten, lässt sich auch feststellen, wie im Unterpunkt **5.2.3. Adaption der Erziehungsmethoden der Fokusgruppenteilnehmer:innen** bereits erwähnt, dass es mit dem Video on Demand-Phänomen eine aktive Entscheidung ist, wie viel und wann man mit oder ohne Kinder fernsieht. Beteiligte erwähnen auch, dass *„Ich hab dann aber auch immer wieder Phasen wo ich es dann gar nicht schaue zum Beispiel. Ich mache immer Pausen mit meinem Sohn und dann schauen wir über eine längere Zeit zum Beispiel gar nicht, zum Beispiel obwohl ich alles Zuhause hab. Und das tolle ist ja dass dort nichts verloren geht“* (TK, Z.581-584). Das bedeutet, nicht nur was man sieht, wie im Punkt **5.1.2. Programminhalte** ist wichtig und verändert sich, wie auch im Punkt **5.2.1. Auswahlmöglichkeiten: VoD und lineares TV** angemerkt, sondern das Wie. In der zweiten Fokusgruppe hat ein Befragter die Frage, was sich mit Video on Demand verändert hat, wie folgt zusammengefasst, *„... alles hat sich verändert. Es ist jetzt vollkommene Willkür, entscheiden was, wann, wie, wo ...“* (TK, Z.210-211). Eine weitere Teilnehmerin aus der anderen Fokusgruppe nannte es, *„wahllos“* (TD, Z.197). Das Verhalten mit dem modernen Fernsehapplikationen strukturiert den Lebensalltag. In diesem Beispiel zeigt sich, dass es immer mehr und mehr zu einer aktiven Entscheidung wird fernzusehen.

Das Thema der Entscheidungsfreiheit ist nicht nur im Punkt **5.2.2. Gesellschaftlicher Rahmen** zu vermerken. Die Teilnehmer:innen beider Fokusgruppen legen in der heutigen Zeit viel auf Flexibilität und den Vorteil von Video on Demand, dass man jederzeit ansehen kann was und vor allem wie viel einer Serie oder eines Filmes. Bei dem zweiten Termin erwähnte ein Befragter, *„Ich will entscheiden wie viel ich von der Staffel anschau. Ist aber heute auch noch wichtiger mit den Cliffhängern. Ich habe jetzt begonnen in der Mitte der*

*Folge zu stoppen, wenn sie immer Cliffhänger einbauen. Also bevor ich eine Episode fertigschau geht ganz einfach nicht. Ich lass mich ja nicht überlisten, ja“* (TK, Z.524-528).

Die Freiheit zu sehen was und wo man möchte, war in beiden Fokusgruppen ein vielbesprochenes Thema. Da sie sich besonders mit dem Thema *binge-watching* auseinandersetzt. Sie schreibt über die Umstände und Auswirkungen von Fernsehsessions, die durchschnittlich drei bis fünf Stunden dauern. Unter anderem da oben genannte Cliffhänger ein einfaches Abdrehen der Serien erschweren. Besonders die Umstände zu Zeiten COVID19 vertieften ihre Studien und verdeutlichen die Auswirkungen, von ihr genannte, *Nebenbei-Aktivität* (vgl. Jenner 2017: 339f).

Wie bereits in anderen Kapiteln wie **5.3.2. Rituale in der Familie und deren Umsetzung im Rahmen von VoD und TV** oder **5.4.1. Aktivitäten in Bezug zum Medienkonsum** erwähnt, ist der Besuch im Kino für viele der befragten Personen von großer Bedeutung. Allerdings gab es besonders in der ersten Fokusgruppe die Meinung, dass ein Kinobesuch nicht nur positiv gesehen werden könne. *„Es gibt so schöne Freizeitbeschäftigungen wo die Menschen mit der family zusammen sind, wo sich auch austauschen können wo sie nicht stumm. Zwei Stunden nebeneinander sitzen sich was auch immer reinziehen ja, nein“* (TB, Z.434-436).

#### 5.4.3. Historie & Zukunft

Im letzten Kapitel geht es um die Kategorie *„Historie & Zukunft“*. In diesen Abschnitt fallen alle Aussagen über die Evolution des linearen Fernsehers bis hin zu Video on Demand. Kommentare über die Entstehung, Entwicklung und Modifikation des Fernsehers und Fernsehverhalten, sowie dessen Auswirkungen, werden in dieser Kategorie eingegliedert.

Angefangen bei dem im Punkt **5.1.1. Kindheitserfahrungen der Befragten** erwähnten Basis der klassischen TVs den ersten Sendern in Österreich, über das ebenso in dem Punkt erwähnte Kabelfernsehen, sprachen die Teilnehmenden in deren später Kindheit von den im Punkt **5.1.2. Programminhalte** und **5.2.1. Auswahlmöglichkeiten: VoD und lineares TV** erwähnten der Fernseher an sich zuerst in schwarz-weiß, dann in Farbe, die ersten Fernbedienungen, dann die ersten Serien bis hin zu Kabelfernsehen und schlussendlich Video on Demand. Die Teilnehmer:innen empfanden auch die Ära der Videotheken als Erinnerungswert. Sie merkten an, dass *„Streaming hat ja erst begonnen um die Jahrtausendwende. Die Videotheken sind ja dann erst gestorben als das Streaming*

*gekommen ist. Gibt es ja eben die bekannte Geschichte von den Amerika für die große Kette. Wie haben die geheißen? Blockbuster“ (TK, Z.359-361).*

Netflix hat in Österreich im Jahr 2013 begonnen, mit Netflix folgten auch Video on Demand-Dienste wie Amazon Prime Video oder Disney+ (vgl. Lotz 2014). Wie im Punkt **5.2.1. Auswahlmöglichkeiten: VoD und lineares TV** bereits ist die Ungebundenheit, die übermäßige Auswahl, aber auch der Anreiz alles auf Knopfdruck bereit zu haben gegeben. Ein Teilnehmer der zweiten Gruppe erwähnte auch, dass es zunehmender komplizierter und aufwendiger wird Video on Demand zu bedienen. Damit spricht er die Zukunft der Video on Demand-Medien an. Er spricht davon, dass nicht alles einfacher wird mit Onlinefernsehen, jedoch auch schnell zu viel, beziehungsweise kompliziert wird.

Ebenso erwähnte eine andere Teilnehmerin, wie auch schon im Punkt **5.3.3. Technologische Auswirkungen und Umgangsweisen der Befragten** genannt, dass *„Das weiß ich eben noch nicht wie es sein wird [Die Zukunft im Zusammenhang mit Video on Demand] (TF, Z.890) Wie gesagt das Endgerät wird definieren, wie wir zusammen existieren werden. Also das, wenn wir alle die Brille aufhaben, dann werden wir mit der Brille kuscheln aber das Erleben, der von Content von außen wird über dieses Endgerät stattfinden“ (TF, Z.890-893).* Eine befragte Person aus der zweiten Fokusgruppe hat angemerkt, dass es mit zunehmendem technologischem Fortschritt auch mehr Möglichkeiten beziehungsweise Arten des Fernsehens geben wird. Es waren sich alle Teilnehmer:innen in beiden Fokusgruppen mehr oder minder einig, dass es beide Arten des Fernsehens noch im familiären Konzept noch geben wird. Sowohl das lineare TV, als auch Video on Demand werden sich laut den Teilnehmer:innen weiterentwickeln aber keines beider Sparten wird ganz verschwinden. Besonders das klassische Fernsehen wird, laut den befragten Personen, noch mindestens so lange genutzt, solange die erste Generation des Fernsehapparates noch aktiv fernsieht. Ein befragter aus der ersten Fokusgruppe erklärt, dass sich das Phänomen TV in Zukunft wie folgt entwickeln wird, *„Ich denke auch in 10 Jahren werde ich noch leben und in meinem Alter auch einige andere auch. Aber es wird zurückgedrängt werden, schätze ich mal es für weniger werden. Die Leute die hinter deiner Generation [Andeutung an das Alter der Moderatorin] und die nächste noch die Zeit, die sehen sowieso irgendwo. Ja, also die wissen glaub ich nicht einmal, dass es am Königlberg den ORF gibt, 17, 18 Jährige. Aber es wird weniger, aber geben wird es das noch, schätze ich“ (TB, Z.911-916).* Ein weiteres großes Thema wurde im Bereich Zukunft genannt. Die Teilnehmer:innen, besonders der zweiten Fokusgruppe diskutierten gegen Ende der Zeit darüber, dass Streaming nicht das einzig Elektronische ist, welches in diese Diskussion passt. *„Es geht*



*nicht Streaming versus lineares TV es geht lineares TV versus die Elektronik und die Konsolen. Es ist ja viel breiter als Streaming eigentlich“ (TK, Z.897-899). Die Aussage zielte auf die Tatsache aus, dass oben genanntes Virtual Reality, Handys, Snapchat und ähnliche Phänomene zu einer größeren Diskussion auffordern als nur über lineares und on Demand Fernsehen. Beide Fokusgruppendifkussionen kamen an den Punkt des Zukunftsdenkens. Sie waren beide der Meinung, dass die Zukunft und der technische Fortschritt noch mehr Veränderung bringen werde. Ein anderer Teilnehmer merkt in diesem Zuge auch an, dass es der modernen Technik darum geht, „Der Realität nahe kommen umso und irrelevanter werden dann keine Ahnung Serien Film-Modell“ (TF, Z.914-915).*

### 5.5. Zusammenfassung und Vergleich: Lineares TV und Streamingdienste

Lineares Fernsehen und Streamingdienste zeigen laut den zwei Forschungsgruppen viele Unterschiede aber dennoch auch viele Gemeinsamkeiten auf. Einige Aspekte wurden in mindestens einer Fokudgruppe genannt, die sich bei beiden Arten des Medienkonsumes, ob alleine oder gemeinsam, überschneiden. Besonders im Kapitel **5.3.3. Technologische Auswirkungen und Umgangsweisen der Befragten** und **5.4.3. Historie & Zukunft** ist ersichtlich, dass die, wie Green (2008) sie nennt Evolution mehr als Revolution durch Video on Demand stattfindet, die Technologie sich weiterentwickelt und Gesellschaft sich anpasst (vgl. Green 2008; Lotz 2014). Untenstehend eine bildliche Zusammenfassung der Aussagen über die Aspekte von linearem TV und Video on Demand sowie deren Zusammenhänge:

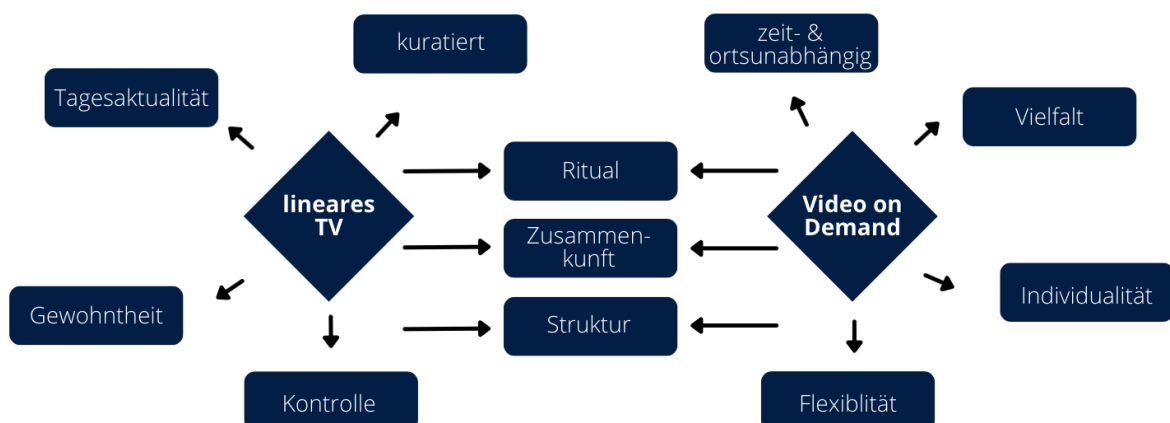


Abbildung 6: Eigene Darstellung: „Lineares TV und Video on Demand im Vergleich“

In obenstehender Abbildung 6 ist, wie bereits im oberen Absatz kurz erwähnt, gut zu erkennen, dass lineares TV und Video on Demand viele Ähnlichkeiten aufweisen und sich in vielerlei Hinsicht überschneiden. Bemerkbar ist allerdings auch, dass beide Arten des Medienkonsums spezielle eigene Merkmale mit sich bringen, die der andere nicht oder nur begrenzt aufweisen kann.

**Lineares TV** weist laut der Literatur (siehe beispielsweise Little & Venkatesh 1994; Spiegel 1992; Robinson 2017 & Jenner 2017) und beider Fokusgruppen spezielle Aspekte wie kuratiertes Programm, Tagesaktualität, Gewohnheit und Kontrolle auf. Besonders die Teilnehmer:innen der ersten Fokusgruppe machten bemerkbar, dass die Idee eines linearen klassischen TVs positiveren Anklang fand als Video on Demand.

Die zweite Fokusgruppe hingegen zeigte im Durchschnitt mehr Affinitäten im Bereich der **Video on Demand**-Technologien. Auch in der Literatur (siehe beispielsweise Robinson 2017; Pradsmadji & Irwansyah 2020; Lobato 2019; Lotz 2014 & Tyron 2013) gibt es viele Studien in denen VoD als positiver Zukunftsausblick herangezogen wird. Aspekte wie die Zeit- und Ortsunabhängigkeit, Vielfalt, Individualität sowie Flexibilität waren in den Fokusgruppengesprächen, sowie der oben genannten Literatur hervorstechend.

Die beiden Arten des Medienkonsums weisen trotz ihrer Unterschiede auch Gemeinsamkeiten auf. In beiden Fokusgruppen kamen die Gespräche immer wieder auf Blickpunkte wie Rituale, Zusammenkunft und Struktur. Besonders die drei Aspekte erschienen in beiden Fokusgruppen als wichtig und an beide Arten der Konsumation anwendbar. Auch in der Literatur ist erkenntlich, dass lineares TV und Video on Demand nicht zwangsweise als zwei ganzheitlich getrennte und nicht vergleichbare Systeme angesehen werden sollen (siehe beispielsweise Mulla 2022; Bhat 2021; Rosenberg 2013; Lotz & Lobato 2023).

## 6. Diskussion

Die bedeutendsten Ergebnisse der durchgeführten Studie werden in folgendem Kapitel nochmals zusammengefasst und in Verbindung mit der literarischen Basis genauer betrachtet, um die Aussagen und Aspekte der Forschungsgruppen mit dem Geschriebenen in der vorhandenen Literatur zu vergleichen und in Relation setzen zu können. Die Ergebnisse der Fokusgruppendiskussionen werden somit auf die am meisten behandelten Punkte reduziert und mithilfe der Literatur genauer definiert und auf die Basis der Forschungsfrage untersucht.

### 6.1. Familiäre Veränderung durch TV und Video on Demand

“What makes these streaming services so interesting to us is the question of how their different affordances, deriving from their distribution technology and business model, enable them to differentiate themselves from existing linear services and the industrial priorities we have come to expect“ (Lobato 2019: 3).

Durch die Fokusgruppen und auch die Literatur lässt sich hervorheben, dass lineares TV sowie VoD einen gemeinschaftlichen Faktor mit sich bringen. Wie in Abbildung 6 zu sehen ist geben beide Medien Struktur. In beiden Forschungsgruppen, so wie in der rituellen Literatur von Blumer (2013) zeigt sich, dass durch Struktur Rituale entstehen und diese wiederum Struktur geben. Folglich entstehen durch die strukturgebende Wirkung wieder Rituale. Kühn & Koschel (2018) sehen den gemeinschaftlich strukturierten Charakter auch als Kern einer (Fokus-)Gruppe an. Die Teilnehmer:innen nannten das Phänomen im Rahmen von VoD und linearem TV in der Diskussionsrunde „*strukturgebend*“ (TA, Z.101) oder „*Der strukturierte Tagesablauf, das gibt Vertrautheit einfach*“ (TA, Z.1178).

Ebenso stellte sich der Punkt der Nachrichten, besonders beim klassisch-linearen TV, als Hauptaugenmerk in vielen Diskussionsphasen dar. Hierbei war es indifferent, ob viel, wenig oder gar kein Fernsehen oder Video on Demand genutzt wurde. Spätestens bei dem Thema der Nachrichten, besonders dem Format *Zeit im Bild*, kurz ZIB, wie im Punkt **5.1.2. Kategorie: Programminhalte** und **5.3.2. Rituale in der Familie und deren Umsetzung im Rahmen von VoD und TV** erwähnt, waren sich die Teilnehmer:innen einig, dass dies nach wie vor ein Thema ist und auch noch in Zukunft eines sein werde. „*Naja ZIB schau ich mir auch ziemlich regelmäßig an*“ (TJ, Z.702). Sie nannten es „*Usus*“ (TI, Z.96). Autoren

wie Brown und Barkhuus (2011) unterstreichen diese Aussage, und dass das Programm eine stets wichtige und auch zukünftig bedeutsame Rolle spielen wird (vgl. Brown & Barkhuus 2011).

Auf der anderen Seite berichten Autoren wie Baker et al. (2023) und McKenzie et al. (2019) über das Phänomen, welches bereits relativ früh besonders in der ersten Fokusgruppe aufgetaucht ist: die Reizüberflutung der modernen Zeit (vgl. Baker et al. 2023; McKenzie et al. 2019). Robinson (2017) zeigt in ihrem Beitrag *Television on demand: curatorial culture and the transformation of TV* auf, dass es in Zeiten von Video on Demand und der Masse an unterhaltungsfokussierten Inhalten schwierig ist, den passenden Titel zu finden. Ebenso erläutern die Befragten in den Fokusgruppen es wie folgt, „*Und das Problem ist ich mache jetzt eine massive Reizüberflutung und zu wenig Informationen*“ (TK, Z.433-434). Das Thema der Reizüberflutung, besonders bei der jüngeren Generation beschäftigt auch Autoren wie Grece (2021) oder Xiao und Benbasat (2007), da diese der Meinung sind, dass zu viel Information schnell überwältigend und überfordernd sei. Die Fokusgruppenteilnehmer:innen nannten das Phänomen in der ersten Fokusgruppe „*Überangebot*“ (TB, Z.321) oder „*Informationsüberfluss*“ (TE, Z.1221) in der zweiten Fokusgruppendifkussion (siehe Punkt **5.1.2. Programminhalte**).

Die Fokusgruppen ließen den Unterschied von „*Kinderfernsehen*“ (TC, Z.135) und „*Elternfernsehen*“ (TC, Z.142), besonders bei kuratiertem linearem Fernsehen in den Diskussionen aufkommen. Die Autor:innen Baker et al. (2023) sind in diesem Bereich anderer Meinung. Sie schreiben, dass es keine klaren Unterschiede zwischen den verschiedenen Inhalten gibt beziehungsweise gab (vgl. Baker et al. 2023). Bei Video on Demand-Kanälen vermischt sich laut den Befragten die Spanne zwischen dem altersgruppengerechten Fernsehen, da – wie ein Teilnehmer angemerkt hat die (Selbst-) Kontrolle schwieriger und unübersichtlicher wird.

In den Fokusgruppen sowie in der Literatur bei Lotz (2014), Katz (2009) oder bereits bei Wolin und Bennett (1984) zeigt sich der TV als Treffpunkt und vor allem die Zeiten von halb 8 Uhr bis halb 9 Uhr als ausschlaggebend für das Abendprogramm und die gemeinschaftliche Zusammenkunft (vgl. Lotz 2014; Katz 2009; Wolin & Bennett 1984). Die Fokusgruppenteilnehmer:innen haben in beiden Gruppen den Aspekt der gemeinschaftlichen Zeit besprochen. Ebenso wie Müller (2022) oder Klosa (2016) sind sie in beiden Fokusgruppen zu dem Outcome gekommen, dass die gemeinsame Zeit sowohl bei

dem linearen TV als auch unter anderem durch den Mangel an alternativen Fernsehgeräten, zu einer rituellen Aktivität wurde (vgl. Klosa 2016; Müller 2022). Unter Blumers zweiter Prämisse *Meaning* (engl.: Bedeutung/Sinn) hat sich das gemeinsame Fernsehen bereits in Zeiten des Fernsehapparates vor dem Onlinemedien verbreitet. Die Befragten berichteten ebenso wie in der Studie von Rosenberg (2013), dass es eine gewisse Bedeutung in der Familie hatte und nach wie vor hat (vgl. Blumer 2013; Rosenberg 2013). Besonders galt das gemeinsame Essen, laut Autor:innen wie Feldmann et al. (2007) oder auch Chitakunye und Maclaran (2014), vor dem TV als familiäres Ritual, wie im Punkt **3.3.2. Rituale in Bezug zum TV** genauer nachzulesen ist (vgl. Feldmann 2007; Chitakunye und Maclaran 2014). In der heutigen Zeit gibt es laut den befragten Personen beider Fokusgruppen solch ein Ritual nach wie vor. Es habe sich verändert allerdings wird die gemeinsame Zusammenkunft aktiver und absichtlicher gestaltet als damals. Gemäß Jurczyk (2014) definiert sich Familie durch ein aktives gemeinschaftliches Tun. In dem Ansatz von „*doing family*“ erklärt sie diese absichtliche Gemeinschaft. Auch Autoren wie Green (2008) sehen diese Veränderung als Evolution nicht als Revolution. Autoren wie Matrix (2014) zeigen auf, dass durchaus eine Veränderung vorliegt, allerdings deren Meinung nach ist Video on Demand eine Ergänzung und kein Ersatz zum linearen Fernsehen (vgl. Green 2008; Jurczyk 2014; Matrix 2014).

Wie im oberen Kapitel angemerkt zeigt die Studie von Rosenberg (2013), dass die Nostalgie der Teilnehmer:innen an die früheren Familienabende vorhanden sei. Dennoch lässt sich durch die Befragung in diesem Paper zeigen, dass die Personen im Interview durchwegs positive Erinnerungen an gemeinsame Fernsehabende hegen (vgl. Rosenberg 2013). Die gemeinschaftliche Aktivität des Fernsehens verändert sich allerdings laut der Literatur (vgl. Katz 2009; Lobato 2019; Mulla 2022). Sie ist in den meisten Schriften noch als ein Indiz von Gemeinschaft durch den Fernseher oder Video on Demand auffindbar. Bezogen auf den rituellen Aspekt nach Wulf (2015), gab es in beiden Fokusgruppen eine klare Tendenz, dass diese nach wie vor noch wichtig seien und stattfinden. Gemäß Autoren:innen wie Wulf (2015), Müller (2022), Jurczyk (2014) oder auch bereits bei Klapp (1959) gehören rituale Verhaltensweise zu einer Gesellschaft und so auch innerhalb einer funktionierenden Familie dazu. Besonders Wulf (2015) und Müller (2022) zeigen in ihren Schriften auf, dass ein Leben mit Ritualen die Personen glücklicher wirken lassen und nach Jurczyk (2014) sind Rituale, beziehungsweise strukturierte Abläufe innerhalb einer Familie Teil des Ansatzes von „*doing family*“ (vgl. Jurczyk 2014; Klapp 1959; Müller 2022; Wulf 2015). In der ersten

Fokusgruppe wurde die Wichtigkeit von Ritualen wie folgt zusammengefasst, „*Und man blickt so gerne auf die Rituale zurück. Wie bei meinen Kindern. Da haben wir immer dieses Schlafengehen-Ritual gehabt mit Duschen gehen und Zähneputzen und dann lesen meine Geschichte und dann singen wir noch ein Lied und ich werde noch ein Lied, jo – Von dem zehrt man glaube ich schon sehr lange*“ (TD, Z.1172-1175). Diese Aussage unterstreicht auch Durkheim's Ansicht aus dem Jahre 1995, in der er betont, dass Rituale eine zentrale Bedeutung für ein erfolgreiches menschliche Zusammenleben sind. Ebenso zeigt sich bei dem Text von Schierbaum und Ecarius (2022), dass ein gemeinsames Miteinander das Gefühl von Familie vermittelt wird (vgl. Durkheim 1995; Schierbaum & Ecarius 2022).

Weiters wurde viel über andere Aktivitäten geredet, welche ein Gemeinschaftsgefühl hervorrufen wie beispielsweise den Familienfernsehabends. Wie bei Jurczyk (2014) zeigt sich, dass Tätigkeiten im familiären Band verbinden (vgl. Jurczyk 2014). Besonders in der ersten Fokusgruppe bestand eine Person darauf, dass es auch Unternehmungen abgesehen des TVs gibt, die die Familie stärken. In der zweiten Fokusgruppe lag der Fokus auf Kinoabenden als Aktivität. Dennoch wurde auch angemerkt, dass durch Video on Demand die Möglichkeit entsteht, Kinoabende zuhause zu gestalten. Wie das Zitat des Punktes **5.3.2. Rituale in der Familie und deren Umsetzung im Rahmen von VoD und TV** zeigt, „... *wir schauen mit ihr und wir machen wirklich Kinoabend. Wir gehen jetzt nicht ins Kino aber wir machen sozusagen heute am Abend darfst du ein bisschen länger aufbleiben und wir schauen mit die einen Film ...*“ (TA, Z.640-642). Auch Autor:innen wie Mikos (2016) oder Robinson (2017) bestätigen zum einen, dass Unternehmungen außerhalb der eigenen vier Wände der Familie guttun und zum anderen, dass sie den Gemeinschaftsgefühl fördern. Weiters gibt es auch Autor:innen wie Jones (2009) zu den Anfängen von Video on Demand, oder Lotz und Lobato (2023) in der moderneren Zeit, die der Meinung sind, dass ein Ritual mit Video on Demand und im eigenen Zuhause einen ähnlichen Wert hat wie die bereits eingebürgerten (vgl. Jones 2009; Lotz & Lobato 2023; Mikos 2016; Robinson 2017).

## **6.2. Familiäres Management und Erziehung rund um Video on Demand und TV**

Besonders das im obigen Kapitel erwähnte Thema der Kontrolle beziehungsweise des Managements der Kinder, war im Bereich von Video on Demand ein vielbesprochenes Thema, auch in der Literatur. Autor:innen wie Mulla (2022) und Padilla-Walker, Coyne und Fraser (2012) schreiben über die Erziehung im 21. Jahrhundert und, wie auch in der

Fokusgruppe besprochen, über den Nutzen von Apps zur Steuerung des Onlinekonsums der Kinder (vgl. Padilla-Walker, Coyne & Fraser 2012; Mulla 2022). Hierzu hieß es in der Gruppendiskussion beispielsweise, dass der Sohn schon mit acht Jahren Filme ab 16 Jahren ansehen durfte. Solche Aussagen zeigen eine Veränderung im innerfamiliären Verhalten. Allerdings gelten die Auswirkungen nicht immer nur dem Psychischen, sondern auch dem Physischen. Autor:innen wie Oh und Vukina (2022) schreiben, „There are numerous studies on how screen time affects children’s physical health such as obesity, metabolic syndrome and risk for cardiovascular disease, as well as mental health, self-esteem, pro-social behavior, and academic achievement“ (Oh & Vukina 2022: 70). Ebenso wurde in den Fokusgruppen immer wieder von Sucht gesprochen. Gerade bei Kindern merken Autor:innen wie Ferguson (2015) im Rahmen von Videospielen an, dass die Gefahr größer sei als bei Erwachsenen. In der zweiten Fokusgruppe wird daher mit Apps versucht entgegenzuwirken und so die Kontrolle über das Konsumverhalten der Kinder zu erlangen (vgl. Ferguson 2015; Oh & Vukina 2022).

Da auch nach dem Autor Green (2008) die Individualität mit Video on Demand gefördert wird, laufen die Kinder auch laut beider Fokusgruppen Gefahr, sich abzuschotten und nicht gemeinsam, sondern allein fernzusehen. *„Ich hab keine Ahnung was sie schauen außer sie, sie kommen jetzt schon her und zeigen es mir ...“* (TG, Z.810-812). Diese Aussage unterstützt die Ansicht der Autor:innen Jenner (2017) sowie Lotz und Lobato (2023), dass Video on Demand in ihrer Flexibilität, der Verfügbarkeit und den Auswahlmöglichkeiten dazu verleitet den Überblick zu verlieren. Die Autor:innen Sadza et al. (2023) untersuchten die Effekte auf Kinder und Jugendliche durch Video on Demand und sind zu dem Entschluss gekommen, dass *„As such, this portrayal may be worrisome, especially because the non-linear nature of video-on-demand platforms allows adolescents to watch much of this content without parental supervision“* (Sadza et al. 2023: 7) (vgl. Green 2008; Jenner 2017; Lotz & Lobato 2023; Sadza et al. 2023).

Ebenso sprechen die Teilnehmer:innen beider Fokusgruppen im Bezug zur Veränderung der gemeinschaftlichen Zeit vor dem TV/VoD-Gerät von, *„Also ich glaube das ist eben genauso wie es einfach früher war so sein, dass er Teil der Zeit vor ein paar älteren Kindern, die alle extra sind und genauso wieder irgendwie gemeinsam. Dann wird es eben und ob das jetzt eben jetzt irgendwie Netflix Sachen sind oder eben normales Fernsehen oder wie auch immer, ich glaub es wird ziemlich gleichbleiben“* (TI, Z.957-961). Die Befragten beider

Gruppen erläuterten mehrere negative Aspekte bezüglich Video on Demand und der gemeinsamen Zeit. Dennoch revidierten sie in beiden Gruppen, in der zweiten häufiger als in der ersten Fokusgruppe, dass wie in dem Zitat oben erkenntlich, nicht alles rund um VoD und ToD negativ zu sehen ist. Autor:innen wie Jones (2009) haben in ihrer Studie festgestellt, dass Fernsehen nach wie vor als soziale Aktivität gilt, jedoch anders als die Teilnehmer:innen der Fokusgruppen in dem obigen Statement behaupten, sind Sozialwissenschaftler:innen wie Katz (2009) oder Fudurić (2018) der Ansicht, dass VoD die Art der Konsumation verändern wird und schlussendlich auch den herkömmlichen TV theoretisch ersetzen könnte (vgl. Fudurić 2018; Jones 2009; Katz 2009). „Though to this point, streaming television has acted more as a supplement to than a replacement for broadcast or cable viewing, that situation could easily change, especially as streaming services advance in both technological sophistication and content variety“ (Jones 2009: 15).

Video on Demand zeigt die größten Merkmale im Bereich der Technologie. Die Orts- und Zeitunabhängigkeit stechen bei diesem Medium hervor (vgl. Tyron 2015). In beiden Fokusgruppen zählte das, wie auch bei Jenner (2017), als eines der größten Vorteile von Streamingdiensten online. Miteinher geht hier allerdings die Komplexität. Einer der zwei ältesten Teilnehmer (55 Jahre) beklagte die Komplexität der Streamingdienste. Nach Mulla (2022) und McKenzie et al. (2019) bringen neue Technologien stets Veränderung mit sich. Die Mehrheit der Autor:innen sowie auch die beiden Fokusgruppen, sind der Meinung, dass Video on Demand das lineare TV in naher Zukunft nicht ablösen wird, aber sich die Gesellschaft dennoch auf die Neuerung einstellen muss (vgl. Jones 2009; Mulla 2022; McKenzie et al. 2019). Ebenso zeigte sich in einer Fokusgruppe, dass nicht jede Neuerung im Video on Demand-Bereich auf positiv gestimmte Konsument:innen stößt. Besonders das *binge-watching* stach in Jenner's Paper hervor. Sie beschreibt hierbei, dass es sich um mehrere Stunden-Sessions handelt in denen oftmals eine Serie in einem durchgesehen wird. Ein Teilnehmer nannte es „*total Kontrolle*“ (TK, Z. 519), wenn er entscheiden kann, wie viel er von einem Inhalt sehen möchte und sein Fernsehverhalten nicht durch Cliffhänger oder einem anderen zeitlichen Aspekt abhängt. Er nannte es sich „*überlisten*“ (TK, Z.528) lassen. „*Ich habe total Kontrolle darüber wann ich was wie schaue, speziell bei Serien*“ (TK, Z.519-520).

Sie ist auch der Meinung, dass sich das auf die Gesundheit auswirken kann. Auch hervorzuheben ist ihre Aussage zu der *Nebenbei-Aktivität* (vgl. Jenner 2017: 339f). Die Autorin sieht die *Nebenbei-Aktivität*, ebenso wie ein Teilnehmer der zweiten Fokusgruppe



als kritisch an. Die befragte Person erläuterte, dass die der Fernsehinhalt mehr als Hintergrundkulisse nebenbei dienen soll, als wirklich zur Unterhaltung. Ein Teilnehmer der zweiten Fokusgruppendifkussion teilte mit, dass „*Ich brauche wirklich Berieselung im Hintergrund*“ (TF, Z.730). Ein anderer Befragter teilte mit, dass er stark abgeneigt ist den Fernseher oder Video on Demand als Hintergrundgeräusche zu benutzen, da seine Mutter dies nach wie vor tut. Das bezieht sich somit auf die dritte Prämisse Blumer's. Der Teilnehmer setzte sich interpretativ mit der Tatsache auseinander und stellte fest, dass dieses Verhalten für ihn nicht tragbar ist und im Rückbezug auf Meads (1934) *Self* dies nicht weiterausgeübt werden kann (vgl. Blumer 1979; 2013; Mead 1934). Er definiert es als sehr störend. Ein anderer Teilnehmer der ersten Diskussionsrunde erwähnte, dass junge Leute, unter anderem seine Kinder, nicht mehr deren Aufmerksamkeit auf einen Film oder eine Serie lenken können. Ferguson (2015) stellt im Rahmen von Videogames fest, was auch Rosenberg (2013) in der Studie erkennt: Sie definieren wie wertvoll und spaßig neue Technologien für die Konsument:innen sein können. Wie auch in den Fokusgruppen erwähnt, verlieren vor allem Kinder die Konzentration und die Fähigkeit aufmerksam zu sein durch Neuerungen im Technikbereich, wie beispielsweise kurzlebige Videospiele oder Online-Kurzvideos (vgl. Ferguson 2015; Oh und Vukina 2022; Rosenberg 2013).

Auf der anderen Seite helfen TV-Inhalte wie Dokumentationen und Video on Demand-Inhalt wie informative Kurzvideos, Erklärvideos, genauso wie Online-Dokumentationen das Lernbedürfnis der Kinder zu stimulieren. Zwei Fokusgruppenteilnehmer:innen waren allerdings auch der Meinung, dass es zwar mehr Angebot für informative Inhalte gibt diese aber eher die Neugier bremsen, da es, wie im obigen Kapitel und dem Punkt **5.1.2. Programminhalte** bereits erwähnt zu einem „Überangebot“ (TB, Z.321) oder „Informationsüberfluss“ (TE, Z.1221) führt. Ein Punkt, der allerdings deutlich positiv aufgefallen ist in den Fokusgruppendifkussionen, vor allem in der Zweiten, ist die Option, die Inhalte in mehreren Sprachen, besonders in Englisch beziehungsweise der Originalsprache zu sehen. Ein Teilnehmer merkte an, dass sein Sohn Inhalte auf Russisch sieht, um so die Sprache zu erlernen. In der zweiten Fokusgruppe teilte ein Teilnehmer, bezogen auf seinen Sohn folgende Aussage, zu diesem Thema mit, „*Ich muss jetzt Englisch anschauen, ja. Weil ich die Sprache besser so lerne*“ (TK, Z.550). Die Autor:innen Hoffman et al. (2011), stimmen dem Lernpotenzial von VoD zu und zeigen in ihrem Paper auf, dass über 80% aller inkludierten Personen der Meinung seien etwas, in der

Studie online dazugelernt zu haben und 91% merkten zudem an besser durch Videos als durch Text zu lernen (vgl. Hoffman et al. 2011).

## 7. Conclusio

Auf Basis der Forschungsfrage „**Wie verändert sich das familiäre Verhalten durch die Verfügbarkeit von Video on Demand in österreichischen Haushalten?**“ mit der Unterfrage, „Wie adaptieren Familien ihre gemeinsame Zeit und Erziehungsgewohnheiten angesichts der Verfügbarkeit neuer Technologien wie VoD an und welche Herausforderungen stellen sich im Umgang mit VoD?“ kann zusammenfassend festgestellt werden, dass:

Das Zusammenspiel von Familie, Ritualen und neuer Technologie wie Video on Demand vielseitig und schwer zu definieren ist. Dennoch ist aufgefallen, dass in beiden Fokusgruppen ähnliche Aussagen und Stellungnahmen bezogen auf die heutige Situation mit Video on Demand-Systemen besprochen wurden. Besonders hervorstechend ist in der ersten Gruppe eine allgemein negative Einstellung zu Video on Demand. Die Teilnehmer:innen haben sowohl positive als auch negative Punkte im Bezug zu VoD genannt, dennoch herrschte eine skeptische Stimmung gegenüber der technologischen Neuerungen. Die zweite Fokusgruppeneinstellung zu Video on Demand zeigte sich als positiver. Die Diversität der Literatur ließ sich in den verschiedenen Standpunkten der Teilnehmer:innen bemerkbar machen. Eine Ähnlichkeit zu diesen gespaltenen Meinungen spiegelt sich somit auch in der Literatur wider, besonders Autor:innen über die Kontinente hinweg sehen die Entwicklung verschieden. Manche Wissenschaftler:innen sind der Meinung (siehe Lotz 2014; Lotz & Lobato 2023 oder Mulla 2022), dass die Zukunft mit Video on Demand Weiterentwicklung und Potenzial bietet. Andere Autor:innen (siehe Katz 2009; Wayne 2018; Żerebecki et al. 2021 oder Robinson 2017) sehen die Zukunft ebenso positiv, jedoch zeigen sie, wie in der ersten Fokusgruppe ihre Bedenken auf und tendieren dazu die neuen Technologien mit Vorsicht zu genießen. Vereinzelt lassen sich auch noch Autor:innen gegen Video on Demand oder auch gegen das lineare TV aufweisen.

In Hinblick auf die Familie hat Jurczyk (2014) bereits zusammengefasst, was sich auch mit der hier vorliegenden Studie zeigen lässt, „Man ‚hat‘ eine Familie nicht einfach, sondern man muss sie ‚tun‘ “ (Jurczyk 2014: 119). Das bedeutet hinsichtlich der Untersuchung, dass sich durch Technologien wie in erster Linie der TV und später Video on Demand viele neue Möglichkeiten ergeben, die Familie und deren Rituale aufleben zu lassen, dennoch benötigt es, wie auch schon Durkheim (1972) im Sinne der Familie und Wulf (2015) im Zeichen der

Rituale genannt haben, immer den Willen Gemeinschaft zu bilden und Aktivitäten innerhalb der Familie durchzuführen und zu bewahren (vgl. Durkheim 1972; Jurczyk 2014; Wulf 2015). Mit Video on Demand wird dies nun anders umgesetzt, wie noch mit dem linearen TV davor. Dennoch zeigen auch die beiden Fokusgruppen, dass es nicht am familiären Willen scheitert aus den gegebenen Möglichkeiten ein familiäres Erlebnis zu planen. Sei es einen gemeinsamen Familienfernsehabend oder ein ritueller Serienabend innerhalb der Familie. Ganz nach Blumers (2013) Prämissen handeln die Familienmitglieder auf Basis der Bedeutung die gemeinschaftlichen Aktivitäten und Familienabende für sie haben. Somit können auch familiäre Abläufe die mit neuen Technologien, wie Video on Demand verbunden sind im Zuge der Prämissen ein kollektives Handeln und fortlaufend ein Ritual ergeben (vgl. Blumer 2013; ebd. 2015).

Besonders die zweite Fokusgruppe zeigte auf, dass diese Abende nach wie vor existieren, jedoch anders. Wie auch Jurczyk (2014) feststellte, passen sich die Familien auf die Umstände und die Zeiten an und finden so ihren individuellen familiären Rhythmus von Ritualen und gemeinschaftlichen Aktivitäten gemäß der Zeit, in der sie leben. Angesichts der Rituale werden auch diese breiter. Nach Autor:innen wie Wulf (2015), Bossard und Boll (1950) oder auch Chitakunye und Maclaran (2014) gelten Rituale in Bezug zur Familie als adaptierbar. Ebenso ist aufgrund der Fokusgruppen und dem Punkt **5.3.2. Rituale in der Familie und deren Umsetzung im Rahmen von VoD und TV** aufgezeigt, dass simple Familienrituale, wie das Zähneputzen vor dem gemeinsamen Fernsehen, das gemeinschaftliche Kinogehen oder zuhause Fernsehen, nach wie vor in modernen Familien wichtige Rollen spielen. Sie erscheinen anders als in Zeiten vor dem Fernsehen oder vor Video on Demand, aber sie existierten damals und werden auch in der heutigen Zeit noch (anders) ausgeführt, um die Familie und deren soziales Miteinander, wie Schierbaum und Ecarius (2022) es nennen, zu garantieren (vgl. Bossard & Boll 1950; Chitakunye & Maclaran 2014; Schierbaum & Ecarius 2022; Wulf 2015).

Bezüglich der Unterfrage der Forschungsfrage, lässt sich aufgrund der Literatur und besonders der ersten Fokusgruppe erläutern, dass die Erziehung viele neue Hürden zu meistern hat. Aufgrund der neuen Technologien werden die Erziehungsberechtigten oftmals kreativ. Wie im Punkt **5.2.3. Adaption der Erziehungsmethoden der Fokusgruppenteilnehmer:innen** beschrieben, werden neue Erziehungsmethoden, wie Apps zur Kontrolle von Onlineaktivitäten von den eigenen Kindern, herangezogen. Auch

andere Herausforderungen, wie neue Applikationen und Videoformate gilt es zu meistern. In Hinblick auf eine genauere Beantwortung der Unterfrage bietet sich eine weitere intensivere Forschung mit Fokus auf die Erziehungsmaßnahmen sowie Herausfordernden der neuen breiter gefächerten Technologien im 21. Jahrhunderts an.

Im Großen und Ganzen wird deutlich, dass Familie, wie auch schon Burkhard (2008) es genannt hatte, ein fluides sowie ein flexibles Konzept darstellt. Wie bereits von Durkheim erklärt, fokussiert sich die gemeinsame Zeit auf die unreifen Jahre der Kinder (bis zum 21. Lebensjahr), weshalb die hier durchgeführte Untersuchung sich auch auf Elternteile mit Kindern bis zu dem 22. Lebensjahr fokussiert. Er fokussiert die Familie, wie im Punkt **3.1.1. Kernfamilie nach Émile Durkheim** nachzulesen, in vier Teile, wobei der letzte Part der Gleichheit (*Equifinality*) in der moderneren Zeit wichtiger wird. Besonders in der zweiten Fokusgruppe zeigte sich, dass die Kinder immer mehr als ebenbürtig angesehen werden und Angaben wie beispielsweise Altersgrenzen bei Filmen oder Zubettgehzeiten nicht mehr zwangsweise der Erziehungsnorm der Teilnehmer:innen entsprechen. Wie auch schon von Durkheim angesprochen, ändert sich einer der vier Teilaspekte der Familie, ändern sich auch die anderen drei (Teilaspekte übersetzt: Hierarchie, Abgrenzung und Gleichgewicht) (vgl. Durkheim 1888 zitiert nach Lamana 2002).

Anzumerken ist ebenso, dass wie im Punkt **2.2.6. Exkurs: TV & Streamingdienste als rituelles Verhalten in Zeiten von COVID19 (2020 – 2022)** der Ausbruch der weltweiten Coronapandemie der Entwicklung und besonders der Forschung von Video on Demand und Familienzusammenleben eine unerwartete Wendung gegeben hat. Da in dieser Zeit ein außergewöhnliches Maß an Streaming- und TV-Inhalten konsumiert wurden, wäre eine Untersuchung rund um diese Zeit zu dem Thema Familie und Video on Demand von weiterem Interesse. Auch Autor:innen wie Mulla (2022) schneiden das Thema und die besonderen Ergebnisse von Studien zu dieser Zeit an und stellen fest, dass „Furthermore, the global lockdown period caused by COVID-19 resulted in a high number of users opting for services“ (Mulla 2022: 8). Wie man auch an den Bewegtbildstudien aus den Jahren 2022 und 2023 und besonders in der Abbildung 3 erkennt, gab es in den Jahren zwischen 2020 und 2022 eine erhöhte Nutzung von Bewegtbildinhalten, bevor sie in dem darauffolgenden Jahr wieder gesunken ist (vgl. Bewegtbildstudie 2022; 2023). Aus diesen Gründen wäre eine Folgestudie zu diesen speziellen Jahren von Interesse.

## 7.1. Limitationen und Ausblick

Da es sich in vorliegender Untersuchung um die Methode der Fokusgruppendifkussion im Zuge einer qualitativen Forschung handelt, lassen sich die Limitationen im Rahmen der Reliabilität feststellen. Wie bei den meisten qualitativen Studien gibt es auch hier das Problem der Repräsentativität, da von wenigen Personen auf die Allgemeinheit geschlossen wird (vgl. Breitling 2000: 115f). Ebenso ist, wie auch Breitling (2000), Kühn und Koschel (2018) oder Schulz (2012) bereits in ihren Schriften zu Fokusgruppen angemerkt haben, die Methode als relativ jung einzustufen. Daher gilt auch die Methode durch ihren wissenschaftlichen Stand als eine Art Limitation. Da die Methode der Fokusgruppendifkussion noch nicht lange in Verwendung ist, kann eher von wissenschaftlichen Lücken ausgegangen werden, solange die Vorgehensweise selbst noch nicht genau erforscht wurde (vgl. ebd. 2000; Kühn und Koschel 2018; Schulz 2012).

Weiters sollte darauf hingewiesen werden, dass sich die Arbeit auf österreichische Daten stützt. Alle Teilnehmer:innen der Fokusgruppen sind Österreicher:innen und in einem ähnlichen Alter. Ebenso wie deren Kinder, waren die Befragten relativ homogen, in Hinblick auf deren soziodemografischen Daten (nachzulesen in Punkt **9.2. Soziodemographische Daten der Fokusgruppenteilnehmer:innen**). In weiteren Forschungen könnten Interviews mit den Kindern der Teilnehmer:innen oder auch eine breiter gefächerte Gruppe an zu befragten Personen in Erwägung gezogen werden. Auch erwähnenswert ist die Akquise der Teilnehmer:innen, da sich diese als besonders schwer herausstellte. Die Altersdefinitionen der Erziehungsberechtigten sowie deren Kinder wurden in einem kleinen Rahmen gewählt und es wurde mit dem Schneeballprinzip nach passenden Fokusgruppenteilnehmer:innen gesucht. Dies zeigt wiederum eine Limitation auf und könnte in weiteren Studien anders beziehungsweise breiter angesetzt werden.

Eine weitere Limitation in dieser Arbeit sind die behandelten Medien *Lineares TV* und *Video on Demand* als Untersuchungsgegenstand. Da ein größerer Bereich den Rahmen einer Masterarbeit sprengen würde, lässt jedoch das Untersuchungsfeld für Folgestudien Platz für einen breiteren Bereich. Wie auch schon von den Teilnehmer:innen der zweiten Fokusgruppe erkannt, ist das Feld von Video on Demand nicht das Einzige, dass im Rahmen der neuen Technologie Einfluss auf die Familie hat. *„Es geht nicht Streaming versus lineares TV es geht lineares TV versus die Elektronik und die Konsolen. Es ist ja viel breiter als*

*Streaming eigentlich“* (TK, Z.897-899). Somit gilt es aufgekommene Themen, wie *Argumented Reality*, *Gaming* oder *Smartphones*, als Basis für weitere Untersuchungen heranzuziehen, um herauszufinden, ob und welche der neuen Technologien die Familienzusammengehörigkeit und die Familienzeit beeinflusst.

## 8. Literaturverzeichnis

- Baker, D., Balanzategui, J., & Sandars, D. (2023). Netflix, Dark Fantastic Genres and Intergenerational Viewing: Family Watch Together TV. Taylor & Francis.
- Benighaus, C., & Benighaus, L. (2012). Moderation, Gesprächsaufbau und Dynamik in Fokusgruppen. Fokusgruppen in der empirischen Sozialwissenschaft: Von der Konzeption bis zur Auswertung, 111-132.
- Bhat, N. (2021). Interview with Ishita Tiwary. May 18, 2021. In: Lotz A. & Lobato R. (2023). Streaming Video: Storytelling Across Borders, 71 – 88.
- Blumer, H. (1979). Methodologische Prinzipien empirischer Wissenschaft. Gerdes, K. (Hg.): Explorative Sozialforschung. Einführende Beiträge aus „Natural Sociology“ und Feldforschung in den USA, Stuttgart, 41-62.
- Blumer, H. (2013). Symbolischer Interaktionismus: Aufsätze zu einer Wissenschaft der Interpretation. Suhrkamp Verlag.
- Bossard, J. H., & Boll, E. S. (1950). Boll, Ritual in Family Living. Philadelphia: University of Pennsylvania.
- Breiling, M. (2000). Fokusgruppen. In: Bürki, R. (2000). Klimaänderung und Anpassungsprozesse im Wintertourismus (Vol. 6). Ostschweizerische Geographische Gesellschaft.
- Brown, B., & Barkhuus, L. (2011). Changing practices of family television watching. In The connected home: The future of domestic life (pp. 93-110). London: Springer London.
- Burkart, G. (2008). Familiensoziologie (1. Auflage). Stuttgart Konstanz: UTB GmbH UVK.
- Bösch, F. (2011). Mediengeschichte. Frankfurt am Main: Campus Verlag GmbH.
- Cha, J. (2013). Predictors of television and online video platform use: A coexistence model of old and new video platforms. Telematics and Informatics, 30(4), 296-310.
- Chitakunye, P., & Maclaran, P. (2014). Materiality and family consumption: the role of the television in changing mealtime rituals. Consumption, Markets and Culture, 17(1), 50–70.
- Craig, A. B. (2013). Understanding augmented reality: Concepts and applications.
- Derr, T. et al. (2021). Die disruptive Innovation durch Streamingdienste. Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.
- Dixit, A., Marthoenis, M., Arafat, S. M. Y., Sharma, P., & Kar, S. K. (2020). Binge watching behavior during COVID 19 pandemic: A cross-sectional, cross-national online survey. Psychiatry Research, 289, Article 113089.
- Durkheim, E. (1921). “La famille conjugale.” Revue philosophique XC:1-14. Edited with notes by Marcel Mauss.
- Durkheim, E. (1972). Emile Durkheim: selected writings. Cambridge University Press.
- Ecarius, J., & Schierbaum, A. (Eds.). (2022). Handbuch Familie: Band I: Gesellschaft, Familienbeziehungen und differentielle Felder. Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.



- Evans, J. R., & Mathur, A. (2005). The value of online surveys. *Internet research*, 15(2), 195-219.
- Fabes, R. et al. (1989). A Time to Reexamine the Role of Television in Family Life. *Family Relations*, 38(3), 337– 341.
- Feldman, S. et al. (2007). Associations between watching TV during family meals and dietary intake among adolescents. *Journal of nutrition education and behavior*, 39(5), 257-263.
- Ferguson, C. J. (2015). Clinicians' attitudes toward video games vary as a function of age, gender and negative beliefs about youth: A sociology of media research approach. *Computers in Human Behavior*, 52, 379-386.
- Frolova, K. (2017). 'We pretty much just watched it all back to back!' Frolova, K. (2017). 'We pretty much just watched it all back to back!' Parenting, digital television viewing practices and the experience of television flow. *Critical Studies in Television*, 12(3), 243– 255.
- Fudurić, M., Malthouse, E. C., & Lee, M. H. (2020). Understanding the drivers of linear television cord shaving with big data. *Journal of Media Business Studies*, 17(2), 172-189
- Green, J. (2008). Why Do They Call it TV When it's Not on the Box? 'New' Television Services and Old Television Functions. *Media International Australia*, 126(1), 95–105.
- Grimes, R. L. (2006). *Rite out of place: Ritual, media, and the arts*. Oxford University Press, USA.
- Hennink, M. M. (2007). *International focus group research: A handbook for the health and social sciences*. Cambridge University Press.
- Hesmondhalgh, D., & Lotz, A. (2020). Video screen interfaces as new sites of media circulation power. *International Journal of Communication*, 14, 386-409.
- Hoffman, J. et al. (2011). Use of on-demand video to provide patient education on spinal cord injury. *The Journal of Spinal Cord Medicine*, 34(4), 404-409.
- Jenner, M. (2017). Binge-watching: Video-on-demand, quality TV and mainstreaming fandom. *International journal of cultural studies*, 20(3), 304-320.
- Jurczyk, K. (2014). Doing Family—der Practical Turn der Familienwissenschaften. *Familie im Fokus der Wissenschaft*, 117-138.
- Katz, E. (2009). The end of television?. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 625(1), 6-18.
- Kaufmann, F. X. (2019). Makrosoziologie und Mikrosoziologie der Familie – mehrebenenanalytische Perspektiven (2007). In *Bevölkerung – Familie – Sozialstaat* (pp. 171–191). Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Kaumanns, R., Siegenheim, V., & Sjurts, I. (2008). *Auslaufmodell Fernsehen? (1. Aufl.)*. Gabler Verlag.
- Kaumanns, R., & Siegenheim, V. (2016). Video-on-Demand als Element im Fernsehkonsum? In: *MediaPerspektiven*. 12/2006, S. 622–629.
- Klapp, O. E. (1959). Ritual and family solidarity. *Social Forces*, 212-214.
- Klosa, O. (2016). *Online-Sehen. Qualität und Akzeptanz von Web-TV*. Wiesbaden, S.27

- Kulak, Ö. (2020). The Binge-watching Experience on Netflix. *Yedi*, (24), 45-55.
- Kühn, T., & Koschel, K.V. (2018). *Gruppendiskussionen: Ein Praxis-Handbuch* (2nd ed. 2018). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden Imprint: Springer VS.
- Lamanna, M. A. (2002). *Emile Durkheim on the family*. Thousand Oaks [u.a.] :: Sage.
- Lamnek, S. (1995). *Qualitative Sozialforschung Band 2. Methoden und Techniken*. Weinheim: Beltz, Psychologie Verlags Union.
- Letak, A. M. (2022). The Promise of Sociology of Television: Investigating the Potential of Phenomenological Approaches. In *Sociological Forum* (Vol. 37, No. 2, pp. 581-602).
- Little, T. D., & Venkatesh, D. (1994). Prospects for interactive video-on-demand. *IEEE multimedia*, 1(3), 14-24.
- Lobato, R. (2019). *Netflix Nations: the geography of digital distribution*. New York: New York University Press.
- Lotz, A. D. (2014). *The Television Will Be Revolutionized*, Second Edition. New York University Press.
- Lotz, A. D., & Lobato, R. (Eds.). (2023). *Streaming Video: Storytelling Across Borders*. NYU Press.
- Matrix, S. (2014). The Netflix effect: Teens, binge watching, and on-demand digital media trends. *Jeunesse: young people, texts, cultures*, 6(1), 119-138.
- Mayring, P. (2015). *Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken* (12., vollständig überarbeitete und aktualisierte Aufl.). Weinheim: Beltz Verlagsgruppe.
- Mayring, P. (2010). *Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken* (Neuausgabe). Weinheim: Beltz Verlagsgruppe.
- McKenzie, C. et al. (2019). Experimental evidence on demand for “on-demand” entertainment. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 161, 98–113.
- Mead, G. H. (1934). *Mind, self, and society* (Vol. 111). Chicago: University of Chicago press.
- Mikos, L. (2016). Digital media platforms and the use of TV content: Binge watching and video-on-demand in Germany. *Media and communication*, 4(3), 154-161.
- Mulla, T. (2022). Assessing the factors influencing the adoption of over-the-top streaming platforms: A literature review from 2007 to 2021. *Telematics and Informatics*, 69, 101797.
- Morgan, D. L. (1997). *Focus Groups as qualitative research*. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications.
- Müller, H. (2022). Familie, Rituale und Erziehung. In: Schierbaum, A., & Ecarius, J. (2022). *Handbuch Familie: Band II: Erziehung, Bildung und pädagogische Arbeitsfelder* (2nd edition). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden Imprint: Springer VS
- Oh, S. E., & Vukina, T. (2022). Estimating Parental Demand for Children’s Screen Time in a Model of Family Labor Supply. *International Advances in Economic Research*, 28(3-4), 69-89.

- Padilla-Walker, L. M., Coyne, S. M., & Fraser, A. M. (2012). Getting a high-speed family connection: Associations between family media use and family connection. *Family Relations*, 61(3), 426-440.
- Parsons, T. (1965). Full citizenship for the Negro American? A sociological problem. *Daedalus*, 1009-1054.
- Pink, S. (2001). More visualising, more methodologies: on video, reflexivity and qualitative research. *The sociological review*, 49(4), 586-599.
- Pradsmadji, S. I., & Irwansyah, I. (2020). Media Convergence in the Platform of Video-on-Demand: Opportunities, Challenges, and Audience Behaviour. *Jurnal Aspikom*, 5(1), 115-128.
- Robinson, M. (2017). *Television on demand: curatorial culture and the transformation of TV*. Bloomsbury Academic.
- Rosenberg, L. A. (2013). The Way We Were: Ritual, Memory, and Television. *Television and the Self: Knowledge, Identity, and Media Representation*, 11-25.
- Ruin, S. (2017). Ansätze und Verfahren der Kategorienbildung in der qualitativen Inhaltsanalyse. *Schulsporforschung—wissenschaftstheoretische und methodologische Reflexionen*, S. 119-134.
- Sadza, A. et al. (2023). Risk on demand? A quantitative content analysis of the portrayal of risky health behaviors in popular on demand content. *Health communication*, 1-10.
- Schulz, M. (2012). Quick and easy!? Fokusgruppen in der angewandten Sozialwissenschaft. *Fokusgruppen in der empirischen Sozialwissenschaft: Von der Konzeption bis zur Auswertung*, 9-22.
- Schulz, M., Mack, B., & Renn, O. (Eds.). (2012). *Fokusgruppen in der empirischen Sozialwissenschaft: Von der Konzeption bis zur Auswertung*. Springer-Verlag.
- Sultana, A. (2021). Digital Communication in Post Pandemic Times: Impact on Indian Youth. *Komunikator*, 13(2), 125-137.
- Spigel, L. (1992). *Make room for TV: Television and the family ideal in postwar America*. University of Chicago Press.
- Taylor, T. (2018). On-Demand Service Platforms. *Manufacturing & Service Operations Management*, 20(4), 704– 720.
- Tiwar, I. (2023). OTT Is Exactly What TV Is Not. In: Lotz A. & Lobato R. (2023). *Streaming Video: Storytelling Across Borders*, 71 – 88.
- Tryon, C. (2013). *On-demand culture*. Rutgers University Press.
- Tryon, C. (2015). TV got better: Netflix's original programming strategies and the on-demand television transition. *Media Industries Journal*, 2(2).
- Wagner, P., & Hering, L. (2014). Online-Befragung. *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*, 661-673.
- Wartella, E., & Jennings, N. (2001). New members of the family: The digital revolution in the home. *Journal of Family Communication*, 1(1), 59-69

Wayne, M. L. (2018). Netflix, Amazon, and branded television content in subscription video on-demand portals. *Media, culture & society*, 40(5), 725-741.

Wolin, S. J., & Bennett, L. A. (1984). Family rituals. *Family process*, 23(3), 401-420.

Wulf, C. (2015). *Zur Genese des Sozialen: Mimesis, Performativität, Ritual* (1st ed.). Bielefeld: transcript Verlag.

Xiao, B., & Benbasat, I. (2007). E-commerce product recommendation agents: Use, characteristics, and impact. *MIS Quarterly*, 137-209.

Žerebecki, B. G., Oprea, S. J., Hofhuis, J., & Janssen, S. (2021). Can TV shows promote acceptance of sexual and ethnic minorities? A literature review of television effects on diversity attitudes. *Sociology compass*, 15(8), e12906.

Zwick, M. M., & Schröter, R. (2012). Konzeption und Durchführung von Fokusgruppen am Beispiel des BMBF-Projekts „Übergewicht und Adipositas bei Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen als systemisches Risiko“. In: Schulz, M., Mack, B., & Renn, O. (Eds.). (2012). *Fokusgruppen in der empirischen Sozialwissenschaft: Von der Konzeption bis zur Auswertung*. Springer-Verlag.

## 8.1. Onlinequellen:

Bewegtbildstudie (2022). Bewegtbildnutzung steigt stetig weiter. Online unter: <https://www.rtr.at/Bewegtbildstudie2022> (02.09.2023)

Bewegtbildstudie (2023). Bewegtbildnutzung steigt stetig weiter. Online unter: <https://www.rtr.at/Bewegtbildstudie2023> (09.12.2023)

Das digitale Wörterbuch der deutschen Sprache: Mediathek. Online unter: <https://www.dwds.de/wb/Mediathek> (02.01.2024)

Der Standard (2014). Netflix nun auch in Österreich verfügbar. Online unter: <https://www.derstandard.at/story/2000005678575/netflix-nun-auch-in-oesterreich-verfuegbar> (09.09.2023)

Die Presse (2014). Netflix startet in Österreich auch ohne seine Flaggschiffe. Online unter: <https://www.diepresse.com/3809739/netflix-startet-in-oesterreich-ohne-seine-flaggschiffe> (24.08.2023)

Grece, C. (2021). Trends in the VOD market in EU28. Europäische Audiovisuelle Informationsstelle. Online unter: <https://filminstitut.at/news/vod-markt-explodiert-in-eu> (24.09.2023)

Jones, E. (2009). Network television streaming technologies and the shifting television social sphere. Retrieved from Media Trans. 6. Online unter: [https://www.researchgate.net/profile/Elisabeth\\_Jones2/publication/228457559\\_Network\\_television\\_streaming\\_technologies\\_and\\_the\\_shifting\\_television\\_social\\_sphere/links/542b2c5e0cf27e39fa917f03.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Elisabeth_Jones2/publication/228457559_Network_television_streaming_technologies_and_the_shifting_television_social_sphere/links/542b2c5e0cf27e39fa917f03.pdf) (19.12.2023)

Lineares Fernsehen 2030 in Österreich. Studie des Fachbereichs Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg und der mediareports GbR für die Österreichische Rundfunksender GmbH & Co KG (Bericht 15. November 2019). Online unter: [https://www.ors.at/fileadmin/user\\_upload/ors/downloads/Studie\\_Lineares\\_Fernsehen\\_2030\\_in\\_OEsterreich\\_Universitaet\\_Salzburg\\_und\\_der\\_mediareports\\_GbR.pdf](https://www.ors.at/fileadmin/user_upload/ors/downloads/Studie_Lineares_Fernsehen_2030_in_OEsterreich_Universitaet_Salzburg_und_der_mediareports_GbR.pdf) (12.12.2023)

ORF TVthek. FAQ. Online unter: <https://tvthek.orf.at/page/faq> (02.12.2023)

Public Value Studie 2016/17. ORF. Online unter: [https://zukunft.orf.at/rte/upload/texte/qualitaetssicherung/2017/orf\\_public\\_value\\_studie\\_web.pdf](https://zukunft.orf.at/rte/upload/texte/qualitaetssicherung/2017/orf_public_value_studie_web.pdf) (14.09.2023)

Shell-Jugendstudie (2019). PDF online unter: <https://www.shell.de/ueber-uns/shell-jugendstudie.html> (19.01.2023)

Statista (2020). Pandemic Gives Streaming Another Boost. Online unter: <https://www.statista.com/chart/22968/estimated-annual-revenue-change-of-tv-video-products-selected-countries-regions/> (18.01.2023)

Jugend-Internet-Monitor (2023). Welche Musik- und Videostreaming-Plattformen nutzt du? Online unter: <https://www.saferinternet.at/presse-detail/jugend-internet-monitor-2022-das-sind-die-beliebtesten-sozialen-netzwerke0> (06.12.2023)

Statistik Austria (2012). Alter bei Geburt des ersten Kindes. PDF Download: [file:///C:/Users/annak/Downloads/alter bei geburt des ersten Kindes - ggs 2012.pdf](file:///C:/Users/annak/Downloads/alter_bei_geburt_des_ersten_kindes_-_ggs_2012.pdf) (21.01.2023)

Statistik Austria (2018). Menschen und Gesellschaft/ Bevölkerung/ Geborene. Online unter: [https://www.statistik.at/web\\_de/statistiken/menschen\\_und\\_gesellschaft/bevoelkerung/geborene/121081.html](https://www.statistik.at/web_de/statistiken/menschen_und_gesellschaft/bevoelkerung/geborene/121081.html) (25.01.2023)

Statistik Austria (2021). Haushalte mit Internetzugang. Online unter: [https://www.statistik.at/web\\_de/statistiken/energie\\_umwelt\\_innovation\\_mobilitaet/informationgesellschaft/ikt-einsatz\\_in\\_haushalten/index.html](https://www.statistik.at/web_de/statistiken/energie_umwelt_innovation_mobilitaet/informationgesellschaft/ikt-einsatz_in_haushalten/index.html) (18.01.2023)

## 8.2. Abbildungsverzeichnis

<i>Abbildung 1: Trends in the VOD market in EU28 European Audiovisual Observatory (Grece 2021: 18).....</i>	<i>9</i>
<i>Abbildung 2: Bewegtbildstudie 2023: Tagesreichweiten Bewegtbildnutzung gestern (S.30) .....</i>	<i>18</i>
<i>Abbildung 3: Bewegtbildstudie 2023: Allgemeine Bewegtbildnutzung (S.6) .....</i>	<i>19</i>
<i>Abbildung 4: Ablaufschema eines Fokusgruppenprojekts (Breitling 2000: 104) .....</i>	<i>31</i>
<i>Abbildung 5: Ablaufmodell Zusammenfassende Inhaltsanalyse (Mayring, 2015: 62).....</i>	<i>39</i>
<i>Abbildung 6: Eigene Darstellung: „Lineares TV und Video on Demand im Vergleich“ .....</i>	<i>69</i>

## 8.3. Tabellenverzeichnis

<i>Tabelle 1: Eigene Darstellung: Begriffserklärungen: Lineares (kuratiertes) TV, Video on Demand (VoD), Television on Demand (ToD), Mediatheken und Subscription Video on Demand (SVoD) mit Beispielen.....</i>	<i>5</i>
<i>Tabelle 2: Eigene Darstellung: Kategorien, Definitionen und Ankerbeispiele .....</i>	<i>46</i>
<i>Tabelle 3: Eigene Darstellung: Beispiele für den Auswertungsvorgang: Fokusgruppe, Wörtliches Zitat, Paraphrase, Generalisierung und Reduktion .....</i>	<i>47</i>

## **9. Anhang**

### **9.1. Abstract / Deutsch**

Die vorliegende Masterarbeit beschäftigt sich mit dem Einfluss von Video on Demand (kurz VoD) auf familiäres Zusammenleben, besonders auf Rituale und gemeinschaftliche Aktivitäten, sowie den Erziehungsaspekt im Kontext etablierter soziologischer Paradigmen. Auf Basis der theoretischen Grundlagen von Emile Durkheims Kernfamilie, dem menschlichen Verhalten nach Herbert Blumer und Christoph Wulfs Ansichten zu Ritualen wurden zwei Fokusgruppendifkussionen durchgeführt. Besprochen wurden die Aspekte im Rahmen von linearem-kuratiertem TV in deren vergangenen Kindheit, im Vergleich zu Video on Demand und deren heutiges Familienzusammenleben mit den eigenen noch zuhause wohnenden Kindern, sowie die Struktur hinsichtlich der Erziehung und rituellen gemeinschaftlichen Familienzeit im 21. Jahrhundert.

Die Ergebnisse der beiden Fokusgruppen, sowie der literarischen Vorarbeit verdeutlichen die Notwendigkeit einer Adaption neuer Technologien, besonders bezogen auf Video on Demand, innerhalb der Familie. Trotz dieser Neuerungen manifestierten sich familiäre Familienabende in einer abgeänderten adaptierten Form. Gemeinschaftliche Aktivitäten, wie genannte Filmabende, erfordern in der modernen Zeit eine bewusstere Planung und Gestaltung seitens der Familie um weiterhin ein familiäres Konstrukt zu zelebrieren. Ebenso zeigte sich, dass es eine Entwicklung, auch hinsichtlich der Erziehung und anderen familiären Strukturen vorzunehmen gilt. Eine zeitgemäße Anpassung, besonders bei Technologien wie VoD wurden als evolutionären Prozess, statt als revolutionär eingestuft. Die vorliegende These unterstützt somit die Auffassung nach Green (2008), dass die Familie in ihrem Zusammenleben weiterentwickelt.

Letztendlich zeigt die Arbeit ebenso die Wechselwirkung zwischen familiären Strukturen im Sinne von Ritualen sowie Erziehung mit modernen Technologien auf und vermittelt ein tieferes Verständnis für die sich stetig weiterentwickelnde Dynamik von Familien im Wandel fortschreitender technologischer Innovationen und deren Auswirkungen auf deren alltägliches Leben.

## **9.2. Abstract / English**

This master's thesis deals with the influence of video on demand (VoD for short) on family coexistence, especially on rituals and communal activities, as well as the educational aspect in the context of established sociological paradigms. Two focus group discussions were held based on the theoretical foundations of Emile Durkheim's nuclear family, human behaviour according to Herbert Blumer and Christoph Wulf's views on rituals. They discussed the aspects of linear curated TV in their past childhood, compared to video on demand and their current family life with their own children still living at home, as well as the structure regarding parenting and ritual communal family time in the 21st century.

The results of the two focus groups, as well as the literary preparatory work, illustrate the necessity of adapting new technologies, particularly in relation to video on demand, within the family. Despite these innovations, family family-evenings manifested themselves in a modified, adapted form. In modern times, communal activities such as film evenings require more conscious planning and organisation on the part of the family in order to continue to celebrate a family construct. It also became clear that there is a need for development in terms of education and other family structures. A contemporary adaptation, especially with technologies such as VoD, was categorised as an evolutionary process rather than a revolutionary one. This thesis thus supports Green's (2008) view that the family is evolving in the way it lives together.

Ultimately, the thesis also demonstrates the interaction between family structures in terms of rituals and parenting with modern technologies and provides a deeper understanding of the constantly evolving dynamics of families in the face of advancing technological innovations and their impact on their everyday lives.

### 9.3. Fokusgruppen Leitfaden

#### Fokusgruppen Leitfaden

##### Phase 1: Begrüßung und Einführung in das Thema

###### Begrüßung

Herzlich Willkommen und vielen herzlichen Dank, dass Sie sich Zeit genommen haben, um an dieser Fokusgruppe Teil zu haben.

Ich würde vorschlagen, um es einfacher zu halten, dass wir hier auf einer *DU* – Basis arbeiten, da ich finde dass das Gespräch vereinfacht. Hat jemand etwas dagegen?

###### Einführung

Ihr werdet heute Teil einer Themendiskussion sein, der in späterer Folge den empirischen Grundstein meiner Soziologischen Masterarbeit darstellen wird. Um die Auswertung zu erleichtern, wird die Diskussion audiovisuell aufgezeichnet. Ist das für alle in Ordnung? Ich selbst werde in der Diskussion als Moderatorin teilnehmen und das Gespräch anhand eines Leitfadens führen. Es gelten die alltäglichen Gesprächsregeln: bitte lasst jeden zu Wort kommen und ausreden, verhaltet euch höflich und respektvoll. Da es sich um persönliche Meinungen und Stellungnahmen bzw. Erfahrungen handelt gibt es keine falschen Antworten.

Nach der Diskussion und Transkription werde ich die für meine Arbeit wichtigen Punkte zusammenfassen, Transkribieren und Analysieren. In der Transkription und folglich auch in der wissenschaftlichen Arbeit werden alle TeilnehmerInnen anonymisiert behandelt. Somit bitte ich euch offen zu sein und eure ehrlichen Meinungen in die Diskussion einzubringen, das bedeutet auch gerne gegenseitig zu widersprechen, ergänzen u.Ä.

###### Methode & Zweck der Fokusgruppendifkussion

Die Methode, die wir hier durchführen nennt man *Fokusgruppe*. Eine Fokusgruppe wird herangezogen, um tiefere Einblicke in die Perspektiven einer besonderen TeilnehmerInnen-Gruppe zu gewinnen. Der Rahmen der offenen Diskussion soll den TeilnehmerInnen freie Äußerungen und eine offene Diskussion genehmigen. Durch die, in diesem Fall, Tonaufnahme erlaubt es den Forschenden (in diesem Fall mir) das Gesprochene zu analysieren und im Anschluss Hypothesen zu generieren, sowie folglich Schlüsse zur Allgemeinheit zu gewinnen. Ich werde mir zudem noch ein paar Notizen aufschreiben, die mir in sowohl in der heutigen Diskussion als auch in der folgenden Arbeit weiterhelfen sollen.

###### Thema

Der Titel meiner Soziologischen Masterarbeit lautet *Familienleben auf Knopfdruck*. In der Arbeit möchte ich erforschen inwiefern Streamingdienste, wie Netflix, Amazon Prime Video u. Ä. das Familienleben beeinflussen und verändert haben in Vergleich zu dem früheren Konzept eines Familienfernsehabends mit linearem TV (herkömmliches Fernsehen, z.B. ORF, Prosieben, ServusTV, ...). Hierzu benötige ich euren Input, zumal ihr mit linearem TV aufgewachsen seit und eure Kinder (die nächste Generation) demnach bereits mit Video on Demand (kurz VoD) wie Netflix, Amazon Prime Video, Disney+ Das stellt den Grundstein für euch als TeilnehmerInnen.

[START AUFNAHME]



## Phase 2: Diskussion

### Vorstellung

Jede/r TeilnehmerIn stellt sich kurz namentlich vor und gibt an in welchem Alter seine/ihre Kinder sind und ob ihr eine Lieblingsinhalte im TV / online oder offline habt.

*(Namen und Daten der TeilnehmerInnen und deren Kinder werden anonymisiert behandelt)*

### Leitfadengestützte Fragen für die Diskussion

#### 1. Block: TV – Konsumverhalten in den 90er Jahren bis 2010 *(spätestens ab 15 nach)*

1. Wie hat ein typischer Familienabend in eurer Kindheit ausgehen und welche Rolle hat hier der TV gespielt?
2. Mit welchem Alter habt ihr ca. begonnen regelmäßig fernzusehen?  
→ Was bedeutet für euch *regelmäßig*?
3. Wie habt ihr damals lineares TV (*offline TV; Broadcast; Kabelfernsehen*) genutzt? Allein, gemeinsam, welche Inhalte – erzählt...
4. Welche TV-Programme habt ihr allein oder im familiären Verband gesehen? An welche erinnert ihr euch gerne und warum?  
→ Wetten, dass ...?, Herzblatt, Aktenzeichen XY, Miniplayback Show, 1,2 oder 3, TV total, X-Factor, Kommissar Rex, ...
5. Gibt es soziale und kulturelle Trends aus den 90er Jahren, die den TV-Konsum eurer Meinung nach beeinflusst haben? Bitte nennt Beispiele .. *(wichtig Sachen zu sehen, um drüber zu reden oder Drumherum)*
6. Im Vergleich zu damals wie hat sich der Fernsehkonsum für euch verändert (von den 90er Jahren bis heute) und welche Faktoren haben zu der Veränderung beigetragen?

#### 2. Block: Konsumverhalten in der heutigen Zeit (ab den 2010er Jahren bis 2023).

1. Welche Rolle spielt der Fernseher in der heutigen Zeit für euch persönlich und in eurer Familie?
2. Gibt es noch TV-Inhalte die regelmäßig konsumiert werden? Allein / gemeinsam?
3. Wie hat sich das Konsumverhalten von damals (90er Jahre) zur heutigen Zeit verändert?  
→ Was hat eurer Meinung nach dazu beigetragen?  
→ Welchen Einfluss haben Streamingdienste auf die Veränderung (Netflix, Amazon Prime, Disney+, ...)
4. Welche Vor- & Nachteile hat das Aufkommen von Streamingdiensten im Vergleich zu „normalem“ linearen TV?  
→ Inwiefern beeinflusst das eure eigene Familie heute?
5. Inwiefern haben personalisierte Vorschläge bei Serien oder Filmen Einfluss auf euer familiäres und einzelnes Fernsehverhalten? *(beispielsweise „Kunden, die das gekauft haben, kauften auch ...“, der Film passt zu 90% zu Ihrem Geschmack, ...)*

#### 3. Block: Familie.

1. Welche Unterschiede lassen sich feststellen, zu Familienabenden damals, als ihr Kinder wart, zu heute und welche Rolle spielt hier TV bzw. VoD?

2. Glaubt ihr, haben Streamingdienste das Familienleben beeinflusst? Inwiefern?
3. Wie wichtig ist es aus familiärer Sicht einen TV zu besitzen? Warum/Warum nicht?
4. Wie wichtig ist es aus familiärer Sicht Zugang zu VoD (Netflix, Amazon Prime Video, Disney+) zu besitzen?
5. Davon ausgehen, dass es innerfamiliär mehrere Zugänge zu VoD Möglichkeiten gibt, ist es förderlicher für den familiären Band? Warum/Warum nicht?
6. Hat die Auswahl von TV Inhalten Einfluss auf die gemeinsame Zeit und wie?  
→ Inwieweit beeinflusst das Gesehene die Familiengespräche?
7. Verbringt ihr noch gemeinsame Abende vor dem TV und glaubt ihr wird es in Zukunft auch noch so bleiben?

#### **4. Block: Aussagen für die Diskussion.**

1. Klassisches Fernsehen ist ein Auslaufmodell. In 10 Jahren wird es kein klassisches lineares Fernsehen mehr geben.
2. Video on Demand beeinflusst die gemeinsame familiäre Zeit negativ.
3. Gemeinsames Fernsehen im Rahmen von klassischem TV war und/oder ist ein familiäres Ritual.
4. Zeit- und ortsunabhängiges gemeinsames Fernsehen im Rahmen von VoD hat das familiäre Ritual abgelöst.
5. Rituale im Allgemeinen haben in der heutigen Zeit weniger Bedeutung als vor 10 Jahren.

#### **Phase 3: Zusammenfassung**

##### **Zusammenfassung**

Ich werde nun die Diskussion zu einem Ende bringen. Gibt es noch Fragen oder weitere Anliegen bzw. Kommentare, die hinzugefügt werden sollen?

*Zum Schluss würde ich jeden nochmal bitten den für euch wichtigsten Punkt(e) zusammenzufassen und kurz mitzuteilen, was für euch in der Diskussion hervorgestochen ist.*

Somit bedanke ich mich für die Diskussion und eure Teilnahme an der Fokusgruppe und würde euch noch bitten einen kurzen Fragebogen zu den soziodemographischen Daten auszufüllen. Diese werden ebenfalls anonymisiert behandelt und sollen der Auswertung und Zuordnung helfen.

**[ENDE AUFNAHME]**

Noitzen:

## 9.4. Teilnehmerinformation und Einwilligungserklärung

Untenstehendes Dokument orientiert sich an dem von der Universität Wien zu Verfügung gestellten Dokument für Teilnehmerinformation und Einwilligungserklärung. Online unter: [https://soziologie.univie.ac.at/fileadmin/user\\_upload/s\\_soziologie/Sonstige/Dateien/Wissenschaftliches\\_Arbeiten/Einwilligungserklaerung.docx](https://soziologie.univie.ac.at/fileadmin/user_upload/s_soziologie/Sonstige/Dateien/Wissenschaftliches_Arbeiten/Einwilligungserklaerung.docx) (17. 01.2024)

### **Teilnehmerinformation und Einwilligungserklärung**

#### **Teilnehmerinformation „Familienleben auf Knopfdruck“ - Fokusgruppe**

Sehr geehrte/r Interviewteilnehmer/in!

Herzlichen Dank für die Bereitschaft für eine Gruppendiskussion zum Thema Familie, TV und Streamingdienste.

Der Zweck der Studie ist einen qualitativen Einblick in die Veränderung des Familienlebens durch den TV und später durch Video on Demand zu bekommen. Zwecke der Datenerhebung und Verarbeitung der Datenerhebung im Zuge der Masterarbeitsforschung.

#### **Welche Daten werden gespeichert?**

Die Daten werden im Rahmen eines mündlichen Gruppengesprächs erhoben, das mit einem Aufnahmegerät aufgezeichnet wurde. Zum Zwecke der Datenanalyse werden die mündlich erhobenen Daten verschriftlicht (Transkription), wobei die Daten anonymisiert werden. Eine Identifizierung der interviewten Person ist somit ausgeschlossen.

#### **Wie lange werden die Daten gespeichert?**

Kontaktdaten, die eine Identifizierung der interviewten Person zu einem späteren Zeitpunkt ermöglichen würden, werden aus Dokumentationsgründen in einem separaten Schriftstück lediglich den Gutachter\*innen der wissenschaftlichen Ausarbeitung zur Verfügung gestellt. Nach dem Abschluss des Projekts werden diese Daten gelöscht.

Der Speicherung der personenbezogenen Daten zu Dokumentationszwecken kann durch die interviewte Person jederzeit widersprochen werden. Die Teilnahme an dem Gespräch erfolgt freiwillig. Das Gespräch kann zu jedem Zeitpunkt abgebrochen werden.

#### **Wer hat Zugriff auf die Daten?**

Ihre indirekt personenbezogenen audiovisuelle Daten werden der Forscherin, der Gutachterin, sowie dem Institut für Soziologie der Universität zur Einsicht freigegeben. Die anonymisierten Daten werden in Form eines Transkripts in der Masterarbeit verwendet und so für LeserInnen der Studienarbeit bereitgestellt.

### **Widerruflichkeit erteilter Einwilligungserklärungen**

Wenn Sie eine Einwilligung erteilt haben, Ihre personenbezogenen Daten zu verarbeiten, haben Sie das Recht, die erteilte Einwilligung jederzeit mit Wirkung für die Zukunft zu widerrufen, d.h. Ihr Widerruf berührt die Rechtmäßigkeit der vor dem Widerruf auf Basis der Einwilligung erfolgten Verarbeitung Ihrer Daten nicht.

### **Zusätzlich haben Sie folgende Rechte**

- Recht auf Auskunft über die betreffenden personenbezogenen Daten
- Recht auf Berichtigung, Löschung oder Einschränkung der Verarbeitung
- Recht auf Datenübertragbarkeit und Widerruf

Diese Rechte können Sie bei der verantwortlichen Forscherin [Name Forscherin] geltend machen [E-Mail Forscherin]

Außerdem besteht das Recht auf Beschwerde bei der österreichischen Datenschutzbehörde, Wickenburggasse 8, 1080 Wien, Telefon: +43 1 52 152 0, E-Mail: dsb@dsb.gv.at.

### **Einwilligungserklärung „Familienleben auf Knopfdruck“ - Fokusgruppe**

Name der/des Teilnehmerin/Teilnehmers in Druckbuchstaben:

.....

Ich habe dieses Informationsschreiben gelesen und verstanden. Alle meine Fragen wurden beantwortet und ich habe zurzeit keine weiteren Fragen mehr.

Mit meiner persönlich datierten Unterschrift gebe ich hiermit freiwillig mein Einverständnis zur Teilnahme an der Fokusgruppe.

Ich weiß, dass ich diese Einwilligung jederzeit und ohne Angabe von Gründen widerrufen kann. Eine Kopie dieser Teilnehmerinformation und Einwilligungserklärung habe ich erhalten. Das Original verbleibt beim/bei der Forscher/in

.....

(Datum und Unterschrift der/des Teilnehmerin/Teilnehmers)

.....

(Datum und Unterschrift der/des Forscherin/Forschers))

## 9.5. Soziodemographische Daten der Fokusgruppenteilnehmer:innen

### 1. Fokusgruppe:

#### Teilnehmer A (TA)

1. Geschlecht: Männlich
2. Alter: 49 Jahre
3. Höchster Abschluss: Matura
4. Erwerbstätigkeit: Ich bin erwerbstätig
5. Familienstand: Verheiratet
6. Personen im Haushalt: 3 Personen
7. Kinderanzahl und Alter: 1 Tochter, 12 Jahre

#### Teilnehmer B (TB)

1. Geschlecht: Männlich
2. Alter: 55 Jahre
3. Höchster Abschluss: Fachhochschul-/Hochschulabschluss
4. Erwerbstätigkeit: Ich bin erwerbstätig
5. Familienstand: Verheiratet
6. Personen im Haushalt: 3 Personen
7. Kinderanzahl und Alter: 1 Sohn, 19 Jahre

#### Teilnehmer C (TC)

1. Geschlecht: Männlich
2. Alter: 52 Jahre
3. Höchster Abschluss: Fachhochschul-/Hochschulabschluss
4. Erwerbstätigkeit: Ich bin erwerbstätig
5. Familienstand: Verheiratet
6. Personen im Haushalt: 3 Personen
7. Kinderanzahl und Alter: 1 Kind, 22 Jahre

#### Teilnehmerin D (TD)

1. Geschlecht: Weiblich
2. Alter: 53 Jahre
3. Höchster Abschluss: Abgeschlossene Lehre
4. Erwerbstätigkeit: Ich bin erwerbstätig
5. Familienstand: Geschieden
6. Personen im Haushalt: 2 Personen
7. Kinderanzahl und Alter: 2 Kinder, 27 Jahre und 21 Jahre

#### Teilnehmerin E (TE)

1. Geschlecht: Weiblich
2. Alter: 50 Jahre
3. Höchster Abschluss: Matura
4. Erwerbstätigkeit: Ich bin Hausfrau oder Hausmann
5. Familienstand: Verheiratet
6. Personen im Haushalt: 4 Personen
7. Kinderanzahl und Alter: 3 Kinder, 27 Jahre, 22 Jahre und 16 Jahre

## 2. Fokusgruppe:

### Teilnehmer F (TF)

1. Geschlecht: Männlich
2. Alter: 43 Jahre
3. Höchster Abschluss: Matura
4. Erwerbstätigkeit: Ich bin erwerbstätig
5. Familienstand: Getrennt
6. Personen im Haushalt: 1 - 3 Personen
7. Kinderanzahl und Alter: 2 Kinder, 12 Jahre und 14 Jahre

### Teilnehmerin G (TG)

1. Geschlecht: Weiblich
2. Alter: 44 Jahre
3. Höchster Abschluss: Fachhochschul-/Hochschulabschluss
4. Erwerbstätigkeit: Ich bin erwerbstätig
5. Familienstand: Verheiratet
6. Personen im Haushalt: 4 Personen
7. Kinderanzahl und Alter: 2 Kinder, 14 Jahre und 19 Jahre

### Teilnehmerin H (TH)

1. Geschlecht: Weiblich
2. Alter: 52 Jahre
3. Höchster Abschluss: Matura
4. Erwerbstätigkeit: Ich bin erwerbstätig
5. Familienstand: Verheiratet
6. Personen im Haushalt: 3 Personen
7. Kinderanzahl und Alter: 1 Kind, 17 Jahre

### Teilnehmerin I (TI)

1. Geschlecht: Weiblich
2. Alter: 55 Jahre
3. Höchster Abschluss: Fachhochschul-/Hochschulabschluss
4. Erwerbstätigkeit: Ich bin erwerbstätig
5. Familienstand: Geschieden
6. Personen im Haushalt: 3 Personen
7. Kinderanzahl und Alter: 2 Kinder, 28 Jahre und 21 Jahre

### Teilnehmer J (TJ)

1. Geschlecht: Männlich
2. Alter: 40 Jahre
3. Höchster Abschluss: Fachhochschul-/Hochschulabschluss
4. Erwerbstätigkeit: Ich bin erwerbstätig
5. Familienstand: Ledig
6. Personen im Haushalt: 2 Personen
7. Kinderanzahl und Alter: 1 Kind, 13 Jahre

### Teilnehmer K (TK)

1. Geschlecht: Männlich
2. Alter: 38 Jahre
3. Höchster Abschluss: Fachhochschul-/Hochschulabschluss
4. Erwerbstätigkeit: Ich bin erwerbstätig
5. Familienstand: Verheiratet
6. Personen im Haushalt: 3 Personen
7. Kinderanzahl und Alter: 1 Kind, 13 Jahre