



universität
wien

MAGISTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Magisterarbeit / Title of the Master's Thesis

Vintage als Gegenbewegung zur Digitalisierung -
Die Rückbesinnung auf alte Formen & Beständigkeit
im heutigen Informationszeitalter

verfasst von / submitted by

Stephan Wiesinger

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

Magister der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2019 / Vienna 2019

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

UA 066 841

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

Magisterstudium Publizistik- und
Kommunikationswissenschaft

Betreut von / Supervisor:

ao. Univ.-Prof. Dr. Fritz Hausjell

EIDESSTAATLICHE ERKLÄRUNG

Hiermit erkläre ich an Eides Staat, die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als angegebener Hilfsmittel verfasst zu haben. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und noch nicht veröffentlicht.

Wien, Juni 2019

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Stephan Wiesinger', with a stylized, flowing script.

Stephan Wiesinger

Es ist anzumerken, dass im Rahmen dieser Magisterarbeit aus Gründen der besseren Lesbarkeit die Sprachform des generischen Maskulinums verwendet wird. Die ausschließliche Verwendung der männlichen Person soll geschlechtsunabhängig verstanden werden.

DANKSAGUNG

Zuallererst möchte ich mich bei all den Musikern bedanken, die mir mit ihren Klängen die Zeit an der Bibliothek versüßt haben. Besonders viel geholfen haben mir Weval, Onra & Surrenderdorothy / Greaf. Wie in jeder Danksagung kommt natürlich auch bei mir meine Familie vor. Danke fürs schlechte Gewissen das Studium doch fertig zu machen und dass ihr mir immer zur Seite stehts. Besonders herausgehoben gehören auch noch ein paar andere Personen, ohne die ich die Magisterarbeit wohl nicht geschrieben hätte: Den ersten Anstoß gab mir Markus Mazuran. Danke dir für die Bildungskarenz! Unzählige Anstöße gab mir auch Felix Hitzelhammer, der mir mit Rat und Tat und mit wertvollen Mittagspausen-Gesprächen zur Seite stand. Danke dir! Ein großes Danke auch an Philip Rathgeb, der mir half, manche Aspekte aus einem anderen Blickwinkel zu betrachten. Und das allergrößte Danke verdient Angelika Loderer, die mich in allen Momenten immer unterstützt und ermutigt hat die Sache durchzuziehen. Bussis.

I. ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

AAL	Ambient Assisted Living
APA	Austria Presse Agentur
ARPANET	Advanced Research Projects Agency Network
App	Applikation
bzw.	beziehungsweise
ca.	zirka
CD	Compact Disc
Co.	Kompanie
et al.	und andere
EU.....	Europäische Union
f	folgend
ff	folgende
Gebr.	Gebrüder
MP3	MPEG-1 Audio Layer 3
Hrsg.	Herausgeber
S.	Seite(n)
u.a.	unter anderem
USA	United States of America
vgl.	vergleiche
www	World Wide Web
z.B.	zum Beispiel

II. ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1: Konzept von Nostalgie

Abbildung 2: EAMES LAR Armchair

Abbildung 3: Eames Club Chair

Abbildung 4: Serie 7 Sessel „3107“

Abbildung 5: IKEA Gratulera

Abbildung 6: IKEA Esszimmerstühle Bjuran, Svenbertil, Norrabyd

Abbildung 7: Thonet No. 16, Arne Jacobsen Series 7, Tapiovaara Fanett

Abbildung 8: Medienpräsenz - Häufigkeitsentwicklung von Erwähnungen
„Smart Home“ und „Vintage“ in österreichischen Medien

Abbildung 9: Ablaufmodell einer strukturierenden Inhaltsanalyse nach Mayring

Abbildung 10: Medienpräsenz - Aufteilung Tageszeitungen und Zeitschriften/
Magazine Österreich von „Smart Home“ & Vintage“

Abbildung 11: Top-Quellen-Auflistung zum Begriff „Smart Home“

Abbildung 12: Top-Quellen-Auflistung zum Begriff „Vintage“

INHALTSVERZEICHNIS

I.	ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	5
II.	ABBILDUNGSVERZEICHNIS	6
1.	Einleitung	9
1.1.	Problemstellung	9
1.2.	Forschungsleitendes Interesse, Relevanz & Ziel der Arbeit	10
1.3.	Theoretischer Rahmen und Aufbau	11
2.	Das Leben im Wandel des heutigen Informationszeitalters	12
2.1.	Digitalisierung	13
2.1.1.	Der technische Fortschritt	13
2.1.2.	Die Revolution der Industrie	14
2.1.3.	Der gläserne Mensch	16
2.2.	Mediatisierung	17
2.2.1.	Gesellschaftlicher & kultureller Wandel	18
2.2.2.	Mediatisierung des Alltags	19
2.3.	Neue Benutzungskonzepte	20
2.3.1.	Ubiquitous Computing	21
2.3.2.	Augmented Reality	23
2.4.	Smart Home	25
2.4.1.	Smart Home Systeme	27
2.4.2.	Ambient Assisted Living	29
3.	Gegenbewegung „Vintage“	31
3.1.	Digital Detox	31
3.1.1.	Bedürfnisbefriedigung und Folgeerscheinungen	32
3.1.2.	Entschleunigung	34
3.2.	Die Rückkehr des „Analogen“ im Digitalen	37
3.2.1.	Die Lust nach Vergangenem	39
3.2.2.	Verwertung des Alten (Boltanski & Esquerre)	40
3.3.	Nostalgie als Einflussfaktor (Kießling)	43
3.3.1.	Ursachen von Nostalgie	44
3.3.2.	Auswirkung auf das Konsumverhalten	46
3.4.	Vintage Möbel	47
3.4.1.	Designgeschichtlicher Hintergrund	49

3.4.2. Der „Retro-Trend“	53
4. Empirische Erhebung	56
4.1. Methodische Vorgangsweise	56
4.2. Die Qualitative Inhaltsanalyse	57
4.3. Die Inhaltliche Strukturierung	59
5. Stichprobenauswahl	61
6. Forschungsfragestellung und Kategorienbestimmung	62
7. Beantwortung der Kategorien	64
8. Zusammenfassung der Ergebnisse	92
9. Schlussbetrachtung	94
III. QUELLENVERZEICHNIS	96
IV. ABSTRACT DEUTSCH	108
V. ABSTRACT ENGLISH	109

1. Einleitung

1.1. Problemstellung

Die digitale Revolution und der daraus entstandene, technische Fortschritt hatten einen wesentlichen Einfluss auf unsere gesellschaftlichen und kulturellen Strukturen der letzten Jahrzehnte. Die Digitalisierung beeinflusst viele unserer Lebensbereiche und veränderte unsere alltäglichen Gewohnheiten (vgl. Kuhn, 2017). Medien werden immer mehr ein Teil sozialer Umwelten und durchdringen zunehmend den Alltag von heute. Medien sind dabei nicht mehr nur technische Kreuzungspunkte für die Kommunikationsvermittlung. Sie sind Ausdruck der Durchdringung sozialer und kultureller Praktiken (vgl. Hartmann, 2010: 29).

Diese rasante, informationstechnologische Entwicklung kann einschüchternd wirken. Dabei soll dies nur der Anfang der digitalen Welt sein. Verantwortlich dafür ist unter anderem das Aufkommen mobiler Endgeräte wie das Smartphone, durch dessen Gebrauch sich die Eigenschaften von sozialen, privaten und öffentlichen Räumen veränderten (vgl. Bächle/Thimm 2014: 42f). Das Smartphone lässt sich individuell und multifunktional sowohl für Arbeit- als auch Freizeitaktivitäten nutzen und wurde somit zu einer Erweiterung unserer sozialen Funktionalität. Es beeinflusst unseren sozialen Rhythmus maßgeblich (vgl. Bächle/Thimm, 2014: 9).

Durch die Mediatisierung des Alltags entwickeln sich immer komplexere Kommunikationsformen, woraus neue Benutzungskonzepte entstehen. Auch unser intimster Bereich - das zu Hause - versucht sich diesem Trend anzupassen. In Zukunft sollen Eigenheime zu sprechen und zu hören beginnen, den Lebensstil der Bewohner analysieren und mit den gesammelten Daten deren Verhaltensmuster erlernen. Lebensräume der Zukunft sollen intelligent werden. Die Basis dafür bilden vernetzte Geräte, die eigenständig untereinander kommunizieren

können. Ein solches, intelligentes System wird als „Smart Home“ bezeichnet (vgl. Velez/Lord, 2017: 154f).

Viele Menschen kreieren durch diese kommunikationsüberfordernde Umwelt zunehmend das Bedürfnis nach einem Ort von Geborgenheit und Beständigkeit. Wohnungen oder Häuser sollen eigentlich ein passiver, schützender Ort sein, an dem man sich zurückziehen und den stressbehafteten Alltag außen vor lassen kann. Dabei spielt auch die Einrichtung eine nicht zu unterschätzende Rolle. Alte Möbel, die an eine vermeintlich bessere Zeit erinnern, können einem dabei das Gefühl von Gemütlichkeit und Verlässlichkeit geben (vgl. Wilke, 2017: 72).

Die Rückbesinnung auf alte Möbelstücke im Eigenheim kann auch als eine Art Rebellion angesehen werden, mit denen man sich eine reale & geborgene Welt schaffen will um aus der digitalen Wirklichkeit flüchten zu können. Diese Bewegung kann als eine Art „Gegentrend“ zum "Smart Home" gesehen werden (vgl. OÖN, 2018: 4).

1.2. Forschungsleitendes Interesse, Relevanz & Ziel der Arbeit

Es sind also zwei konträre Trends erkennbar. Der Einsatz von Smart-Home-Systemen soll unser Leben erleichtern. Der Vintage-Trend hingegen versucht die Neuerungen des digitalen Fortschritts kritisch zu betrachten, mit dem Ziel, eine Entschleunigung des Alltags im schnelllebigen Informationszeitalter zu erreichen um wieder ein Bewusstsein für die reale Welt zu schaffen.

Welchen Einfluss hat dies nun auf uns? Kann man Vintage als Reaktion zu Smart-Home-Technologien verstehen?

Während in mehreren Bereichen der Literatur bereits Gegenbewegungen zur digitalen Durchdringung des Alltags erkannt wurden, stellte sich ebenfalls her-

aus, dass das Thema Vintage in Verbindung mit Wohnen in diesem Zusammenhang noch nicht ausreichend beleuchtet wurde.

Deshalb widmet sich der empirische Teil dieser Arbeit einer qualitativen Inhaltsanalyse von Artikeln in Österreichs Printmedien, mit welcher eventuelle Zusammenhänge der beiden Trends erkannt werden sollen.

1.3. Theoretischer Rahmen und Aufbau

Folgende Arbeit gliedert sich in zwei Hauptpunkte. Teil eins ist die theoretische Hinleitung, welche sowohl die Themen des Lebenswandels im heutigen Informationszeitalter als auch die einzelnen Bestandteile der Gegenbewegung „Vintage“ behandelt.

Im Zuge der literarischen Recherche wird zuerst die vorhandene Problemstellung formuliert, woraus sich das forschungsleitende Interesse, die Relevanz des Themas und das Ziel der Arbeit ergeben. Die wichtigsten Themen sind dabei zum einen die Digitalisierung, Mediatisierung und neue Benutzungskonzepte bis hin zum Smart Home und zum anderen die Rückkehr des Analoges im Digitalen, der Retro-Trend, Digital Detox, Nostalgie als Einflussfaktor und Vintage Möbel inklusive designgeschichtlicher Hintergründe.

Dadurch soll ein solides Fundament für den zweiten Teil der Arbeit, der empirischen Forschungsstudie in Form einer Inhaltsanalyse, entstehen. Das aus der Studie gewonnene Datenmaterial soll hierbei inhaltlich strukturiert und in Kategorien gegliedert werden, um sie so bestmöglich auswerten zu können. Diese Auswertung bzw. Ergebnisdarstellung soll dann die forschungsleitende Fragestellung beantworten und eine Interpretation der Forschungsergebnisse zulassen. Zum Abschluss der Arbeit folgt eine Zusammenfassung, welche eine Schlussfolgerung sowie Fazit beinhaltet.

2. Das Leben im Wandel des heutigen Informationszeitalters

Seit Ende des 20. Jahrhunderts befinden wir uns in einem gesellschaftlichen Wandel, der unser Leben nachhaltig beeinflusst. Die schnelllebigen Veränderungen im heutigen Zeitalter haben Auswirkungen auf globaler und individueller Ebene (vgl. Wittpahl, 2016: 5).

Im Mittelpunkt dieser Revolution stehen Informationstechnologien, welche die Gesellschaft im Eiltempo zu neuen Strukturen zwingt. Neue gesellschaftliche Formen entstehen jedoch nicht aus der technologischen Weiterentwicklung selbst. Dafür benötigt es zusätzlich auch individuellen Erfindergeist und das nötige Unternehmertum. Die Technologie selbst bestimmt daher nicht die Gesellschaft sondern vielmehr verkörpert sie diese. Umgekehrt bestimmt die Gesellschaft auch nicht den technologischen Fortschritt, sondern benutzt ihn. In den 1960er Jahren wurde trotz wirtschaftlicher Missstände vor allem auf interaktive Arbeit und Vernetzung Wert gelegt um damit technologische Durchbrüche zu erringen (vgl. Castells, 2003: 1ff).

Informationstechnologien die sich durchsetzen konnten, verbreiteten sich in weiterer Folge sehr rasch in andere Länder, Kulturen und Organisationen, was eine regelrechte Entwicklungsexplosion und schließlich den beschleunigten, technologischen Wandel verursachte. Ein Beispiel dafür ist die Erfindung des „ARPANET“, welches damals vom amerikanischen Verteidigungsministerium im Falle eines Atomkriegs als dezentrales Netzwerk zur Absicherung wichtiger Daten erfunden wurde. Diese damals neuartige, technologische Architektur diente als Grundlage für das heutige globale Kommunikationsnetzwerk Internet (ebd.).

„Ende der 1990er Jahre führten die Kommunikationsmöglichkeiten des Internet zusammen mit neuen Entwicklungen in der Telekommunikation und im Computerbereich zu einer weiteren großen technologischen Veränderung, vom Einsatz

dezentralisierter, einzelner Computer und Großrechner zum Zugriff auf über das Netz angebundene Datenverarbeitungsanlagen, die in vielfältigen Kombinationen zur Verfügung stehen“ (Castells, 2017: 60).

Eine Welle an speziell auf einzelne Tätigkeiten zugeschnittenen, teils mobilen Endgeräten in allen Lebensbereichen war die Folge. Dies hatte auch einen erheblichen Einfluss auf das zu Hause, den Arbeitsplatz oder die Verkehrsmittel. Mithilfe des Internets war es nun möglich die Geräte untereinander zu verbinden, ohne ein gemeinsames Betriebssystem als Basis zu haben. Daten konnten nun auf Netzwerk-Servern abgespeichert werden und mit der von Web Sites zur Verfügung gestellten Software konnte man mit jedem Gerät am Computernetzwerk teilhaben (vgl. Castells, 2017: 60). Das Zeitalter der Digitalisierung hat begonnen.

2.1. Digitalisierung

Die zunehmende Vernetzung unserer Gesellschaft ist zu einem großen Teil der Digitalisierung geschuldet. Neuartige Soft- und Hardware Produkte veränderten die Lebensweise der Menschen und machten unseren Alltag schnelllebiger.

Der gerade stattfindende, gesellschaftliche Wandel ist dabei nach wie vor ein aktuelles Thema. Wohin diese Entwicklung noch geht ist genauso unklar wie die eigentlichen Ziele des Ganzen. Was klar zu sein scheint ist, dass die Digitalisierung aus technischer, wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Perspektive nicht mehr aus unserer Welt wegzudenken ist (vgl. Wittpahl, 2016: 5).

2.1.1. Der technische Fortschritt

Die digitale Welt verändert viele Lebensbereiche und treibt die Menschheit in eine Abhängigkeit von digitalen Geräten, Infrastrukturen, Dienstleistungen oder Datenarchiven, mit denen man täglich interagieren muss. Von großem Vorteil ist hier vor allem die Steigerung der Effektivität und Effizienz jedes Einzelnen und

die daraus resultierende Zeitersparnis im Alltag. Auch der Handlungsspielraum von Individuen ist durch die Verfügbarkeit von modernen Hard- und Softwaresystemen gewachsen. Es war noch nie so einfach wie heute Informationen zu gestalten und zu verbreiten. Die Geschwindigkeit des digitalen Fortschritts führt zu teils zerstörerischen Veränderungen und bedarf daher einer grundlegenden Gesetzmäßigkeit, um die auftretenden Entwicklungen zu regulieren. Dabei sind Daten zum wichtigsten Rohstoff des 21. Jahrhunderts geworden. Sie sind für die Optimierung zukünftiger Produktionsvorhaben von bedeutender Wichtigkeit und sollen zur Profitmaximierung beitragen. Der Handel mit Daten wird die zukünftige Wirtschaft weiterhin stark beeinflussen (vgl. Wittpahl, 2016: 18f). „Im Zeitalter der Landwirtschaft war Boden der wichtigste Rohstoff. Im Industriezeitalter war es dann Eisen. Im Informationszeitalter nehmen Daten diesen Platz ein“ (Ross, 2016: 195).

Vor allem die Weiterentwicklung in der Mikrosystemtechnik ist ein Zugpferd der technischen Innovation im Hardware-Bereich. Der Fortschritt der Prozessor- und Speicherleistung ermöglicht es Komponenten auf immer kleineren Chips zu integrieren. Dadurch können gleichzeitig die Kapazitäten erhöht und die Kosten gesenkt werden. Bei Software setzt man auf immer intelligentere Algorithmen, die es erlauben sollen, Daten in Echtzeit zu verarbeiten. Große Datenmengen können damit besser analysiert werden und somit komplexe Bedienungsvorhaben ermöglichen. In der Kommunikation soll durch innovative Funkübertragungssysteme, Breitbandanschlüsse oder Sensornetze die Echtzeit-Vernetzung möglich gemacht werden (vgl. Wittpahl, 2016: 5).

2.1.2. Die Revolution der Industrie

Digitalisierung hat unseren Alltag sowie die globale Ökonomie nachhaltig verändert und wird als die vierte industrielle Revolution, bzw. „Industrie 4.0“, bezeichnet (vgl. Kuba, 2018: 54). Diese Entwicklung steht für die „digitale Vernetzung von Mensch und Maschine im Bereich der industriellen Produktion“ (Kuba, 2018: 54) und soll dazu führen, dass mithilfe von digitalen Daten alle Teilneh-

mer einer Wertschöpfungskette innerhalb eines Netzwerkes miteinander kooperieren und kommunizieren können. Ziel ist es, eine Automatisierung des Produktionsprozesses zu erreichen worin Maschinen, Arbeiter, Waren, Logistiker & Kunden selbstständig werden. Automatisierte Prozesse bedeuten jedoch auch, dass lang bestehende Arbeitsbereiche einer Rationalisierung zum Opfer fallen werden (vgl. Kuba, 2018: 54).

Der digitale Wandel hat im Produktions- und Dienstleistungssektor mittlerweile ganze Industrien zu massiven Umstrukturierungen gezwungen. Im Produktionssektor war vor allem die Medienbranche davon betroffen (vgl. Wittpahl, 2016: 5). „Nachrichtenzentralen von Zeitungen, Fernsehen und Radio haben sich durch die Digitalisierung der Nachrichten und ihrer unerbittlichen globalen/lokalen Verbreitung verändert“ (Castells, 2017: XXXI).

Jürgen Habermas meint, dass dies der Anfang der Kolonialisierung der Lebenswelt sei, geprägt von auftretenden Konflikten zwischen „System“ und „Lebenswelt“ (vgl. Tully, 2018: 27). „Heute dringen die über die Medien Geld und Macht vermittelten Imperative von Wirtschaft und Verwaltung in Bereiche ein, die irgendwie kaputtgehen, wenn man sie vom verständigungsorientierten Handeln abkoppelt und auf solche mediengesteuerten Interaktionen umstellt“ (Habermas, 1985, zitiert nach Tully, 2018: 27).

Durch die Revolution entstehen aber auch neue Tätigkeitsbereiche und neue Chancen. Diese Innovation kann als eine Art organisatorische Entwicklung gesehen werden, die es wahrzunehmen gilt. Mögliche Folgen der Implementierung von Informations- und Kommunikationstechnik in Produktionsprozessen sind beispielsweise die Verringerung von körperlich anstrengenden Arbeiten oder neue Arbeitszeitmodelle. Die Basis dafür bildet die funktionierende Beziehung zwischen Mensch und Maschine (vgl. Kuba, 2018: 55f).

2.1.3. Der gläserne Mensch

Ist man in den 80er Jahren aufgewachsen, weiß man noch wie es sich anfühlt, analog zu leben. Gehen Kinder heute zum Spielen aus dem Haus, geschieht dies kaum mehr ohne Smartphone. Mit der Nutzung digitaler Endgeräte sind wir ständig mit dem Internet verbunden und hinterlassen dabei überall digitale Fußabdrücke, die abgespeichert werden (vgl. Ross, 2016: 195ff).

Durch die Digitalisierung öffnet sich also auch ein Problemfeld im Umgang mit Nutzerdaten. Durch die leistungsstarken Infrastrukturen und vernetzten Endgeräte ergeben sich zahllose Schnittstellen zu möglichen Datentransfers. Der Überblick kann sich hier für den User leicht verlieren und ist unzureichend über die Datenerfassung bzw. Datennutzung informiert. Durch umfassende Nutzungsbedingungen sichern sich deshalb Betreiber von Apps oder anderen Softwareprodukten rechtlich ab, welche vom Nutzer vor Erstverwendung akzeptiert werden müssen. Die sich daraus ergebende, technologische Fremdbestimmtheit führt zum Entzug der Selbstkontrolle über die vom Nutzer erfassten Daten. Kostenlose Softwareprodukte sind also nicht gratis sondern werden mit persönlichen Daten des Nutzers bezahlt. Dieser ist somit nicht nur Kunde, sondern auch Lieferant in der Wertschöpfungskette (vgl. Wittpahl, 2016: 19).

Gleichzeitig können diese Technologien auch Gefahren für die Gesellschaft hervorrufen. Ein großes Thema dabei ist die Datenüberwachung und die damit verbundene Sicherheit. Es „herrscht eine Ohnmacht bezüglich konkreter Schutzmaßnahmen. In dieser Gemengelage werden Spionageaktivitäten unbekannten Ausmaßes immer einfacher umsetzbar, da de facto zahlreiche öffentliche Kommunikationsnetze bei Bedarf nutzbare Abhörschnittstellen enthalten. Auf diese Weise hat sich ein milliardenstarker Markt von digitalen Überwachungstechnologien etabliert, der zu großen Teilen sogar über Geheimdienste staatlich finanziert wird“ (Wittpahl, 2016: 20).

Dieser Trend führt also zu einer Gefährdung der Privatsphäre und beeinflusst durch die technische und mediale Innovation vor allem auch das zu Hause. „Smart-Devices“ - also intelligente, vernetzte Endgeräte - finden sich zunehmend in den eigenen vier Wänden wieder und ermöglichen eine detaillierte Datenerfassung und -verarbeitung der Lebensgewohnheiten (vgl. Burk et al., 2018: 7f).

Das Ziel ist es, Daten selbstständig verwalten und transparent kontrollieren zu können um somit eine digitale Souveränität zu erreichen (vgl. Wittpahl, 2016: 20). „Grundlage der digitalen Souveränität ist es, Akteure zu einer bewussten Entscheidung zu befähigen, sodass sie Risiken einschätzen und über das Schutzniveau ihrer Datenkommunikation bedarfsgerecht entscheiden können. Hierbei handelt es sich um eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe, die Handlungsfelder nicht nur im Bereich der IT-Sicherheit, sondern beispielsweise auch in wesentlichen Technologiebereichen [...] schafft. Der Wirtschaft und Gesellschaft muss es möglich sein, digitale Technologien so zu nutzen, dass zum einen Datenschutzinteressen nicht beeinträchtigt, zum anderen darauf aufbauende wirtschaftliche Verwertungs- und Geschäftsmodelle umsetzbar sind“ (Wittpahl, 2016: 20).

2.2. Mediatisierung

Der Begriff der Mediatisierung beschreibt den Metaprozess des kulturellen und sozialen Wandels von Kommunikation in der von Digitalisierung beeinflussten Informationsgesellschaft. Die Mediatisierung ist eine weder zeitlich- noch räumlich einzugrenzende Entwicklung. Sie basiert auf Erfahrungen und Geschehnisse der letzten Jahrhunderte und wird noch weit über die derzeitige Mediensituation hinaus andauern (vgl. Krotz, 2007: 11).

„Seine Konsequenzen berühren den Menschen als Individuum in Alltag, Identität und Beziehungen, aber auch Kultur und Gesellschaft. Wenn wir von Folgen und Konsequenzen sprechen, so meinen wir prinzipiell nicht umstandslose Fol-

gen von Technik. Vielmehr kommen Folgen darüber zustande, dass Menschen sich Medien und allgemeine Technik aneignen und in ihren Alltag integrieren und darüber ihr Umfeld und sich selbst verändern“ (Krotz, 2007: 12).

2.2.1. Gesellschaftlicher & kultureller Wandel

Die Mediatisierung ist also grob gesagt auch ein Phänomen, das versucht dem Menschen die Welt zu erklären. Sie soll erklären, wie sich Kommunikation mit der aktuellen und zur Verfügung stehenden Medienlandschaft entwickelt und wie es Kultur und das menschliche Zusammenleben beeinflusst. Hierbei gilt, dass nicht die verbreitenden Inhalte für Veränderungen verantwortlich sind, sondern vielmehr die sich dadurch ergebenden, neuen Kommunikationspotenziale. So entstehen neue Formen von Alltag, soziale Beziehungen und Identität in der Gesellschaft, die eine zunehmende Komplexität verursachen (vgl. Krotz, 2007: 12f). Der grundlegende Ausgangspunkt von Mediatisierung ist also die kommunikative Vorgehensweise der Menschen, welche sich mit der Verwendung von Medien fortlaufend weiterentwickelt und verändert. Infolge dessen wird auch die kulturelle Identität beeinflusst (vgl. Krotz, 2014: 23).

Die Entwicklung der Medien ist eng an die der Digitalisierung gekoppelt. Der technische Wandel hat zur Folge, dass immer mehr Daten unterschiedlicher Art digitalisiert zur Verfügung gestellt und archiviert werden. Digitale Daten können somit standortunabhängig abgerufen und bearbeitet werden (vgl. Krotz, 2007: 30).

Diese neue Plattform ermöglichte es erst neue Medien zu erfinden und alte Medien zu revolutionieren. Neue Kommunikationsumgebungen schaffen in der heutigen Gesellschaft neue Kommunikationsräume und verändern auch Beziehungsstrukturen von Menschen. Dieser Fortschritt ist maßgeblich für die immer interaktiver werdende Kommunikation zwischen Menschen und Maschinen verantwortlich (vgl. Krotz, 2007: 13).

Endgeräte, die neue Inhalte und Darstellungsformen für den Konsumenten zur Verfügung stellen, werden immer günstiger und sorgen somit für eine rasche Durchdringung der Gesellschaft. Die daraus entstandene, computergestützte Infrastruktur schafft neue kommunikationswissenschaftliche Potentiale und eine neue Basistechnologie, wovon sowohl kulturelle, als auch soziale zwischenmenschliche Beziehungen beeinflusst werden (vgl. Krotz, 2007: 30f).

„Die Medien spielen für Alltag und soziale Beziehungen der Menschen, für ihr Wissen, Denken und Bewerten, ihr Selbstbild und ihre Identität, für soziale Institutionen und Organisationen und insgesamt für Kultur und Gesellschaft eine zunehmend wichtigere Rolle. Die Medien als Institutionen sind auch bereit und interessiert, einen derartigen Bedeutungszuwachs zu übernehmen, wie zum Beispiel [...] die Versuche einer Alltagsstrukturierung durch die Programmstruktur und viele Inhalte zeigen“ (Krotz, 2007: 32).

2.2.2. Mediatisierung des Alltags

Die Begriffe „sozialer Raum“ und „Ort“ bekommen durch die zunehmende Veränderung der Mediennutzung eine neue Bedeutung, wodurch auch die soziale Realität standortunabhängig wurde. Öffentliche Räume können mit mobilen Endgeräten zu „privaten Räumen“ umfunktioniert werden und verändern somit die bisherige kommunikative Perspektive von Raum und Zeit (vgl. Bächle/Thimm, 2014: 43).

Die Entwicklung der Mediatisierung steht auch in enger Verbindung zur Globalisierung. Anfang der 90er Jahre wurde der Begriff der „virtuellen Realität“ geboren und sollte eine parallele Wirklichkeit in Form einer zusätzlichen, gleichberechtigten Kommunikationsplattform schaffen. Diese Idee der von Kommunikationsmedien konstruierten Räume sollte die Relevanz des physischen Raums quasi obsolet machen. Spätere sozial- und kulturwissenschaftliche Arbeiten wie z.B. „Spatial Turn“ von Döring & Thielmann (2008) oder „Topographical Turn“ von Wiegel (2002) verliehen dem physischen Raum in Anbetracht verschiede-

ner Repräsentationsformen aber wieder mehr Bedeutung zu. Unumstritten ist jedoch die durch mobile Medien neu geschaffene Interaktionsform, die unser gesamtes Leben beeinflusst und verändert. Ausschlaggebend dafür ist die neu entstandene „Konnektivität“, also das „rund um die Uhr verfügbar sein“. Die neue Form der „Always-Online“-Gesellschaft ist mittlerweile schon zu einer Art Verpflichtung geworden und ein Musterbeispiel für die Veränderung sozialer Interaktionen (vgl. Bächle/Thimm, 2014: 43f).

Mary Chayko beschreibt in ihrem Buch „Portable Communities“ die virtuelle Welt wie folgt: „In the past twenty years, this electrical “space,” which was once thin and dark and one-dimensional - little more than a narrow speaking tube, stretching from phone to phone - has flung itself open like a gigantic jack-in-the-box. Light has flooded upon it, the eerie light of the glowing computer screen. This dark electric netherworld has become a vast flowing electronic landscape“ (Chayko, 2008: 23).

Dieser neu geschaffene, von Politik, Wirtschaft und Kultur geprägte Raum ist nun mit menschlicher Interaktion gefüllt und muss sorgfältig theoretisiert werden. Chayko hält es für sinnvoll, den soziomentalen Raum als einen „Ort“ zu betrachten, in welchem sich Gruppen von physisch getrennten Menschen formen, um soziale Verbindungen herzustellen und neue soziale Welten zu erschaffen (vgl. Chayko, 2008: 23).

2.3. Neue Benutzungskonzepte

Unter diesem Punkt werden nun Technologien näher betrachtet, die für die Ausarbeitung dieser Arbeit von Relevanz sind. Diese Technologien stehen „[...] für Technologien, die informations- & kommunikationsorientierte Dienstleistungen erbringen, ohne dass die entsprechenden Geräte als technische Artefakte erkennbar wären“ (Robben, 2012: 348).

Dies bedeutet, dass Umgebungen mit technischen Grundgerüsten ausgestattet sind und Geräte, die in diese Umgebung eindringen, sich automatisch vernetzen und miteinander interagieren können. Wenn die Funktionalität einer Technologie ein so hohes Level an Autonomie erreicht, dass diese nicht mehr als Technik erkannt wird, so hat es die bedingungslose Einbettung in die Gesellschaft erfolgreich geschafft (vgl. Robben, 2012: 348ff).

Mark Weiser drückt dies wie folgt aus: „The most profound Technologies are those that disappear. They weave themselves into the fabric of everyday life until they are indistinguishable from it.“ (Weiser, 1991, zitiert nach Robben, 2012: 348).

2.3.1. Ubiquitous Computing

Ubiquitous Computing ist das Synonym für die überall verwendete, rechnergestützte Informationsverarbeitung. Es soll also alles digitalisiert werden, was sich digitalisieren lässt. Dieser Terminus beschreibt somit die allgegenwärtige Anwesenheit von Computern und die ausnahmslose Digitalisierung jeder in Zukunft erschaffenen Schnittstelle durch Einsatz von Technologien (vgl. Velez/Lord, 2017: 154f).

Das bedeutendste Endgerät ist hier das Smartphone. Die eigentliche Weiterentwicklung des Handys hat sich zum wichtigsten Gerät für Kommunikation und soziale Praktiken entwickelt. War das „Mobilfunktelefon“ früher da, um von unterwegs zu telefonieren und Kurznachrichten (kurz: SMS) zu schreiben, ist es heute Notizblock, Kamera, Datenspeicher, Webbrowser, Navigationsgerät, Spielkonsole und Video-/Musikplayer in einem. Vor allem die Verbindung zum Internet spielte in der Weiterentwicklung eine bedeutende Rolle. Beim Smartphone steht heute auch nicht mehr nur die Technik im Vordergrund der Entwickler, sondern vor allem das Bemühen den technischen Charakter in Vergessenheit geraten zu lassen und nur die Funktionalität in den Vordergrund zu stellen (vgl. Krotz, 2014: 24f).

Das Mobiltelefon hat sich zu einem persönlichen Begleiter im Alltag entwickelt und wird immer eng am Körper oder in den Händen getragen. Der Mensch wächst immer mehr mit dem Smartphone zusammen und wird somit zunehmend zum Bestandteil des Besitzers. Durch den immer intensiveren Austausch mit dem Endgerät ergeben sich zudem erhebliche Datenmengen, die von Applikationen abgespeichert und analysiert werden. Dieses Phänomen ist mittlerweile nicht mehr nur in Industrienationen zu beobachten, sondern hinterlässt bereits weltweit ihre Spuren (vgl. Krotz, 2014: 24f).

Auf Basis des Smartphones haben sich mittlerweile auch neue Endgeräte entwickelt. Man spricht hier von „Wearable Computing“ (vgl. Robben, 2012: 236). „Das Wearable Computing ist eine Weiterentwicklung des Mobile Computing [...], das keine beiläufige Interaktion ermöglicht. Erst durch die Einbeziehung des Kontextes aus Nutzer, der Handlungsabsicht und der Handlungsumwelt, die Beiläufigkeit der Informationsbereitstellung, sowie die permanente Verfügbarkeit und Integration von Umwelt- und vom Nutzer getragener Sensoren entsteht ein leistungsfähiges Wearable-Computing-System“ (Robben, 2012: 236). „Wearables“, die während der Anwendung am Körper befestigt oder in Kleidungsstücken integriert sind, bieten dem Endverbraucher also zusätzliche Vorteile wie das Tracking der Gesundheitswerte oder standortspezifische Aufzeichnungen von körperlicher Anstrengung (vgl. Velez/Lord, 2017: 155). Die stattfindende Kommunikation mit dem Wearable muss dabei so simpel wie möglich gestaltet sein, um die eigentliche Tätigkeit des Benutzers nicht zu stören oder zu beeinflussen (vgl. Robben, 2012: 237f).

Velez und Lord schreiben in ihrem Werk *„Erfolgsrezept Konvergenz – gemeinsam innovativ (2017)“*, dass „... daheim und am Arbeitsplatz zunehmend Geräte Einzug halten, die nicht mehr einfach herumstehen, sondern über Sensoren verfügen und über das Internet der Dinge zu einem gewaltigen Netzwerk verbunden sind und dadurch mit anderen Gegenständen und vor allem mit uns kommunizieren können. Die kommenden zehn Jahre werden nie da gewesene

Möglichkeiten für die Integration winziger, erschwinglicher Elektronik in alle Bereiche unseres Lebens bieten“ (Velez/Lord, 2017: 155).

2.3.2. Augmented Reality

Augmented Reality bedeutet übersetzt „erweiterte Realität“ und beschreibt eine von Computertechnik unterstützte Erweiterung der Realitätswahrnehmung. Es soll dem Menschen ermöglichen, nicht nur das zu sehen, was einem materiell umgibt, sondern auch zusätzliche, von Computertechnologie generierte Inhalte (vgl. Krotz, 2014: 31f).

Augmented Reality soll dabei den Benutzer in den Fokus rücken. Mithilfe von technischen Errungenschaften der letzten Jahrzehnte besteht heute die Chance das Weltbild zu ergänzen bzw. zu erweitern. Robben fasst in seinem Buch *„Begreifbare Interaktionen (2012)“* diese Weiterentwicklung unter dem Begriff „Computer Mediated Reality“ zusammen (vgl. Robben, 2012: 348).

Der Begriff „Raum“ wird also durch neue, mobile Medien im Zusammenhang mit dem Medium Internet neu interpretiert und lässt neue, sozialräumliche Begebenheiten in der Kommunikationswelt entstehen. Dieser „Digital Space“ sorgt für neue Eigenschaften eines alternativen Ortes, in welchem Parameter wie Raum, Zeit, soziale Beziehungen oder Distanz neu aufgeladen werden. Der virtuell geschaffene, dreidimensionale Raum lässt sich nun imaginär in quantifizierbare Einheiten gliedern und wird so empirisch erfassbar. Das Ergebnis ist eine Visualisierung des wissenschaftlich zu Grunde liegenden Konzeptes des Raums. Augmented Reality hat ebenfalls dazu beigetragen, dass die Trennung von virtueller und realer Welt obsolet geworden ist. Dies führte zu einer Symbiose von „Online“ & „Offline“, welche mittlerweile als eine Einheit angesehen werden (vgl. Bächle/Thimm, 2014: 48f).

Diese Verschmelzung birgt jedoch auch Nachteile. „Der Begriff passt das Konzept der virtuellen Realität den neuen technologischen Rahmenbedingungen an, die sich durch die neuen ortssensitiven Endgeräte ergeben: den einzelnen Nutzerinnen und Nutzern werden kontext-, orts- und situationsspezifische Informationen angeboten, die deren (zumeist) visuelle Wahrnehmung des physischen Raums mit Informationen anreichern. Mit den ortssensitiven, stark visuell arbeitenden Anwendungen der neuen mobilen Medien erfährt der Begriff wenig überraschend eine leicht nachvollziehbare Wiederbelebung. In diesem Umstand liegt jedoch zugleich der größte Schwachpunkt [...], denn Sie wird zuvörderst aus einer Perspektive der technischen Machbarkeit heraus definiert und begründet.“ (Bächle/Thimm, 2014, S. 49).

Das bedeutet also, dass physische Räume nach ihren virtuellen Zusatzinformationen gemessen und bewertet werden. Physische Räume werden zu Datenräumen und nur dann als qualitativ ernstzunehmend betrachtet, wenn die vorhandene Information repräsentativ ist. Daten werden also in der „Augmented Reality“ dem physischen Raum gegenüber eher priorisiert. Eine Verschmelzung von physischer und virtueller Welt ist also als kritisch zu betrachten (vgl. Bächle/Thimm, 2014, S. 49ff).

Bächle entwirft in seinem Werk *„Mobile Medien - Mobiles Leben“* (2014) daher den Begriff des „Augmented Living“. „Augmented Living“ beschäftigt sich im Gegensatz zur „Augmented Reality“ nicht nur mit der erweiterten Dimension der zusätzlichen Information, sondern auch mit dem Gebrauch mobiler Medien in Alltagssituationen. Zudem erfasst dieser Begriff ebenfalls die Variable des sozialen Handelns der darin verstrickten Akteure. Genau diese sozialen, von Individuen initiierten, Interaktionen in physischen Räumen beschreiben diese Weiterentwicklung. Materielles und performatives stehen bei „Augmented Living“ in einer Wechselwirkung zueinander und sind durch mobile, mit dem Internet verbundene Medien jederzeit abrufbar (vgl. Bächle/Thimm, 2014: 52f).

2.4. Smart Home

Neue Benutzungskonzepte tragen zu einer Veränderung von sozialen Interaktionen bei. Logisch, dass auch das zu Hause in Zukunft technologisch beeinflusst sein wird. Dieser Trend lässt sich unter dem Begriff „Smart Home“ zusammenfassen.

Unter „Smart Home“ versteht man die Verbesserung der Lebensqualität und eine effizientere Nutzung von Ressourcen mithilfe von technologischen Systemen in Wohnräumen. Die Basis dafür bilden vernetzte Geräte die vom Benutzer über mobile Endgeräte als eine Art Fernsteuerung angesteuert werden können. Diese Devices sind dabei auch untereinander vernetzt, um gewohnte Abläufe erlernen und automatisieren zu können. Technische Geräte im Haushalt sollen zukünftig also nicht unabhängig voneinander funktionieren sondern miteinander vernetzt und zentral steuerbar sein (vgl. Kolhoff, 2016: 63). „Die Abgrenzung zu „gewöhnlicher“ Hausautomation besteht in der Vernetzung und intelligenten Ausstattung der Teilsysteme. Es geht nicht nur darum, sich über den Status der Techniken zu informieren und diese zentral zu steuern („passives System“), sondern „die ihnen gestellten Aufgaben möglichst eigenständig (autonom) zu erledigen und die dazu erforderlichen Daten mit anderen Komponenten auszutauschen“ (Strese et al., 2010, zit. nach Schelisch, 2016: 76f).

Das zu Hause, dass einst als Rückzugsort und Ruhequelle galt, soll sich zukünftig also verändern. Smart Home Technologien finden an vielerlei Orten im Haushalt Verwendung und können u.a. helfen Energie zu sparen, den Komfort oder die Sicherheit zu erhöhen oder um den Alltag einfacher zu organisieren (vgl. Schelisch, 2016: 77). Erste Ansätze von Smart Home gab es bereits vor fast drei Jahrzehnten. Vor allem in den letzten Jahren aber lässt sich ein zunehmender Trend zur Automatisierung und Vernetzung von Funktionalitäten im Haushalt erkennen. Die bestehenden Technologien dabei homogen in vorhandene Smart Home Systeme zu integrieren ist heute eine der Kernherausforderungen (vgl. Kolhoff, 2016: 63).

Der Sektor für intelligente Haushaltsgeräte befindet sich momentan in einer Wachstumsphase. Es ist noch ein langer Weg bis zum total vernetzten zu Hause, jedoch geht der Trend laut Forschungsexperten eindeutig dorthin. Bis 2022 soll der deutsche Markt pro Jahr im Schnitt 26,4 Prozent an Wachstum verzeichnen und birgt somit ein großes, wirtschaftliches Potential. Laut einer Marktanalyse von Statista beträgt die Haushaltsdurchdringung in Deutschland derzeit zirka 15 Prozent. Führend in dieser Statistik sind die USA, wo bereits 32 Prozent der Haushalte mit intelligenten Geräten ausgestattet sind. Maßgeblich verantwortlich dafür ist vor allem der Sicherheits-Boom, denn vor allem smarte Sicherheitssysteme erfreuen sich großer Beliebtheit. Wegweisend für diese Entwicklung sind u.a. auch die digitalen Sprachassistenten-Systeme von Apple, Google oder Amazon. Diese haben mit dem Aufzeigen der Vorteile von Vernetzung Pionierarbeit geleistet und sich zum Teil bereits in gesellschaftliche Verhaltensmuster integriert. Vor allem die Generation der Digital Natives - also Personen die mit der Technologie schon im Jugendalter in Berührung kamen oder gar von klein auf damit aufgewachsen sind - ist hier als Hauptzielgruppe zu nennen. Diese sind inmitten einer Wohlstandsgesellschaft aufgewachsen und somit auch eine gewisse Konsumkraft gewohnt. Zudem befindet sich diese Generation gerade in einem Alter, wo das eigene zu Hause eine zunehmend wichtige Rolle spielt (vgl. Steger/Kerkmann/Witsch, 2018: 20f).

Für viele Technik- & Telekommunikationskonzerne ist Smart Home bereits zu einem Geschäft geworden, auf dem viele Zukunftshoffnungen ruhen. Viele Unternehmen entwickeln daraus neue Absatzmärkte. Ein Beispiel dafür ist der Haushaltsgeräte-Hersteller Miele. Dieser widmet sich mittlerweile nicht nur der Produktion von Backöfen, Geschirrspüler oder Waschmaschinen, sondern liefert mithilfe von intelligenten Programmen ebenfalls Lebensmittel nach Hause. Dies funktioniert über eine online zugängliche Rezeptdatenbank des Unternehmens, welche es erlaubt, die im Rezept hinterlegten Zutaten automatisch zu bestellen und anzuliefern (vgl. Gesemann, 2018: 42).

Durch die digitale Vernetzung von Geräten im Haushalt verschaffen sich Unternehmen zusätzlich einen wertvollen Einblick in das Nutzerverhalten. Die dadurch gewonnenen Daten sind sehr wertvoll für das Marketing aber auch für die Produktentwicklung und den Service, da man mithilfe von Erfahrungswerten häufig auftretende Probleme früher erkennen, verbessern und beseitigen kann (vgl. Steger/Kerkmann/Witsch, 2018: 20f). Eine wichtige Rolle spielt hier auch Smart Metering, also das abspeichern von Verbrauchsdaten im Haushalt. Neben dem Auslesen der aufgezeichneten Nutzerdaten, ermöglicht dies auch eine effizientere Nutzung von Ressourcen. Mittlerweile gibt es auch marktfähige Modelle von intelligenten Zählern für Strom oder Gas, welche über Energiemonitoring auf Verhaltensänderungen der Bewohner reagieren können (vgl. Kolhoff, 2016: 63).

2.4.1. Smart Home Systeme

Vor allem in den Bereichen Entertainment, Komfort, Energieversorgung, Sicherheit und Gesundheit spielt Smart Home eine große Rolle. Folgend werden diverse Smart Home Technologien aus den einzelnen Bereichen beschrieben, um einen kleinen Überblick über die aktuelle Situation zu verschaffen:

2.4.1.1. Beleuchtung

Wenn man sich früher um die Einrichtung gekümmert hat, war die Beleuchtung kein großer Diskussionspunkt. Bis auf die Auswahl der Luster- oder Stehlampen-Modelle gab es neben der Wattstärke der Glühbirnen nicht viel auszuwählen. Mit smarten Systemen von heute ist es nun möglich die Helligkeit und Farbtöne der Beleuchtung per Mobile-App einzeln anzusteuern und zu regeln. Dabei muss man sich nicht einmal im Heimnetzwerk befinden sondern kann von überall auf das System zugreifen. Zudem gibt es bereits intelligente Programme, die den menschlichen Biorhythmus simulieren können. Hier werden Helligkeiten und Farben in Wohnräumen verwendet, welche die Lichtstimmungen des natürlichen Tagesverlaufes nachahmen können. Das Zusammenspiel und die automatische Abstimmung aller vorhandenen Lampen in einem Raum sollen dafür

sorgen den menschlichen Schlaf-Wach-Rhythmus bei Problemen zu verbessern und somit das Wohlbefinden zu unterstützen (vgl. Aeschbach, 2018: 81).

2.4.1.2. Temperatur

In den Wintermonaten das Thermostat korrekt einzustellen ohne große Temperaturschwankungen in den Räumen zu verzeichnen, kann eine Herausforderung darstellen. Auch die Temperaturregelung während der Nacht bzw. Arbeitszeit, bedarf einer feinen Abstimmung. Mit Zeitschaltuhren konnte man das System einigermaßen automatisieren, jedoch schaffte man damit nur bedingt eine zufriedenstellende Lösung. Mit intelligenten Thermostaten ist es nun ebenfalls möglich, per Smartphone standortunabhängig auf das Heizsystem zuzugreifen. Smarte Thermostate können auch den Tagesablauf der Bewohner erlernen und das Heizverhalten automatisch darauf anpassen. Um das Heizen noch ökonomischer zu gestalten, kann auch die Außentemperatur als Variable mit einbezogen werden. Dies soll zum einen das Einstellen des Heizsystems erleichtern und zum anderen auch helfen, Kosten einzusparen (vgl. Velez/Lord, 2017: 156f).

2.4.1.3. Sicherheit

Eine große Rolle im zu Hause der Zukunft spielt vor allem die Sicherheit. Die Produktpalette reicht hier von smarten Überwachungskameras, Rauchmeldern bis hin zu Bewegungssensoren, die automatisch Alarm geben, sobald etwas passiert. Alarmsysteme in dieser Art gab es auch schon früher, durch den technologischen Fortschritt ergibt sich nun der Vorteil, dass diese nun günstiger in der Anschaffung geworden sind. Wie bei anderen Systemen spielt auch hier das Smartphone eine zentrale Rolle und übernimmt die Position des Kontrollzentrums, über das auf jedes im Netzwerk befindlichen Gerät zugegriffen werden kann (vgl. Velez/Lord, 2017: 156f).

2.4.1.4. Unterhaltung

Die stärksten Umsatzzahlen - befeuert von der zunehmenden Verschmelzung von Fernsehen, Radio und Internet - erwartet man sich bei Smart Home Enter-

tainment Systemen (vgl. Kolhoff, 2016: 63). Zunehmende Bedeutung bekommen hier vor allem die Sprach-Assistenz-Systeme, mit denen man per Sprachsteuerung sowohl allgemeine Informationen abrufen als auch gekoppelte Smart-Devices ansteuern kann. Sie sind also eine Art intelligenter Helfer im Haushalt und sollen - neben dem Smartphone - die „Smart-Home-Zentralen“ von morgen sein. Um die Marktführerschaft kämpfen in diesem Sektor drei der weltweit größten Konzerne: Amazon, Google & Apple. Welches System das beste für einen ist, hängt davon ab, in welchem Ökosystem man sich bereits befindet (also von welchem Hersteller man bereits Endgeräte besitzt). Das wohl „offenste“ und umfassendste System ist derzeit Amazon Echo. Apple & Google versuchen hauptsächlich eigene Endgeräte oder Softwareprodukte in ihrem System zu etablieren. Um konkurrenzfähig zu sein müssen aber auch diese beiden ihr System mit Drittanbietern erweitern (vgl. Forbes, 2018).

2.4.2. Ambient Assisted Living

Auch für Menschen im höheren Alter und gesundheitlich beeinträchtigte Personen mit Bewegungseinschränkungen bieten neue Technologien neue Möglichkeiten, um sich das Eigenheim vorteilhafter einzurichten. Diese technologischen Innovationen sollen es in Zukunft der Bevölkerung ermöglichen, länger als bisher in der eigenen Wohnung leben zu können. So kann man, unabhängig von sozialen Hilfseinrichtungen, auch länger am gesellschaftlichen Leben teilnehmen, als es davor der Fall war. Die dafür entworfenen, intelligenten Hilfssysteme werden unter dem Begriff "Ambient Assisted Living", also altersgerechte Assistenzsysteme (kurz: AAL), zusammengefasst (vgl. Peters, 2018).

„AAL unterstützt bei den alltäglichen Handgriffen, die im Alter schwerer fallen. Das fängt schon bei der Einnahme von Medikamenten an. [...] Eine Lösung kann ein mit einem Smartphone gekoppelter Tablettendosierer sein. Der Patient, sein Arzt oder Pfleger gibt über eine dazugehörige App auf dem Smartphone die Menge und den Zeitpunkt für die Tabletteneinnahme ein. Wenn es soweit ist, meldet sich die App mit einem Tonsignal. Das Dosiergerät gibt dann auf

Knopfdruck die festgelegte Menge aus und ist gesperrt bis zum nächsten vorgegebenen Termin“ (Passauer Neue Presse, 2018: 33).

Eine weiteres Beispiel für AAL sind intelligente Bewegungssensoren. In Wohnräumen installiert, können diese automatisch das Licht anschalten sobald man den Raum betritt. Bringt man diese Sensoren am Bett an, würde dies auch die Schwierigkeit verringern in der Nacht aufzustehen und man müsste nicht mehr nach dem Lichtschalter tasten. Sollte dennoch ein Sturz passieren, können Erkennungssysteme Alarm schlagen. Beispielsweise könnten druckempfindliche, im Boden installierte Sensoren bei einem Vorfall automatisch die Rettung bzw. die Angehörigen per Nachricht verständigen. Auch bei der Hausarbeit gibt es mit Fensterputz- oder Staubsaugerroboter zunehmend mehr Erleichterungen (vgl. Passauer Neue Presse, 2018: 33).

Eine weitere Innovation ist die intelligente Matratze. Diese soll es ermöglichen, Liegepositionen sensorisch zu erfassen und - je nach Bedarf - automatisch anpassen. Ebenfalls soll in Zukunft ein Haushaltsroboter bedürftigen Leuten unter die Arme greifen können. Die deutsche Neuentwicklung „Sympartner“ soll alleinstehenden Senioren ein unabhängiges Leben ermöglichen. Eine europaweite Studie zeigt, dass mit den vom Roboter angebotenen Serviceleistungen wie Musik abspielen, Zeitungen vorlesen oder Erinnerungen speichern viel Hoffnung für die Zukunft birgt. Der Roboter soll intuitiv bedienbar und auch für kognitiv oder motorisch eingeschränkte Menschen leicht zu bedienen sein (vgl. Peters, 2018).

Priorität hat auch bei AAL die problemlose Vernetzung und der automatische Datenaustausch zwischen mehreren Geräten. Die noch fehlenden Standards und Schnittstellen der Komponenten sind hierbei das Hauptmanko. Diese Innovationsbarrieren gilt es zu durchbrechen, um ein homogenes Gesamtsystem bereitstellen zu können, welches sich an den Alltag jedes einzelnen Nutzers individuell anpassen kann (vgl. Passauer Neue Presse, 2018: 33).

3. Gegenbewegung „Vintage“

Der technische Fortschritt hat die Kommunikation sowie zwischenmenschliche Interaktion nachhaltig verändert. Vieles ist durch die Digitalisierung einfacher und zugänglicher geworden und das Smartphone scheint nicht mehr aus unserem Leben wegzudenken. Diese Abhängigkeit führt jedoch auch zu einer solchen physisch-emotionalen Bindung zu technischen Geräten, sodass daraus ein zwanghaftes Verhalten resultieren kann (vgl. Simons, 2014: 169).

Diese Entwicklungen haben in den letzten Jahren eine Gegenbewegung ausgelöst, die einen bewussteren Umgang mit mobilen Medien und neuen Technologien suggeriert. In Zeiten der immer stärker werdenden Vernetzung und sozialen Beschleunigung werden Begriffe wie Digital Detox und Entschleunigung als Trends erkannt und sorgen für ein Umdenken in Teilen der Gesellschaft. Menschen beginnen den zunehmend kritischen Zustand des rasanten Fortschritts zu realisieren und beginnen diesen in Frage zu stellen.

3.1. Digital Detox

Die Verbindung zwischen Mensch und Maschine hat mittlerweile ein derart intimes Niveau erreicht, dass beim Menschen - beim Gedanken an sein Smartphone - dieselben Neuronen im Hirn aktiviert werden, wie beim Gedanken an den Liebespartner. Menschen beginnen also eine emotionale Beziehung zu ihren Endgeräten aufzubauen und vernachlässigen dabei reale, soziale Beziehungen. Zukunftsprognosen deuten darauf hin, dass diese Entwicklung noch nicht am Ende angelangt ist - sondern im Gegenteil. Bis 2020 prognostizieren Schätzungen, dass in etwa 6 Milliarden Menschen auf der Welt ein Smartphone besitzen werden. Bereits jetzt gibt es weltweit mehr Smartphones als Zahnbürsten und es werden doppelt so viele dieser Endgeräte pro Tag verkauft als Babys geboren. Smartphones scheinen immer griffbereit zu sein, egal ob man am Strand liegt oder in der U-Bahn fährt. Überall sind Menschen in ihrem Gerät ver-

tieft und scheinen nicht mehr an der realen Welt teilzunehmen. Diese Entwicklung wirkt einschüchternd und die Abhängigkeit zur Maschine sollte kritisch hinterfragt werden. Es ist daher ratsam, das eigene Mediennutzungsverhalten zu beobachten und zu verhindern, dass die Life-Media-Balance vom Smartphone dominiert wird (vgl. Otto, 2016: 2ff).

Der Trend, der sich dadurch entwickelt hat, nennt sich Digital Detox - also das aktive Verzichten und nicht verwenden digitaler Endgeräte in einem festgesetzten Zeitraum. Der Bewusstseinszustand, immer online und auf Abruf verfügbar zu sein, erzeugt in uns ein inneres Spannungsverhältnis. Darum ist es wichtig, mobile Medien bewusster zu nutzen, um daraus einen Vorteil ziehen zu können anstatt gestresst davon zu sein. Wichtig ist es auch zu erkennen, dass es nicht reicht, nur seine Endgeräte offline zu schalten. Viel mehr ist es auch notwendig gleichzeitig auch seinen Kopf abzuschalten. Denn: Offline ist nicht unbedingt nur ein technischer Modus sondern vor allem auch ein menschlicher Bewusstseinszustand (vgl. Otto, 2016: 38f).

3.1.1. Bedürfnisbefriedigung und Folgeerscheinungen

Der ganze Hype rund um das digital-vernetzte Leben entwickelte sich aufgrund eines grundlegenden Bedürfnisses des Menschen - nicht allein sein zu wollen. Durch die digitale Vernetzung über soziale Medien oder Messenger-Programmen, erfährt man ein Gefühl von Bindung zur Aussenwelt. Das Gefühl der Einsamkeit ist dabei ein bedrückender Zustand, für den der Mensch nicht geschaffen ist. Menschen benötigen ein soziales Umfeld um Geborgenheit, Sicherheit und Zugehörigkeit zu verspüren. Die ständige Nutzung unserer Smart Devices befriedigt also ein grundlegendes Bedürfnis des Menschen. Durch die heute verfügbaren Vernetzungsmedien kann man dieses Gefühl nun standortunabhängig und zu jedem Zeitpunkt erfahren. Dadurch entstehen sogenannte Medienfamilien, also ein selbst gewähltes, digital-soziales Umfeld. Nicht umsonst spricht beispielsweise Facebook von „Freunden“, wenn man sich auf der Platt-

form miteinander verbindet (vgl. Otto, 2016: 4f). Ein psychoanalytisches Modell, welches hier zu tragen kommt, ist die Übertragung. Im Grunde genommen lieben wir nämlich nicht unsere Smartphones, sondern die Möglichkeit der Vernetzung damit. Denn jedes Signal das empfangen wird, schenkt uns Aufmerksamkeit und lässt uns fühlen, dass wir nicht allein sind (vgl. Otto, 2016: 18).

Jedoch gilt es, die Beziehung zur Maschine nicht zwischenmenschlichen Beziehungen vorzuziehen. Viele gehen mit dem Smartphone ins Bett und stehen damit auf. Gehen damit aufs Klo, lassen es während dem Frühstück nicht aus den Augen und tragen es immer ganz nah am Körper. Diese emotionale Beziehung zu technischen Geräten sollte überdacht werden, denn eine Maschine kann einem Menschen nicht die Emotion oder Energie verspüren lassen wie ein Mensch (vgl. Otto, 2016: 15).

Die Smartphone-Nutzung hat in der Gesellschaft enorm zugenommen und die damit verbundene, ständige Erreichbarkeit löst bei vielen Menschen Zwänge aus. Durchgeführte Studien zeigen, dass eine signifikante Korrelation zwischen der Höhe des Stressniveaus und der Nutzung des Smartphones besteht (vgl. Stütz et al., 2015: 240ff). Die dadurch entstandene Dauerbelastung lässt sich auch mithilfe von physiologischen Messungen wie Herzfrequenz, Blutdruck oder Hirnströme nachweisen. Dadurch konnten situative und chronische Stresssituationen in Verbindung mit dem Smartphone nachgewiesen werden. Hier spielen allgemeinspsychologische Determinanten wie die ständige Verfügbarkeit und die Möglichkeit der Nutzung in Gegenwart anderer Personen eine Rolle (vgl. Döring, 2008: 228).

In der Allgemeinspsychologie stehen psychische Grundprozesse wie Kognition, Emotion, Motivation oder Entscheidung in Wechselwirkung zu Nutzungsmerkmalen mobiler Medien. Menschliches Verhalten besteht aus Gewohnheiten und zielgerichtete Handlungen, wobei bei zweitem eine Motivation und daraus folgende Entscheidung als Voraussetzung gilt. Aufgrund der Ubiquität mobiler

Medien können nun auch aus schwachen Motivationen Handlungen erfolgen, da man sie nicht lange aufrecht erhalten muss (vgl. Döring, 2008: 229ff).

„Die technische Erreichbarkeit von Personen durch das Handy kann innerhalb von Beziehungen jedoch auch zu Negativeffekten wie etwa Abhängigkeit oder Kontrolle führen. [...] Menschen reagieren auf soziale Ausgrenzung sehr negativ (mit depressiven Gefühlen, Schmerzempfinden, Stress usw.), vermutlich weil ein evolutionär angelegtes Warnsystem greift“ (Döring, 2008: 234).

3.1.2. Entschleunigung

Die Menschheit ist einer sozialen Beschleunigung ausgesetzt, welche mittlerweile als normal angesehen wird. Diese Beschleunigung ergibt sich zum einen aus der erhöhten Geschwindigkeit von sozialen Abläufen (z.B. Wechsel von Arbeitsplätzen oder Intimpartnern, höhere Fluktuation bei Produktzyklen oder Verkürzung der durchschnittlichen Essens- und Schlafenszeit) und zum anderen aus der erhöhten Mobilität. Dadurch, dass räumliche oder zeitliche Distanzen heute wesentlich schneller überwunden werden können, gibt es auch eine signifikante Steigerung der Häufigkeiten wie der Austausch von Waren, Geld oder Information (vgl. Rosa, 2014: 112ff).

In der Gesellschaft manifestiert sich dadurch das Gefühl, dass sich alles zu schnell verändert und die Zeit zu schnell vergeht. Beeinflusst wird dies vor allem von der immer schneller werdenden Verarbeitungsgeschwindigkeit und den daraus entstehenden, neuen Anwendungsmöglichkeiten. Paradoxerweise verhilft dies auch nicht immer zu einer effizienteren Arbeitsverrichtung sondern verlangsamt sie oftmals. Dies hat damit zu tun, dass sich die Technik rascher entwickelt als Menschen lernen können. Selbiges gilt für die Entwicklung der Umwelt, bei der wir es als störend empfinden, wenn sie sich zu schnell verändert (vgl. Fülgraff, 1998: 57ff).

Soziale Beschleunigung lässt sich in drei Dimensionen unterteilen: Die technische Beschleunigung, die Beschleunigung des sozialen Wandels und die Beschleunigung des Lebenstempos. Vor allem die technische Beschleunigung stellt dabei die wohl rasanteste Form der Beschleunigung dar. Sowohl Prozesse der Kommunikation, als auch des Transports oder der Produktion sind von revolutionären Entwicklungen beeinflusst. Die Beschleunigung des sozialen Handelns bezieht sich auf die Akzeleration von Handlungen und Veränderung von Beziehungsmustern und die Beschleunigung des Lebenstempos beschreibt die Verdichtung und Verkürzung von Handlungen (vgl. Rosa, 2014: 112ff).

Diese Entwicklung sorgt für die gesellschaftliche Gegenbewegung der Entschleunigung. Das ökonomische Prinzip unseres Wirtschaftssystems „Schneller, Weiter, Höher“ wirkt bedrohlich für die Umwelt und sorgt für einen Trend der Verweigerung oder strikten Eingrenzung von Technologien (vgl. Fülgraff, 1998: 60). Die davon am stärksten beeinflusste Altersgruppe ist die der Generation Y. Diese Generation - geboren zwischen 1980 und 1995 (vgl. Gründerszene, 2019) - definiert sich durch ein Wertesystem, dass nicht mehr bereit ist sich dem Leistungsdruck der kapitalistischen Gesellschaft zu beugen. Anstatt auf die Karriere wird mehr Wert auf Freizeit gelegt und die Bereitschaft mehr zu arbeiten als notwendig, sinkt stark. Der Feierabend wird wieder in vollem Ausmaß genossen, ohne von Diensthandy oder Laptops beeinflusst zu werden (vgl. Kunze, 2013).

Rosa setzt den drei Dimensionen sozialer Beschleunigung somit fünf Kategorien der Entschleunigung entgegen. Diese fungieren im beschleunigten Umfeld als Bremsen bzw. Entschleuniger. Sie widersetzen sich aktiv der auftretenden Dynamisierung und erreichen somit eine Tendenz der Verlangsamung. Die erste Kategorie dieser „Bremsen“ sind die natürlichen Geschwindigkeitsgrenzen. Damit sind zum einen die biologischen & physikalischen Grenzen des menschlichen Körpers und Gehirns gemeint, die nur unter einem massiven Qualitätsverlust den Geschwindigkeitsprozess manipulieren können. Zum anderen spielt hier auch die Kapazität des Erd-Ökosystems eine Rolle, welche mit dem Abbau

wachsender Abfall- und Giftstoffe konfrontiert ist. Weitere Dimensionen sind sogenannte „Entschleunigungsinseln“, also kulturelle oder territoriale Gebiete, die von den beschleunigten Modernisierungsprozessen größtenteils ausgenommen waren (z.B. Amish-Gemeinden in den USA), und die Verlangsamung als dysfunktionale Nebenfolge von Beschleunigungsprozessen. Beispiele hierfür sind Verkehrsstaus, die sinkende Verkehrsgeschwindigkeit als Folge von immer höherem Verkehrsaufkommen oder Depression als Folge von Arbeitslosigkeit (vgl. Rosa, 2014: 138ff).

Zudem gibt es mit der „Entschleunigung als Ideologie“ und der „Entschleunigung als Akzelerationsstrategie“ zwei Formen von intentionaler Entschleunigung. Erstere beschreibt die radikale Kritik an die Gesellschaft und ein Protest gegen weitere Beschleunigungsprozesse im Zuge der Modernisierung. Diese Bewegung zur Entschleunigung wird auch als der „neue Wohlstand“ bezeichnet. Bei der zweiten Ausprägung werden Verlangsamungsstrategien eingesetzt, um andere Akzelerationsprozesse zu unterstützen. Die letzte der fünf Kategorien bildet die strukturelle und kulturelle Erstarrung, welche entgegen der Diagnose der sozialen Beschleunigung die Erschöpfung und den lähmenden Stillstand der inneren, gesellschaftlichen Entwicklung beschreibt und die stattfindende Beschleunigung nur Erscheinungen an der Oberfläche sind (vgl. Rosa, 2014: 146ff).

Die Sehnsüchte nach einer entschleunigten Welt wurden also von der digitalen und industriellen Revolution in den 90er Jahren ausgelöst, welche nun zum Teil mit Wunschbildern voriger Jahrzehnte bekämpft und kritisiert werden (vgl. Glotz 1998: 74f). Entschleunigung wird „zur aggressiven Ideologie einer gerade in der Entstehung befindlichen, rapide wachsenden Klasse (oder sozialen Schicht) von Modernisierungsopfen“ (Glotz 1998: 75).

3.2. Die Rückkehr des „Analogen“ im Digitalen

Vieles ist heute zu einem immateriellen Gut geworden und von überall abrufbar. Ein gutes Beispiel dafür ist die Musikindustrie. Diese entwickelte sich haptisch vom Tonträger Schallplatte zur CD, bis sie durch die Digitalisierung und dem Vormarsch des Formates MP3 vollständig immateriell zu werden schien. Drahtlose Musik-Streaming-Dienste wie Spotify oder iTunes Music revolutionierten später mit dem uneingeschränkten Zugriff auf Musik nochmals die Industrie. Es war noch nie so einfach wie heute Musik zu konsumieren. Mit einer Mitgliedschaft und nur einem Klick auf die App hat man einen Zugang auf die gesamte Musikwelt.

Früher hatte Musik noch einen anderen Stellenwert. Man ging in ein Geschäft um sich Schallplatten oder CDs zu kaufen, um diese dann daheim auf seinem Plattenspieler oder CD-Player abspielen und genießen zu können. Dieser Vorgang beinhaltete die Leidenschaft sich die Zeit zu nehmen um Musik zu konsumieren, was wiederum eine Art von Genugtuung und Befriedigung auslöste. Dieses Gefühl scheint mit der technologischen Entwicklung und dem Konsumverhalten verschwunden zu sein (vgl. Sax, 2017: 10f).

Dies ist nun auch der Auslöser, weshalb gerade jetzt die Schallplattenindustrie einen noch nie dagewesenen Aufschwung erlebt. Die Nachfrage nach den Tonträgern aus geschmolzenem Kunststoff ist in Zeiten der digitalen Durchdringung so hoch wie noch nie. Dies macht sich auch in den Umsatzzahlen der letzten Jahre bemerkbar. In Österreich stiegen die Umsatzzahlen von 2015 auf 2016 um 25 Prozent und von 2016 auf 2017 um weitere zehn Prozent. In Japan haben sich die Verkäufe im letzten Jahrzehnt sogar verzehnfacht, was dazu führte, dass Sony - nach Einstellung der Produktion im Jahr 1989 - wieder begann, Schallplatten zu produzieren. Die steigende Nachfrage sorgte sogar für weltweite Engpässe in der Produktion (vgl. Panagl, 2018).

Das Beispiel aus der Musikindustrie zeigt, dass man sich in einer Zeit, wo eine digitale Lösung meist immer schon Standard ist, wieder nach realen & angreifbaren Dingen sehnt. Es galt die Annahme, dass - sobald etwas digitalisierbar war - der alte Standard hinfällig wurde. Diese Hypothese findet man in vielen Bereichen: Zeitschriften sollte es nur mehr online zu lesen geben, Einkäufe tätigen sollte man nur mehr online und Lernen oder Arbeiten sollte auch nur mehr digital erfolgen. Digital ist heute Allgegenwärtig. Technologien sollen für ein einfacheres Leben sorgen und auch unser Denken übernehmen. Genau dies löst die Rückbesinnung auf altes, vertrautes und analoges aus. Man sehnt sich immer mehr zurück nach realen und haptisch erfassbaren Dingen (vgl. Wilkens, 2015: 177f).

„Bei Analog geht es um Unabhängigkeit und Selbstbestimmung. Wenn wir abhängig sind von Dingen, die wir nicht verstehen, die aber immer mehr von dem bestimmen, was wir tun, dann können wir nicht mehr selbstbestimmt entscheiden“ (Wilkens, 2015: 178).

Das Analoge ist also wieder ein Bestandteil der digitalen Welt geworden. Diese Entwicklung zeigt sich auch in der Privatwirtschaft, wo Online-Shop-Giganten wie Zalando oder myMüsli reale Geschäfte eröffneten, um ihre Unternehmensstrategie zu erweitern. Selbiges ließ sich bei Online-Publikationen erkennen, welche plötzlich auch Printausgaben veröffentlichten (vgl. Sax, 2017: 253f).

Der digitale Fortschritt ließ das Analoge hinfällig erscheinen. Jedoch erkannte man nach der ersten Welle des Hypes die tatsächlichen Vor- und Nachteile von Technologien und stellte digitale Innovationen wieder in Frage. Der technologische Innovationsprozess scheint also keine stetige Verbesserung hervorzubringen sondern soll einen Lernprozess hervorrufen, wie die Menschheit mit vorhandenen Mitteln am besten funktioniert. Analoge Dinge werden die digitale Welt zwar nicht zu Fall bringen, jedoch definiert sich die gerade entstehende, postdigitale Wirtschaft aus zukunftsorientierten, technologischen Lösungen mit Einbezug vergangener, analoger Dinge (vgl. Sax, 2017: 16ff).

3.2.1. Die Lust nach Vergangenenem

In der Gesellschaft entsteht also eine Sehnsucht nach Vergangenenem, wo das alltägliche Leben von anderen Dingen geprägt war und langsamer zu sein schien. Menschen tendieren dazu, das in der Vergangenheit passierte zu verherrlichen und sich zumeist nur an positive Momente zurück zu erinnern. Das Sprichwort „Die guten alten Zeiten“ hat nun auch eine Auswirkung auf die Konsumgesellschaft. Das zurückwünschen von alten, bereits verschwundenen Produkten ist meist auch eine Reaktion auf die komplexe Umwelt von heute. Mit altbewährten Dingen will man die verlorene Sicherheit und Beständigkeit wieder zurückgewinnen, die uns das Vergangene suggeriert (vgl. Lumetsberger/Pfliegl, 2017).

Das Phänomen kann man auch als „Fortschrittsmüdigkeit“ bezeichnen (vgl. diePresse.com, 2016). „Wir sind gerade in einer Umbruchphase, in der digitale Strukturen unseren Alltag massiv verändern. [...] Wir lernen, Abstand von dem Kommunikationsgewirr zu nehmen. Dieses ständige Im-Stream-Sein führt zu einer Entfremdung mit der Welt, wie sie ist. [...] Wir haben eine Überforderung durch diese Vielzahl an Kanälen. Was wir jetzt als Gegentrend erleben, sind Begriffe wie Achtsamkeit, Entschleunigung. Der Rückzug in das Einfache“ (diePresse.com, 2016).

Digitale Alternativen haben also dafür gesorgt, sich wieder auf alte, analoge Lösungen zurück zu besinnen. Ein gutes Beispiel dafür ist auch der Personal Digital Assistant - kurz PDA - der noch vor dem Hype des Smartphones es Nutzern ermöglichte, seine Notizen, Kalendereinträge oder To-Do's digital festzuhalten. Dieser Trend sorgte in Folge dafür, dass man sich Gedanken machte was man überhaupt alles notieren soll. Durch dieses, von neuer Technologie ausgelöste Umdenken, erlebte man wieder das Verlangen nach einem analogen Notizbuch. Es setzt also eine Art Fluchtreflex vor zu viel Innovation ein und es wirkt so, als würde die Vergangenheit wieder die Zukunft einholen (vgl. Lumetsberger/Pfliegl, 2017).

Auch das zu Hause wird von diesem Phänomen zunehmend beeinflusst. Ein daraus entstandener Trend ist das „Cocooning“. „Cocooning“ bedeutet, sich ein Gehäuse (eben: Kokon) zu bauen, um sich darin gemütlich einzunisten. Damit soll das zu Hause ein Zufluchtsort werden und ein Gefühl von Sicherheit und Geborgenheit ausstrahlen. Um so einen Ort der Ruhe zu schaffen, setzt man bei Einrichtungsgegenständen daher auch wieder vermehrt auf alte Möbel der 50er, 60er oder 70er Jahre. Sie sollen an „gute alte Zeiten“ erinnern und die von politischen Unruhen und gesellschaftlichen Veränderungen geprägte Außenwelt ausblenden (vgl. Wilke, 2017: 72).

Das ständige Streben nach Perfektion löst auch ein gewisses Verlangen nach Imperfektion aus. Dieser Trend wird als „Shabby chic“, also schäbiger Schick, bezeichnet. Während verschlissene Teile wegen der stark sichtbaren Abnutzung früher entsorgt wurden, sind genau solche Gegenstände aus natürlichen Materialien heute sehr gefragt. Die Nachfrage ist sogar so hoch, dass bereits neu produzierte Stücke bewusste „Fehler“ aufweisen. Die Besessenheit von ständiger Innovation und Makellosigkeit erweckt in uns eine Sehnsucht Möbelstücke zu besitzen, die eine Geschichte zu erzählen haben und einen Charakter besitzen, auch wenn sie dies nur vortäuschen (vgl. Öhlenbach, 2016: A7).

Aus dieser Bewegung hat sich auch das Upcycling, also das erstellen von neuen Gegenständen aus vermeintlichem Müll, entwickelt. Die Wiederverwertung alter Dinge spielt auch stark mit dem Gedanken der Ressourcenschonung, Individualisierung und Nachhaltigkeit (vgl. Welscher, 2018: 18).

3.2.2. Verwertung des Alten (Boltanski & Esquerre)

Boltanski und Esquerre beschreiben in ihrem Buch *Bereicherung - Eine Kritik der Ware* (2018) das aktuell auftretende Phänomen in der westlichen Gesellschaft, dass Werte nicht mehr so sehr durch Innovation kreiert werden, sondern

durch die Verwertung des Alten. Wertvoll ist dabei vor allem das, was eine möglichst interessante Geschichte zu erzählen hat und selten ist. Dieser Umschwung ist auch in der Ökonomie zu spüren, woraus sich mit der „Bereicherungsökonomie“ eine neue Form des Kapitalismus entwickelte. Sie zeigt eine Gegenbewegung zum standardisierten, industriell gefertigten und kostengünstigen Massenprodukt (vgl. Boltanski/Esquerre, 2018: 91f).

Aus der Massenproduktion gefertigte Waren werden vor allem für ihren Nutzen und dem nachvollziehbaren Preis-Leistungs-Verhältnis gekauft. Solche Standardprodukte sind also nicht teuer in der Anschaffung, jedoch verzeichnet man recht rasch einen Wertverlust der Ware, was nach einer Zeit dazu führt, dass das Produkt zu Abfall wird. Manche Waren schaffen es jedoch aufgrund diverser Parameter sich zu einem Kultobjekt zu entwickeln und nach ein paar Jahrzehnten als Vintage-Objekt zu gelten. Dadurch steigt wieder die Nachfrage des Produktes und eine Wertsteigerung ist die Folgeerscheinung. Eine wichtige Rolle spielt hierbei auch die Tatsache, dass das Produkt nicht mehr gefertigt wird und sich somit zu einem Sammlerobjekt entwickelt (vgl. Boltanski/Esquerre, 2018: 333f).

Boltanski & Esquerre definieren auf Basis dessen drei verschiedene Formen von Waren-Anschaffungen:

- Die **Sammlerform** bezeichnete einst die Zusammenführung von Dingen, die in einem bestimmten Verhältnis zueinander gehören, sich durch bestimmte Merkmale differenzieren und systematisch organisiert sind. In der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts bekam die Form des Sammelns aber eine neue, auf die Warenwelt konzentrierte, kapitalistische Sichtweise. Man erkannte am Sammeln nun auch das Potential der Wertanlage (vgl. Boltanski/Esquerre, 2018: 317ff).

- Die **Anlageform** hingegen kann als eine reine Form der Geldanlage betrachtet werden. Gegenstände werden also nur erworben, um sie später wieder gegen eine möglichst höhere Geldsumme weiter zu verkaufen (vgl. Boltanski/Esquerre, 2018: 457ff).
- Die **Trendform** bezieht sich auf Waren, bei denen suggeriert wird, sie haben zu müssen. Die Basis dafür bildet die narrative Geschicklichkeit des Marketings ein Produkt als begehrtlich zu präsentieren oder das Produkt wird von einer besonders schönen oder berühmten Persönlichkeit verwendet. Anders als bei der Sammlerform und der Anlageform ist hier mit einem relativen Wertverlust zu rechnen, da Trendobjekte - sofern sie gut ankommen - meist von der Massenproduktion übernommen werden. Es besteht aber auch die Möglichkeit, dass Trend-Gegenstände auch zu Sammlerobjekten werden (vgl. Boltanski/Esquerre, 2018: 423ff).

Man umgibt sich heute gern mit Gegenständen, die zum einen praktisch sind und ihren Nutzen erfüllen sollen. Zum anderen haben diese Objekte mittlerweile aber auch die Aufgabe unseren individuellen Stil zum Ausdruck zu bringen. Dieser Individualismus in der Gesellschaft führt dazu, dass man sich Produkte nicht mehr kauft nur um ein spezielles Bedürfnis zu befriedigen, sondern auch um sich damit von der Masse abzuheben. Die Eigenschaften der Ware sollen in die Person übergehen, die sie gekauft hat. Daher bereichert sich nicht nur der Verkäufer monetär beim Verkauf einer Ware, sondern auch der Käufer, in dem er durch prestigeträchtige Gegenstände sein gesellschaftliches Ansehen erhöht. Es findet eine sozioökonomische Transformation statt (vgl. Boltanski/Esquerre, 2018: 317ff).

Waren mit einer Geschichte erleben also einen Aufwärtstrend. Unterstützt wird dies unter anderem vom Gefühlszustand der Nostalgie.

3.3. Nostalgie als Einflussfaktor (Kießling)

Der Begriff Nostalgie setzt sich aus den griechischen Wörtern „nostos“ und „algia“ zusammen. „Nostos“ bedeutet übersetzt die Rückkehr nach Hause und „algia“ beschreibt das Leiden (vgl. Duden II, 2018). Definiert werden kann dieser Begriff als die „...vom Unbehagen an der Gegenwart ausgelöste, von unbestimmter Sehnsucht erfüllte Gestimmtheit, die sich in der Rückwendung zu einer vergangenen, in der Vorstellung verklärten Zeit äußert, deren Mode, Kunst, Musik o. Ä. man wieder belebt“ (Duden II, 2018).

Vor drei Jahrhunderten wurde Nostalgie als Heimweh oder eine schwere Gewöhnungsphase auf eine neue Umgebung verstanden. Diese Annahme hielt sich bis Ende des 19. Jahrhunderts, wo der Begriff dann medizinisch als eine spezielle Art von Melancholie erfasst wurde. Der Begriff war in der Vergangenheit also vorrangig negativ aufgeladen und wurde als Krankheit deklariert. Heute verbindet man „Nostalgie“ durchaus mit positiven Eigenschaften. Ist man nostalgisch, so blickt man mit positiven Gefühlen an schöne Momente in der Vergangenheit zurück, was zu einem gesteigerten Selbstwertgefühl in der Gegenwart führt. Sozialpsychologisch wird Nostalgie als die Bewunderung von Vergangenen beschrieben. Auch im Marketing verwendet man den Begriff, um Produkte mit solchen Gefühlen aufzuladen (vgl. Kießling, 2013: 29f).

David Werman beschreibt Nostalgie als „... an experience with particular cognitive and affective components. The cognitive aspects consist of memories [...] at a given time, and the affect associated with these memories is characteristically described as bittersweet“ (Werman, 1977: 387).

Der Begriff besteht also aus einer kognitiven und affektiven Komponente, die in einer Wechselwirkung zueinander stehen. Die reflektierte Erinnerung von Vergangenen löst emotionale Komponenten aus. Die am häufigsten vorkommenden Gefühlen dabei sind Freude und Trauer (vgl. Kießling, 2013: 32f).

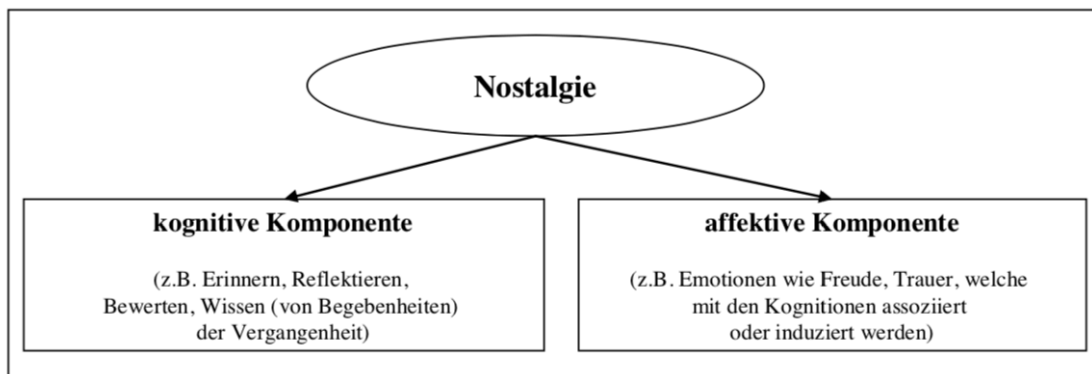


Abbildung 1: Konzept von Nostalgie / Quelle: Kießling, 2013: 32

3.3.1. Ursachen von Nostalgie

Warum ist man nostalgisch? Individuen besitzen verschiedene Selbstbilder, die von der eigenen Vergangenheit beeinflusst werden. Erkenntnisse der Motivforschung zeigen, dass vor allem menschliche Bedürfnisse zur Erschließung des Selbstkonzepts eine zentrale Rolle spielen. Motive sind kognitive und affektive Stimuli des menschlichen Verhaltens und entstehen meist, wenn ein individuelles Mangelempfinden vorliegt. Dieser Mangel löst Bedürfnisse aus, um das innere Ungleichgewicht oder Spannungsfeld wieder aufzulösen. Motive und Bedürfnisse sind von Person zu Person unterschiedlich. Falls die Vergangenheit einer Person dessen Bedürfnisse befriedigen kann, kann auch eine positive Einstellung zur Vergangenheit ein grundlegendes Bedürfnis sein (vgl. Kießling, 2013: 51f).

„Prominente bzw. intensiv beforschte Bedürfnisse sind dabei das Streben nach Konsistenz, welches in dem Bedürfnis nach Selbstwertschutz und Selbstbestätigung münden kann, und das Bedürfnis nach dem Ausdruck der (optimalen) sozialen und persönlichen Identität, welches den Spielraum zwischen dem Bedürfnis nach Einzigartigkeit bzw. Distinktheit und dem Streben nach Zugehörigkeit, Ähnlichkeit und sozialem Anschluss beschreibt“ (Kießling, 2013: 52).

Das Individuum ist also darauf bedacht, sein Denken und Handeln so zu strukturieren, dass es selbstkonsistent ist. Um dies zu bewerkstelligen, werden konsumierte Informationen gefiltert und zur Bestätigung des Selbstkonzeptes verwendet. Dabei wird eine Konsistenz des Individuums angestrebt, welches zur Selbstbestätigung beitragen und das eigene Ich vor äußeren Bedrohungen wie Veränderungen von Lebensumständen schützen soll. Das Individuum hat ebenfalls das Bedürfnis, seine Identität gegenüber anderen Personen zu kontrollieren. Die soziale Identität lässt sich dabei in zwei Ausprägungen unterteilen. Zum einen will man sich mit seiner Persönlichkeit, seinen Merkmalen und seinen Werten als Einzigartig darstellen und zum anderen will man einer sozialen Gruppe angehören, da auch ein starkes Bedürfnis nach sozialem Anschluss vorliegt (vgl. Kießling, 2013: 53f).

Diese Bedürfnisse sind zugleich auch Ausgangspunkt für die Erklärung der persönlichen und der historischen Ursachen von Nostalgie.

Persönliche Ursachen

Bestehende Studien aus der Sozialpsychologie und dem Marketing haben gezeigt, dass die Bedürfnisse, die bei persönlicher Nostalgie am meisten auftreten, stark mit dem Schutz der Identität und der Individualität zu tun hat und dem Wunsch nach sozialen Kontakten einher gehen. Das Streben nach positiven Emotionen steht dabei im Vordergrund, wobei vor allem das Selbstkonzept geschützt werden soll, in dem man nach Stabilität und Kontinuität strebt. Das wieder in Erinnerung rufen von bedeutungsvollen Momenten und früheren Qualitäten wird dabei oft mit schönen und konfliktfreien Gedanken verbunden. Die Liebe zur eigenen Vergangenheit ist für das Individuum also von hoher Bedeutung, um seine einzigartige Identität zu manifestieren (vgl. Kießling, 2013: 55ff).

Gefährdet werden kann dies durch veränderte Lebensumstände wie die Minderung der Lebensqualität oder andere Bedrohungen. Dies kann negative, psychologische Konsequenzen auslösen und Besorgnis bzw. Kontrollverlust hervorrufen (vgl. Kießling, 2013: 57ff).

Historische Ursachen

Hier spielt vor allem die Idealisierung von damaligen Werten oder Qualitäten eine Rolle, die in der Gegenwart nicht existent sind. Dabei muss die Vorstellung der Vergangenheit gar nicht real existiert haben (vgl. Kießling, 2013: 61). "Historical nostalgia expresses the desire to retreat from contemporary life by returning to a time in the distant past viewed as superior to the present" (Stern, 1992, zit. nach Kießling, 2013: 61).

Unterstützt werden kann diese nostalgische Idealisierung durch die Auseinandersetzung mit vergangenen Epochen, das Sammeln von Gegenständen vergangener Zeiten oder das übernehmen von vergangenen Stilmerkmalen. Historisch nostalgische Personen haben eine starke Vorliebe für Ästhetik und finden diese oft in vergangenen Objekten wieder. Dadurch entsteht die Sichtweise, dass Gegenstände aus der Vergangenheit jenen aus der Gegenwart optisch überlegen sind. Dies führt wiederum dazu, dass die vergangenen Zeitalter als Ursprung von Schönheit angesehen werden. Durch die Zuneigung zu vergangenen Epochen kann man sich besser mit seinen individuellen Wertvorstellungen identifizieren und von anderen, eher gegenwartsorientierten Personen abgrenzen. Somit ist auch bei historischer Nostalgie das Bedürfnis nach Einzigartigkeit ein ausschlaggebender Punkt (vgl. Kießling, 2013: 61f).

3.3.2. Auswirkung auf das Konsumverhalten

Ein probates Mittel um nostalgische Bedürfnisse zu befriedigen, ist also - wie bereits schon in Punkt 3.2.2. erwähnt - der Erwerb von Konsumgütern mit Bezug zur Vergangenheit. Besitztümer werden also ein Teil des erweiterten Selbst und unterstützen dabei das Individuum sein soziales und ideales Ich bestmöglich auszudrücken. Personen neigen dazu, ihr Selbst durch erworbene Gegenstände zu bereichern und zu positionieren. Dies betrifft vor allem Konsumgüter die wertstabil sind bzw. wo ein Wertgewinn vorausgesagt wird. Erworbene Objekte sind wichtige Bedeutungsträger und kreieren einen sozialen Mehrwert für den Konsumenten. Die Bedürfnisse der historischen oder persön-

lichen Nostalgie können also mit dem aneignen von Konsumgütern mit Vergangenheitsbezug befriedigt werden. Diese Gegenstände verschaffen dem Individuum die Möglichkeit sein Ich zu kreieren und sein aktuelles Selbst zu erhalten. Auch können sie Beständigkeit oder Veränderung des individuellen Lebens widerspiegeln (vgl. Kießling, 2013: 70f).

“Objects of the past are often intentionally acquired and retained in order to remember pleasant or momentous times in one's past” (Belk, 1990, zit. nach Kießling, 2013: 72)

Antike Waren können also auch aus Gründen der sozialen Anerkennung, dem sozialen Status oder dem Prestige erworben werden. Die Zurschaustellung des sozialen Rangs dient dem Individuum dabei als Befriedigung des sozialen Nutzens. Von besonderer Wichtigkeit ist hier die Höhe des Preises und die Seltenheit des erworbenen Gegenstandes. Auch das Erreichen von Beständigkeit in der eigenen Umwelt oder das Erleben von Emotionen und Empfindungen - die in Verbindung mit solchen Objekten aufkommen - können weitere Beweggründe für eine Anschaffung sein (vgl. Kießling, 2013: 73ff).

Nostalgie hat demnach auch zunehmenden Einfluss auf unsere Wohnungseinrichtung. Alte Möbel mit Nostalgiecharakter erinnern an eine bessere Zeit in der Vergangenheit und sorgen so beim Besitzer für positive Gefühle (vgl. Wilke, 2017: 72).

3.4. Vintage Möbel

Vorab soll zum besseren Verständnis der Begriff „Vintage“ definiert und von den Termini „Antiquitäten“ und „Retro“ abgegrenzt werden.

„Vintage“ stammt aus dem Englischen und beschreibt eine Eigenschaft von Dingen „of high quality and lasting value, or showing the best and most typical characteristics of a particular type of thing, especially from the past“ (Cam-

bridge, 2018). Seinen Ursprung hat dieser Begriff in der Weinlese und wurde damals für besonders gute Weine eines Jahrganges verwendet, die eine hohe Qualität aufwiesen und durch das Lagern noch besser wurden (vgl. Cambridge, 2018). Im deutschen Duden existiert für das Wort „Vintage“ bislang keine offizielle Begriffserklärung. Jedoch kann - von der englischen Definition abgeleitet - der Begriff Vintage als alt, erlesen und von guter Qualität definiert werden.

Eine „Antiquität“ hingegen ist ein „altertümlicher Gegenstand aus dem Kunsthandwerk (Möbel, Porzellan u. a.)“ (Duden III, 2019). „Retro“ (lateinisch für: rückwärts) bezeichnet die Nachahmung früherer Stilelemente und deren Verwendung in neuen Produkten (vgl. Duden, 2018).

In der Möbelbranche versteht man unter „Vintage-Möbel“ Einrichtungsgegenstände, welche zwischen 1920 - 1980 hergestellt wurden. Möbel, welche vor 1920 produziert wurden, bezeichnet man als Antiquitäten und „Retro“-Möbel sind neu produzierte Produkte, wo alte Formen und Farben alter Designs wieder aufgegriffen werden. (vgl. Schuster Home Company, 2018)

Vintage Möbel sind also Möbelklassiker, die eine „Harmonie von Form und Inhalt, eine universale, zeitlos gültige Formensprache“ besitzen (Dietz, 1996: 6). Darüber hinaus zeichnen sie sich durch ihre hohe Qualität, die Reduktion auf das Wesentliche sowie der klaren Konstruktion und der simplen Formgebung aus. Vintage Möbel sind zeitlos und bestechen durch ihre rational und intelligent durchdachte Fertigung. Durch diese Eigenschaften heben sie sich von der in der Gegenwart produzierten Massenware ab. Ein wichtiges Auswahlkriterium bei solchen Möbel ist auch die namentliche Bekanntheit des Designers. Durch diese Zuordnung ist zum einen der materielle Sammlerwert sichergestellt und zum anderen erzählt das Möbelstück dadurch eine besondere Geschichte, wodurch die Besitzer eine besondere Beziehung zu den Gegenständen aufbauen können (vgl. Dietz, 1996: 6).

Eine nicht unbedeutende Rolle spielt hier auch die digitale Ökonomie. Da mittlerweile nahezu alles per Mausklick verfügbar ist, haben Dinge, die nur schwierig und analog aufzutreiben sind, einen besonderen Reiz. Dabei ist oft die Suche selbst schon eine der Hauptmotivationen (vgl. Roth, 2014).

3.4.1. Designgeschichtlicher Hintergrund

Dieser Punkt widmet sich der Möbelgeschichte von der klassischen Moderne 1925 bis zur Postmoderne bis 1980. Möbel, die während diesem Zeitraum produziert wurden, sind auch jene, die heute unter dem Begriff der „Vintage Möbel“ fallen.

Die **klassische Moderne** bezeichnet das Zeitalter der Nachkriegszeit zwischen 1925 - 1945 und gilt als die Epoche des schnörkellos-reduzierten Stils. Durch den Krieg beeinflusst, verzichtete man vermehrt auf verspielte Dekorationen und setzte auf einen strengen und nüchternen Stil. Diese Entwicklung hatte zum einen den Grund sich von alten Formen zu lösen und zum anderen wollte man preiswerte Möbel in Serie produzieren lassen, ohne die alten Stile zu kopieren (vgl. Miller, 2006: 420). In dieser Zeit war es zudem sehr wichtig, die Möbel sehr robust und zweckdienlich zu entwerfen, um einen raschen Verschleiß zu verhindern. Möbel sollten also einen wirklichen Zweck haben und echte Bedürfnisse befriedigen. Durch die Knappheit der Rohstoffe wurden heimische Hölzer verwendet und so verarbeitet, dass sie wenig Stellfläche benötigten und zudem leicht zu reinigen und zu bewegen waren (vgl. Watson, 1979: 294ff). Bevorzugte Werkstoffe für die Produktion waren vor allem Stahlrohr, Schichtholz und Tafelglas, welche den radikalen Reformcharakter der Moderne widerspiegeln. Möbel aus dieser Epoche passten sich auch den neuen sozialen und kommunikationstechnischen Veränderungen an. Da die Freizeit eine immer größere Rolle spielte, setzten Designer auf bequeme Möbel wie den Klubsessel und auf leichte Möbel wie den Klappsessel, um sie variabel einsetzbar zu machen. Durch die neuen Kommunikationsmöglichkeiten wie dem Telefon und

neuen Transportmitteln war nun auch eine internationale Entwicklung möglich (vgl. Miller, 2006: 420).

Möbel der Nachkriegszeit entstanden im Zeitraum zwischen 1945 - 1970. Stücke aus dieser Epoche knüpften an den nüchternen Designs vor 1945 an. Durch neue Produktionstechniken wie den Aluminiumguss oder neuer Holzpressverfahren, änderte sich jedoch die Ästhetik weg vom reinen Funktionalismus und hin zum skulpturalen Stil. Vor allem Möbel aus Skandinavien erlebten Anfang der 50er Jahre einen Aufschwung und waren vor allem für die perfekte Verschmelzung von Form und Funktion und der hochwertigen Detailarbeit bekannt (vgl. Miller, 2006: 452). Die dänische Möbelindustrie schaffte sich den Ruf, Möbel ohne Ausnahme in guter Qualität zu produzieren, was sie sich bis heute erhalten hat (vgl. Watson, 1979: 297). Aus dieser Epoche entsprungene Ikonen waren unter anderem Arne Jacobsen oder Hans Wegner (vgl. Miller, 2006: 452). Viele Designer verfolgten den Trend der Reduktion von Form und Material auf das Minimalste. Man strebte nach der Idealvorstellung ein Möbel aus nur einem Stück zu fertigen und damit den Herstellungsprozess bestmöglich zu vereinfachen (vgl. Watson, 1979: 300).

Bei **Möbeln der Postmoderne** (ab 1970) gab es Anfang der 70er Jahre zwei Trends. Der erste Trend wurde unter dem Begriff „Anti Design“ zusammengefasst, welcher an den anti-funktionalen Ansatz Mitte der 50er Jahre anknüpfte und vor allem in Italien vertreten war. Die Designs zeichneten sich vor allem durch extreme Formen und bunte Farben aus. Der zweite Trend wurde als „Hightech“ bezeichnet und besinnt sich auf die Rückkehr der Funktionalität und des zeitlosen Designs der klassischen Moderne (vgl. Miller, 2006: 506). Im Jahr 1970 wurde der Möbelstil aufgrund der Überwindung nationaler und geographischer Barrieren und der zunehmenden Modernisierung der Kommunikation zudem immer internationaler. Kritiker bezeichneten diese Entwicklung der Vereinheitlichung als eintönig, jedoch fand man auch Zustimmung ob ihrer zweckmäßigen Gestaltung. Nationale Stile mit ihren Eigenheiten gab es nach wie vor, jedoch nicht mehr so ausgeprägt wie zu früheren Zeiten (vgl. Watson, 1979:

293). In den 80er Jahren erlebte die Postmoderne eine Blütezeit. Hier wurden bewusst billige Materialien mit teuren kombiniert. Die daraus entstandenen Möbel hatten keinen erweiterten praktischen Nutzen und konnten gleichzeitig auch als Kunstwerke oder Mode-Accessoires angesehen werden. Zudem gab es die Bewegung des „neuen Minimalismus“ bzw. der „Dematerialisierung“. In diesen internationalen Stil fallen vor allem schnörkellose Möbel aus Materialien wie Acrylglas oder Korbgeflecht (vgl. Miller, 2006: 506). Die folgenden Unterpunkte beschäftigen sich mit zwei bzw. drei Möbeldesignern, welche mit ihren Kreationen die Möbelindustrie nachhaltig prägten.

3.4.1.1. Ray & Charles Eames

Das aus Amerika stammende Ehepaar Ray & Charles Eames gehört zu den bekanntesten Möbeldesignern des 20. Jahrhunderts. Mit ihrem revolutionären Designansatz und den verwendeten Werkstoffen bauten sie zeitlose Möbelklassiker. Charles Eames war Architekt und Konstruktionszeichner, während seine Frau Ray eine abstrakt-expressionistische Malerin war. Ihr Credo war zu einem möglichst geringen Preis so vielen Menschen wie möglich die bestmöglichen Möbel anzubieten. Diesen Leitspruch verfolgten sie mit dem Einsatz von biegsamen und kostengünstigen Materialien wie Formlagenholz, Kunststoff, Fiberglas und Aluminium, welche allesamt noch nie für die Möbelproduktion verwendet wurden. Die daraus entstandenen Möbel vereinigten Industriedesign und Kunst auf eine nahezu perfekte Art und Weise (vgl. Miller, 2006: 456).

Der LAR Armchair in Abbildung 9 ist einer der von Eames erschaffenen Designikonen. Die Schale des Sessels ist aus Fiberglas-Polyester geformt und mit einem schwarzen Stahlstangengestell verbunden. Hergestellt von der Hermann Miller Furniture Company wurde der Sessel für einen Wettbewerb 1948 gebaut, welcher zum Ziel hatte, einen möglichst günstigen und zur Massenproduktion tauglichen Sessel zu entwerfen. Der Stuhl ist bei Sammlern bis heute aufgrund seiner Anpassungsfähigkeit zu anderen Möbeln sehr beliebt und wird bis heute von Vitra produziert. Die Sessel aus früheren Produktionen haben jedoch einen wesentlich höheren Sammlerwert, da sie - anders als die Neuproduktionen -



Abbildung 2: Eames LAR Armchair
 Quelle: <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/484645> (18.12.)

noch aus Fiberglas gefertigt wurden und das Material schöner altert als das heute verwendete Polypropylen (vgl. Roth, 2014). Eines ihrer Rezepte zum Erfolg war es, neben der Möbelentwicklung auch jenseits ihrer Profession nach Ideen zu suchen. Unter Design verstanden Ray & Charles Eames einen Plan, der Elemente so anordnet, damit sie einen bestimmten Zweck erfüllen. Auch der sparsame Umgang mit Rohstoffen und die Bequemlichkeit sind Punkte, die dem Designer-Paar sehr wichtig waren. Am besten zum Ausdruck kommen diese Eigenschaften beim Eames Clubsessel (vgl. Miller, 2006: 456).



Abbildung 3: Eames Club Chair / Quelle: <https://www.moma.org/collection/works/33255> (18.12.)

3.4.1.2. Arne Jacobsen



Abbildung 4: Serie 7 Sessel „3107“
Quelle: <https://collection.cooperhewitt.org/objects/18734945/> (19.12.)

Der aus Dänemark stammende Architekt trat erst nach dem 2. Weltkrieg als Möbeldesigner zum Vorschein. Stark beeinflusst von Le Corbusier und Mies van der Rohe, setzte Jacobsen stets auf eine fließende Linienführung und durchdachte, präzise Details. Vor allem die funktionale Konstruktion seiner Möbel führte dazu, dass seine Entwürfe zu den meistverkauften Möbel des 20. Jahrhunderts zählen. Um dies zu erreichen, war vor allem die klare Trennung der Konstruktion von Sitzschale und Fußgestell wichtig, welche eine einfache Massenproduktion ermöglichte. Aufbauend auf sein Stuhl-Modell

„Ameise“ entwarf Jacobsen die Serie „Nr.7“, wovon das Modell „3107“ mit mehr als 6 Millionen verkauften Stück als beliebtester, jemals entworfener Sessel gilt. Fast alle von Jacobsen entworfenen Möbel wurden für einen bestimmten Zweck kreiert. Während der Serie 7 Sessel ursprünglich für eine Kantine entworfen wurde, gestaltete Jacobsen drei seiner weiteren Ikonen „Ei“, „Schwan“ und „Tropfen“ für das SAS Royal Hotel in Kopenhagen (vgl. Miller, 2006: 464f).

3.4.2. Der „Retro-Trend“

Wie in Punkt 3.4 bereits erwähnt, steht „Retro“ für eine Nachahmung früherer Designs. Ein Retro-Produkt ist jedoch nicht als eine bloße Reproduktion zu sehen, sondern verbindet alte Designs oft auch mit neuer Technologie. Retro bedeutet daher nicht die Abwendung vom Digitalen und die Rückkehr zu technischen Anfängen. Repräsentative Produkte sind z.B. der von BMW neu ge-launchte Mini Cooper mit altem Design und neuer Technik. Retro-Produkte können heute nahezu in allen Warengruppen und Preissegmenten gefunden wer-

den. Branchen wie Möbel, Mode, Lebensmittel oder Technik erleben gerade daher auch einen Aufschwung. Durch das derzeitige Überangebot von reproduzierten Produkten spricht man auch von einer „Retro-Revolution“, für die vor allem nostalgische Gefühle verantwortlich sind. Die Liebe zu Vergangenen kann dabei auch nur über Kommunikationsmaßnahmen aktiviert werden, wobei das Produkt selbst gar keine vergangenheitsbezogenen Merkmale haben muss. (vgl. Kießling, 2013: 8ff).

Fallbeispiel IKEA

Auch der schwedische Möbelkonzern setzt in den letzten Jahren vermehrt auf diesen Trend. Mit der Möbellinie „Gratulera“ verhelfen sie derzeit alten Möbel-designs zu einer Wiedergeburt und feiern damit das 75-jährige Bestehen des Unternehmens.

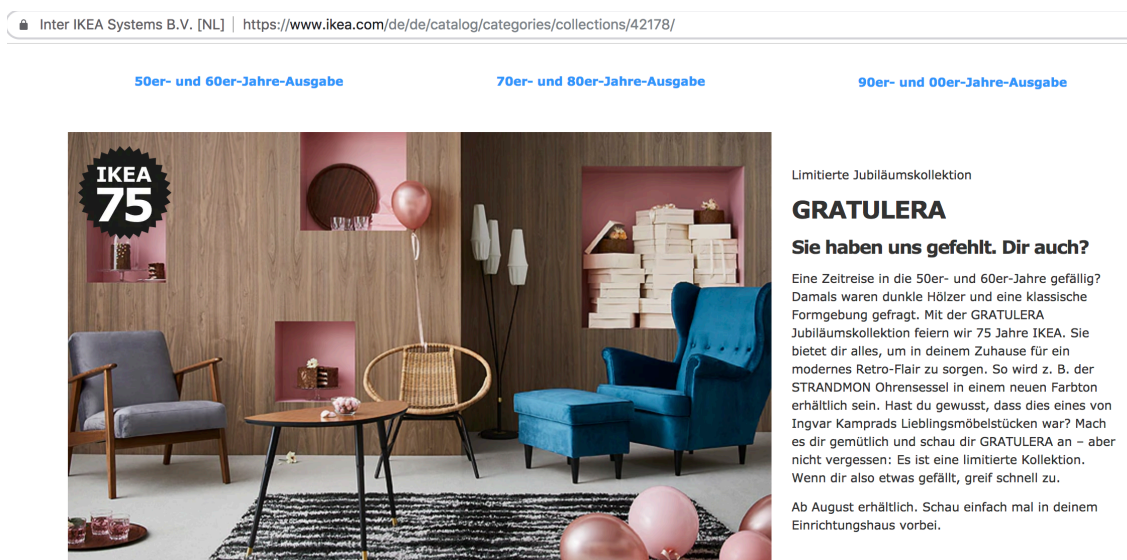


Abbildung 5: IKEA Gratulera / Quelle: <https://www.ikea.com/de/de/catalog/categories/collections/42178/> (05.12.)

Das Kampagnenkonzept ist, frühere IKEA Möbel zu reproduzieren und Produkte die schon in der Vergangenheit sehr beliebt waren, neu aufleben zu lassen. Auch andere Möbelstücke in der Ikea-Produktpalette erinnern stark an vergangene Entwürfe. Anhand der folgenden Beispiele kann man signifikante Ähnlichkeiten zu früheren Designklassikern erkennen (vgl. Ikea, 2018).



Abbildung 6: IKEA Esszimmerstühle Bjuran, Svenbertil, Norraryd

Quellen: <https://www.ikea.com/de/de/p/bjuran-stuhl-dunkelrot-40422442/>
<https://www.ikea.com/de/de/p/svenbertil-stuhl-weiss-broringe-verchromt-s99197700/>
<https://www.ikea.com/de/de/p/norraryd-stuhl-schwarz-40280843/> (07.06.)

Diese Stühle erinnern an die Entwürfe des Nr.16 Sessels der Gebr. Thonet, den Series 7 Stuhl von Arne Jacobsen und dem Fanett Stuhl von Ilmari Tapiovaara.



Abbildung 7: Thonet No. 16, Arne Jacobsen Series 7, Tapiovaara Fanett

Quellen: https://classicdesignoutlet.com/moebel/media/images/org/429_0.jpg
<http://www.connox.de/kategorien/moebel/stuehle/fritz-hansen-serie-7-stuhl.html>
<https://www.bukowskis.com/sv/lots/875055-stolar-3-st-ilmari-tapiovaara-fanett-edsby-verken-1950-60-tal> (05.12.)

Diese Gegenüberstellung soll erkenntlich machen, dass alte Designs momentan sehr viel Einfluss auf die Gestaltung heutiger Möbel haben.

4. Empirische Erhebung

Die vorliegende Arbeit befasste sich im Theorieteil zum einen mit dem digitalen Fortschritt des heutigen Informationszeitalters und den daraus resultierenden, neuen Benutzungskonzepten im Alltag. Zum anderen wurde die Gegenbewegung Vintage behandelt, wo es vor allem um die Entschleunigung des Alltags, die Lust nach Vergangenem und die Rückbesinnung auf analoge und altbewährte Dinge ging.

Der übergeordnete Fokus lag dabei vorrangig auf den Einfluss in den eigenen vier Wänden, welcher mithilfe einer empirischen Analyse nun näher analysiert werden soll.

4.1. Methodische Vorgangsweise

Um neue, wissenschaftliche Erkenntnisse im Rahmen dieser Forschungsarbeit zu generieren, wird die Inhaltsanalyse als empirische Forschungsmethode herangezogen. Als Grundlage der Untersuchung dienen Artikel aus Zeitungen, Zeitschriften und Magazinen aus Österreich, welche die Stichwörter „Smart Home“ oder „Vintage“ in Verbindung mit dem Wort „Wohnen“ beinhalten. Die Auswahl der Kombination beider Suchbegriffe mit dem Stichwort „Wohnen“ wurde gewählt, da es für diese Magisterarbeit vorrangig von Relevanz war, welche Rolle die Begriffe in gegenwärtigen Wohnkonzepten einnehmen.

Den Anlass zur Auswahl der Begriffe „Smart Home“ und „Vintage“ gab die ähnlich verlaufende Häufigkeitskurve an Artikeln in der Medienpräsenz-Statistik der APA Online Library. Beide Termini erlebten in den letzten Jahren eine stets wachsende Häufigkeitskurve, was einen kausalen Zusammenhang vermuten lässt.

Medienpräsenz

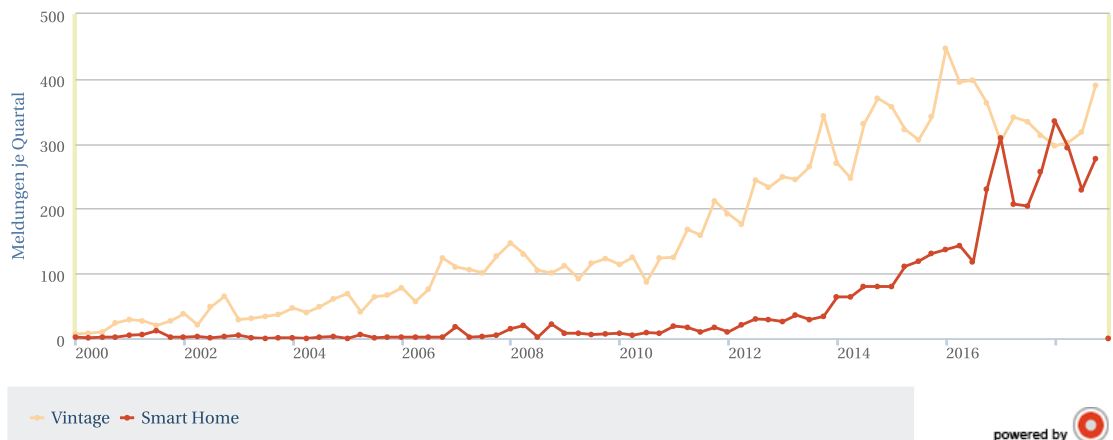


Abbildung 8: Medienpräsenz - Häufigkeitsentwicklung von Erwähnungen „Smart Home“ und „Vintage“ in österreichischen Medien / Quelle: APA Online Manager Library, <https://www.aomweb.apa.at/portal>

Das Ziel dieser Untersuchung ist es herauszufinden, in welchem Zusammenhang die beiden Begriffe mit „Wohnen“ stehen und welche Beweggründe und Nutzungsmotive es dafür gibt. Ebenfalls soll herausgefunden werden, inwiefern Vintage eine Reaktion auf Smart Home-Technologien ist und wie sich dies in heutigen Wohnsituationen bemerkbar macht. Auf Basis der Analyse soll es dann möglich sein, die aufgestellte Forschungsfrage zu beantworten. Bewerksichtigt werden soll dies mithilfe der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring.

4.2. Die Qualitative Inhaltsanalyse

Eine Inhaltsanalyse soll Kommunikation systematisch, theorie- und regelgeleitet analysieren und zielt darauf ab, Rückschlüsse auf bestimmte Aspekte von Kommunikationsinhalten ziehen zu können (vgl. Mayring, 2007: 13). Laut Titscher ist die Inhaltsanalyse die etablierteste Textanalysemethode in der empirischen Sozialforschung (vgl. Titscher et al. 1998: 74).

Ebenfalls fungiert die Inhaltsanalyse als ein Instrument zur Verringerung der Komplexität einer bestimmten forschungsleitenden Perspektive (vgl. Früh,

2015: 44) und ist „... eine empirische Methode zur systematischen, intersubjektiv nachvollziehbaren Beschreibung inhaltlicher und formaler Merkmale von Mitteilungen, meist mit dem Ziel einer darauf gestützten interpretativen Inferenz auf mitteilungsexterne Sachverhalte“ (Früh, 2007: 27).

Die qualitative Methode soll dabei so durchgeführt werden, dass sich ein schlüssiges Gesamtbild des Forschungsgegenstandes ergibt. Das Grundgerüst des qualitativen Denkens bilden dabei die intensive Subjektbezogenheit, die Interpretation und Deskription der Forschungssubjekte und die direkte Praxisbezogenheit des Gegenstandsbereiches (vgl. Mayring, 2002: 19ff). Eines der auftretenden Probleme der qualitativen Forschung ist die Verallgemeinerung der Ergebnisse, da oft nur mit kleineren Fallzahlen gearbeitet wird. Daher sind Begründungen zur Gültigkeit (vgl. Mayring, 2002: 24) sowie die Forderung nach Einzelfallanalysen (vgl. Mayring, 2002: 41) wichtige Parameter der Analyse.

Eine zentrale Rolle spielt auch das Kategoriensystem, welches auf Basis der gesetzten Ziele definiert werden soll (vgl. Mayring, 2007: 43). Die Kategorienbildung wird hierbei induktiv, also direkt vom Analysematerial, abgeleitet (vgl. Mayring, 2007: 75). Der induktiven Vorgehensweise wird innerhalb der qualitativen Inhaltsanalyse große Bedeutung zugeschrieben (vgl. Mayring, 2007: 75), da sie „... nach einer möglichst naturalistischen, gegenstandsnahen Abbildung des Materials ohne Verzerrungen durch Vornahmen des Forschers, eine Erfassung des Gegenstands in der Sprache des Materials...“ strebt (Mayring, 2007: 75). Die für diese Arbeit passendste, qualitative Technik ist die Strukturierung.

Die Strukturierung ist eine der bedeutendsten inhaltsanalytischen Praktiken, die es ermöglichen soll, eine bestimmte Struktur im Analysematerial zu erkennen. Um die Struktur herausfiltern zu können, werden mithilfe eines Kategoriensystems alle relevanten Textbestandteile analysiert und extrahiert. Den Grundstein dafür bilden klar definierte Strukturierungsdimensionen (vgl. Mayring, 2007: 82f).

Mayring gliedert die Strukturierung in vier Ausprägungen:

- Formale Strukturierung: Ist die Strukturierung des Materials anhand formaler Kriterien.
- Inhaltliche Strukturierung: Beschäftigt sich mit dem Zusammenfassen des Materials anhand bestimmter Inhaltsbereiche.
- Typisierende Strukturierung: Ist das Herausfiltern von markantem Material anhand von Typisierungsdimensionen.
- Skalierende Strukturierung: Die Bewertung von verschiedenen Ausprägungen des Materials anhand eines definierten Skalensystems (vgl. Mayring, 2007: 85).

Da vorab nicht klar ist, welche Inhalte bei „Vintage“ und „Smart Home“ von besonderer Relevanz sind, eignet sich für diese Arbeit die Form der inhaltlichen Strukturierung am besten. Zudem ermöglicht das induktive Determinieren der Kategorien ein praktisches extrahieren der wichtigsten Inhalte.

4.3. Die Inhaltliche Strukturierung

„Ziel inhaltlicher Strukturierungen ist es, bestimmte Themen, Inhalte, Aspekte aus dem Material herauszufiltern und zusammenzufassen“ (Mayring, 2007: 89). Die zu analysierenden Inhalte werden mittels vordefinierter und theoriegeleiteter Kategorien sowie Unterkategorien untersucht. Nach Abschluss der inhaltlichen Bearbeitung der Medienberichte wird das vorhandene Material in Form von Paraphrasen herausgelöst und als Unterkategorien bzw. Hauptkategorien gegliedert. Wichtig dabei ist, die Inhalte zunächst in den Unterkategorien und anschließend erst in den Hauptkategorien zusammen zu fassen (vgl. Mayring, 2007: 89).

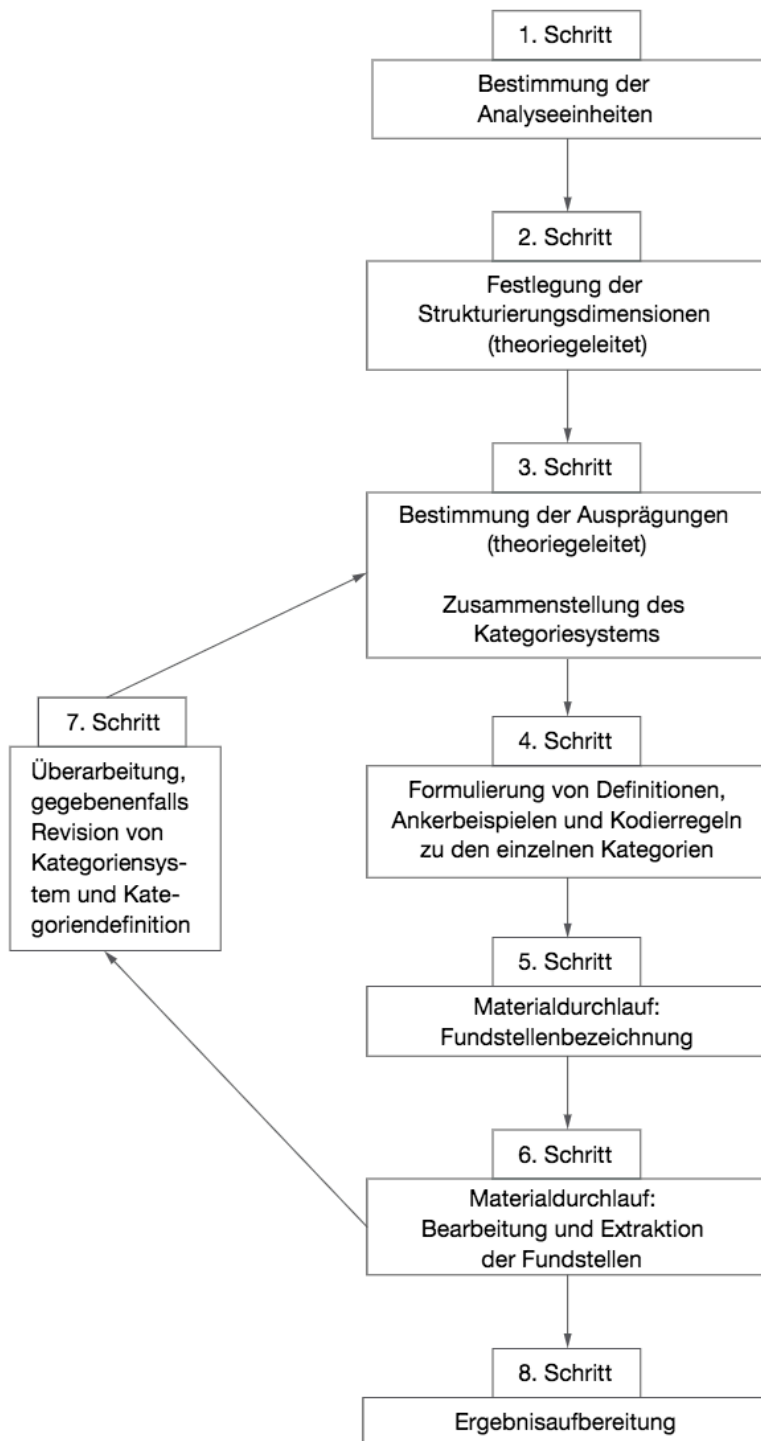


Abbildung 9: Ablaufmodell einer strukturierenden Inhaltsanalyse nach Mayring
 Quelle: Mayring 2007: 84

5. Stichprobenauswahl

Der Zeitraum der Analyse wurde von 1. Jänner bis 31. Dezember 2018 festgelegt um die relevanteste Situation im letzten, abgeschlossenen Jahr vorzufinden. Die ausgewählten Medien beschränken sich dabei auf Printausgaben österreichischer Zeitungen, Zeitschriften und Magazine, bezogen aus der APA-Onlinemanager Library, einem Presseportal zur Archivierung von Nachrichten der österreichischen Presseagentur (vgl. AOM, 2019).

Die Stichprobenauswahl für das Jahr 2018 ergab für die Suchbegriffe „Vintage“ und „Smart Home“ in Verbindung mit „Wohnen“ eine Gesamtmenge von 316 Artikeln aus insgesamt 215 Quellen. Von diesen entfallen 66 Artikel auf die Suchbegriffe „Vintage“ und „Wohnen“ und 253 Artikel auf die Begriffe „Smart Home“ und „Wohnen“. Um eine bestmöglich repräsentative Stichprobenauswahl für die qualitative Untersuchung zu garantieren, wurden aus der Gesamtmenge die relevantesten Artikel herausgefiltert. Die Relevanz setzt sich dabei aus Artikelgröße und Häufigkeit des Aufkommens der Begriffe zusammen.

6. Forschungsfragestellung und Kategorienbestimmung

Im Rahmen der Masterarbeit sollen mithilfe der Auswertung der empirischen Erhebung die forschungsleitende Fragestellung sowie Haupt- und Unterkategorien beantwortet werden.

Forschungsleitende Fragestellung:

Inwiefern ist Vintage eine Reaktion auf Smart Home Technologien?

Auf Basis der Artikelinhalte ergeben sich für die qualitative Inhaltsanalyse nun folgende, induktiv hergeleitete Haupt- und Unterkategorien:

HK 1: Welche Schwerpunkte werden in den Artikeln mit Vintage und Smart Home in Verbindung mit Wohnen behandelt?

UK 1.1. Vintage & Wohnen

UK 1.1.1. Lebensstil

UK 1.1.2. Einrichtung

UK 1.2. Smart Home & Wohnen

UK 1.2.1. Geräte

UK 1.2.2 Haushalt

UK 1.2.3. Kosten

HK 2: Welche Beweggründe für die Anschaffung und den Besitz von Vintage Möbel gibt es?

UK 2.1. Persönliches Befinden

UK 2.1.1. Nostalgie

UK 2.1.2. Sammeln

UK 2.1.3. Entschleunigung

UK 2.1.4. Wohlfühlen

UK 2.2. Trends

UK 2.2.1. Minimalismus

UK 2.2.2. Retro

UK 2.2.3. Individualismus

UK 2.2.4. Hygge

HK 3: Weshalb tendieren Menschen heute dazu sich Smart Home Systeme anzuschaffen oder nicht? Welche Rollen spielen hierbei andere Produkte wie Smartphones oder Sprachassistentz-Systeme?

UK 3.1. Beweggründe für Smart Home

UK 3.1.1. Energiesparen

UK 3.1.2. Sicherheit

UK 3.1.3. Assisted Living

UK 3.1.4. Entertainment

UK 3.2. Beweggründe gegen Smart Home

UK 3.2.1. Kontrolle

UK 3.2.2. Digital Detox

UK 3.3.: Rolle von Smartphones und Sprachassistentz-Systemen

HK 4: Gibt es eine Schnittmenge in den Artikeln, welche sowohl die Begriffe „Smart Home“ und „Vintage“ im Zusammenhang mit „Wohnen“ behandeln?

7. Beantwortung der Kategorien

Bevor die Kategorien sowie die Forschungsfrage im Rahmen der qualitativen Inhaltsanalyse beantwortet werden, soll vorab mithilfe von quantitativen Erhebungen ein erster Eindruck über die mediale Situation dargestellt werden.

Generell ist festzuhalten, dass beim Thema „Smart Home“ mit einer Menge von 131 von 253 Berichten die Mehrheit der Artikel in Zeitschriften und Magazinen erschienen ist, währenddessen das Thema „Vintage“ mit insgesamt 41 von 66 Berichten hauptsächlich in Tageszeitungen behandelt wurde. Die Aufteilung lässt vorab bereits darauf schließen, dass das Thema „Vintage“ vermehrt im traditionelleren Medium Tageszeitung thematisiert wird. Die Häufigkeiten beim Begriff „Smart Home“ sind auf die Mediengattungen zwar fast im gleichen Verhältnis aufgeteilt, ein Trend zum vermehrten Aufkommen in Magazinen und Zeitschriften ist aber dennoch zu erkennen.

Medienpräsenz

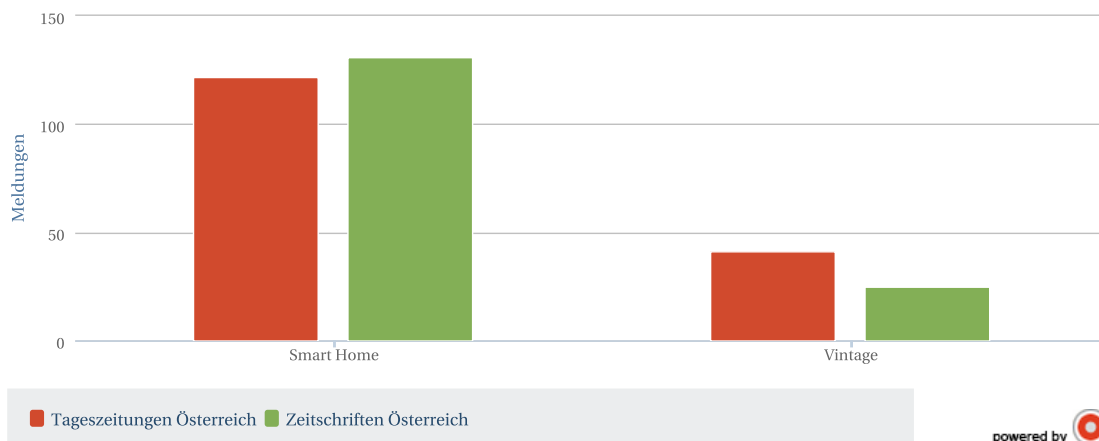


Abbildung 10: Medienpräsenz - Aufteilung Tageszeitungen und Zeitschriften/Magazine Österreich von „Smart Home“ und „Vintage“ / Quelle: APA Online Manager Library, <https://www.aomweb.apa.at/portal>

Betrachtet man die Aufteilung der Artikel nach Quellen, so lässt sich des weiteren erkennen, dass die Top-Quelle beider Suchbegriffe die Oberösterreichischen Nachrichten sind. Ganze 44 - und somit mehr als 17% aller Artikel aus

dem Jahr 2018 zum Thema „Smart Home“ - stammen aus dieser Quelle. Beim Begriff „Vintage“ stammen insgesamt 9 und somit knapp 14% aller Artikel aus der oberösterreichischen Tageszeitung. In den Grafiken unterhalb ist ersichtlich, welche Quellen sich unter den jeweils 15 häufigsten befinden. Dabei scheint es erwähnenswert, dass beim Begriff „Vintage“ vier aus den ersten fünf Quellen Tageszeitungen sind. Im Gegensatz dazu finden sich bei „Smart Home“ drei Magazine bzw. Zeitschriften unter den ersten fünf wieder.

Top-Quellen für Smart Home

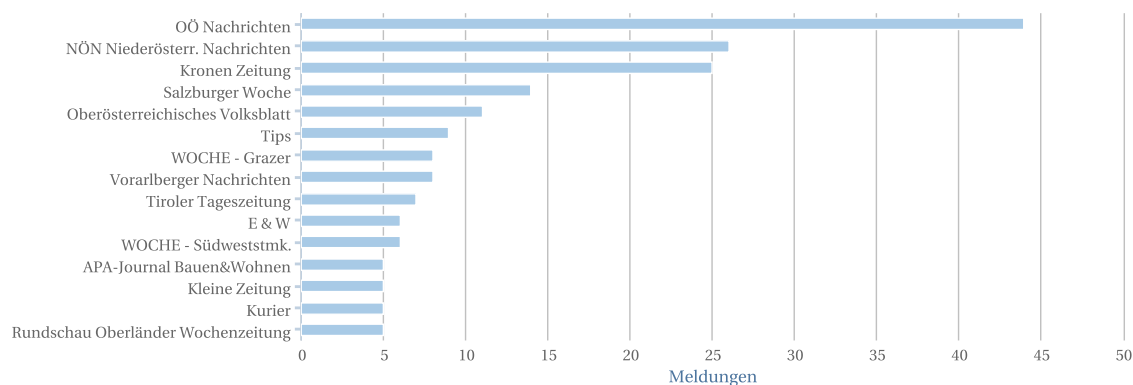


Abbildung 11: Top-Quellen-Auflistung zum Begriff „Smart Home“

powered by

Quelle: APA Online Manager Library, <https://www.aomweb.apa.at/portal>

Top-Quellen für Vintage

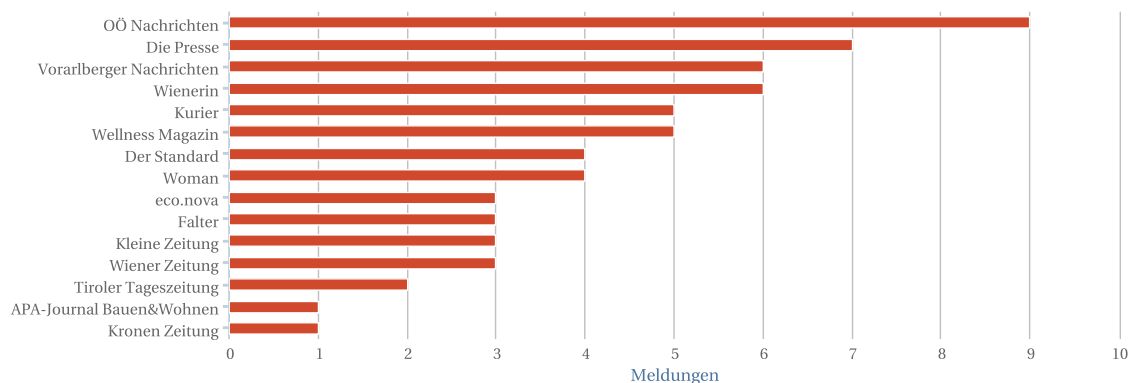


Abbildung 12: Top-Quellen-Auflistung zum Begriff „Vintage“

powered by

Quelle: APA Online Manager Library, <https://www.aomweb.apa.at/portal>

In weiterer Folge sollen nun die Forschungsfrage und Haupt- sowie Unterkategorien mithilfe der inhaltlichen Strukturierung nach Mayring beantwortet werden. Zunächst werden die jeweils einzelnen Kategorien definiert und danach mit den Forschungsergebnissen der Analyse beantwortet.

HK 1: Welche Schwerpunkte werden in den Artikeln mit Vintage und Smart Home in Verbindung mit Wohnen behandelt?

Beide Bewegungen können heute als Trend angesehen werden. Während bei einem Teil der Gesellschaft moderne Technologien im Alltag zur Normalität gehören und diese auch zunehmend in den eigenen vier Wänden integrieren, sehnt sich der andere Teil nach einem zu Hause, welches dem digital durchdrängten Alltag trotzt. „Die Digitalisierung hat jedenfalls zwei deutliche Folgen beim Wohnen: Das Thema „Smart Home“ wird immer wichtiger. Andererseits hat die digitale Reizüberflutung Auswirkungen auf das Gemüt: Als Ausgleich zur virtuellen Wirklichkeit wünschen sich viele Menschen beim Wohnen wieder Echtes und mehr Gemütlichkeit“ (Tiroler Tageszeitung, „Probier’s mal mit Gemütlichkeit“, 27.01.2018). Auf Basis dessen lassen sich bei dieser Forschungsfrage zwei separate Unterkategorien bilden.

UK 1.1.: Diese Unterkategorie wird als „**Vintage & Wohnen**“ bezeichnet und soll den Einfluss der Vintage-Bewegung und die Rückbesinnung auf alte Formen und Beständigkeit analysieren. Die beiden induktiv herausgefilterten und somit hauptsächlich davon beeinflussten Bereiche sind der Lebensstil und die Einrichtung in den eigenen vier Wänden.

UK 1.2.: Die zweite Unterkategorie beschäftigt sich mit dem Thema „**Smart Home & Wohnen**“ und soll eine Bestandsaufnahme sein, wieviel und wo smarte Technologien im Haushalt bereits alltagstauglich geworden sind. Hier liegt der Schwerpunkt vor allem auf die einzelnen Bereiche des Haushalts, den Geräten und den damit verbundenen, anfallenden Kosten.

1.1. Vintage & Wohnen

Die Rückbesinnung auf Vintage Möbel im eigenen Wohnbereich ist der Gegen-trend zur digitalen Welt und als eine Art Abkehr von „Smart Home“ zu verste-hen. Man beruft sich bei der Einrichtung wieder auf nachhaltige und verlässli-che Möbel um eine reale und geborgene Welt zu schaffen (vgl. OÖN, 2018: 4). Vintage Möbel sind Möbelklassiker die eine universale, zeitlose Formensprache besitzen und eine Harmonie von Form und Inhalt darstellen (vgl. Dietz, 1996: 6). Wie bereits in Punkt 3.6 der Arbeit theoretisch erörtert, heben diese Eigen-schaften Vintage Möbel von heute produzierter Massenwaren ab. Da sich diese Kategorie als umfangreich darstellt, wurden die Inhalte in zwei weiteren Unter-kategorien gegliedert.

1.1.1. Lebensstil

Der Wunsch nach ruhigem Wohnen im Grünen steht in Österreich hoch im Kurs. Vor allem Freiräume, Rückzugsmöglichkeiten und der Garten sind dabei laut einer Umfrage vom market Institut die am häufigsten gewünschten Kriterien (vgl. Salzburger Nachrichten, „Das Haus als Rückzugsort“, 07.12.2018). „Die eigenen vier Wände bieten in der heutigen schnelllebigen Zeit einen Rückzugs-ort und ermöglichen es, Wünsche und Vorstellungen individuell um-zusetzen“ (Salzburger Nachrichten, „Das Haus als Rückzugsort“, 07.12.2018).

Die Inhaberin eines Vintage Geschäftes, Katharina Marchgraber, erklärt die Si-tuation so: „Der Grund für den anhaltenden Boom von Vintagedingen verorte ich in der Abkehr von der Massenproduktion und in einer Zuwendung zu einem individuelleren Stil im Wohnbereich“ (Der Standard, „Mir geht es um die Seele von Dingen“, 09.11.2018). Dabei ist es den Menschen in der heutigen Gesell-schaft so wichtig wie noch nie, das eigene zu Hause so zu gestalten, damit es ein Ruhepol für die darin lebenden Personen wird (vgl. OÖ Nachrichten, „Es zieht wieder Sinnlichkeit in die eigenen vier Wände“, 17.03.2018). „Die eigenen vier Wände sind keine Repräsentationsfläche für andere, wie es ein Büro oder Schauraum ist. Zuhause muss man ganz man selbst sein dürfen. Ohne Kom-promisse“ (vgl. Eco Nova, „Der neue Minimalismus“, 28.09.2018).

1.1.2. Einrichtung

In der schnelllebigen Welt tendiert man heute vermehrt zu einem zeitlosen Einrichtungsstil (vgl. Falter, „Unverwüstliche Lieblingsstücke, 12.12.2018). Beim Einrichten geht es dabei auch vermehrt um den Charme und Charakter der Möbel. Wohnungen, wo Vintage Möbel miteinbezogen werden, müssen sich aber oft auch erst entwickeln (vgl. Der Standard, „Mir geht es um die Seele von Dingen“, 09.11.2018). Georg Emprechtner, Vorsitzender der Österreichischen Möbelindustrie, stellt fest, dass: „Die Rückbesinnung zu authentischen Produkten mit einem eigenen Charakter und einer besonderen Ausstrahlung in den letzten Jahren deutlich zugenommen hat“ (ÖÖ Nachrichten, „Es zieht wieder Sinnlichkeit in die eigenen vier Wände“, 17.03.2018). Weiters fügt er hinzu, dass der Trend ebenfalls zu biologisch nachhaltig produzierten Möbeln und Einrichtungssystemen mit hoher Funktionalität geht. Diese sollen einen höchstmöglichen Komfort im Eigenheim schaffen, der zum Entspannen und Energietanken einlädt (vgl. ÖÖ Nachrichten, „Es zieht wieder Sinnlichkeit in die eigenen vier Wände“, 17.03.2018).

Zukunftsforscherin Oona Horx-Strathern unterstreicht in einem Interview mit dem Kurier die These, in dem sie sagt, dass vermehrt Holz als Baustoff verwendet wird um der Digitalisierung zu trotzen. Holz ist ein natürliches und authentisches Material und bietet einen Ausgleich zu den aus Kunststoff und Metall gefertigten, digitalen Screens, die uns im Alltag umgeben (vgl. Kurier, „Holz ist der Gegentrend zur Digitalisierung“, 29.12.2018). Beeinflusst sind heutige Einrichtungsstile ebenfalls vom skandinavischen Design. „Ihre schlichte Eleganz, Unkompliziertheit und Gemütlichkeit kommt von den natürlichen Materialien, den klaren Formen und schlichten Farben. Ob Fichte, Birke oder Kiefer: Holz ist der nordische Rohstoff schlechthin. Charakteristisch für skandinavische Möbel ist jedoch meist eine Kombination aus hellen Hölzern und zarten Farben wie Beige, Grau, Weiß“ (NÖ Nachrichten, „Nordisch, ländlich & natürlich“, 05.03.2018). Neben Holz erleben auch andere Naturmaterialien wie Stein oder Leder einen Aufwärtstrend. Diese sollen in den modernen Einrichtungen von

heute den Wohlfühlfaktor steigern (vgl. NÖ Nachrichten, „Nordisch, ländlich & natürlich“, 05.03.2018).

1.2. Smart Home & Wohnen

Smart Home soll dagegen mit technologischen Systemen die Lebensqualität steigern und vorhandene Ressourcen effizienter nutzen (vgl. Kolhoff, 2016, S. 63). „Als Teil des "Internets of Things", also sämtlicher vorhandener "Dinge", die sich untereinander beziehungsweise mit dem Internet verbinden lassen, bieten smarte Lösungen viele Vorteile. Durchsetzen werden sich allerdings nur jene Technologien, die unkompliziert bleiben und dem User einen direkten Nutzen bringen“ (Profil, „Wohnbau, Ökologisch und Smart“, 28.05.2018). Die folgenden drei Unterpunkte fassen die derzeit bestehenden Inhalte, wo und in welchem Ausmaß Smart Home im Eigenheim zur Verwendung kommt, zusammen.

1.2.1. Geräte

„Bei den Produkten selbst wird das Thema "Smart Home" immer wichtiger. Hier werden bei vielen Haushaltsgeräten, Fenstern und Türen, bei der Weißen Ware oder der Heizungssteuerung Anwendungsfunktionen angeboten, die vor allem den Komfort und die Bequemlichkeit im Alltag erhöhen“ (Eco Nova, „Sehnsucht nach Einfachheit“, 27.04.2018). Diese Aussage wird von Schätzungen unterstützt, wo in den kommenden Jahren ein Wachstum des europäischen Smart-Home-Marktes von mindestens 50 Prozent pro Jahr erwartet wird. Bis 2020 soll es dann über 45 Millionen Smart Homes geben (vgl. Energie Report, „Im Zeitalter der Effizienz, 27.02.2018).

„Das Aufkommen des Internets der Dinge – das physische Gegenstände, wie beispielsweise Geräte oder Fahrzeuge mit cloudbasierten Steuerungssystemen verbindet – hat im Bereich der Gebäudesteuerung große technologische Fortschritte ermöglicht“ (Energie Report, „Im Zeitalter der Effizienz, 27.02.2018), meint Mike Mustapha, Manager des Smart Home Providers ABB.

Vor allem die Küche ist dabei ein Ort, wo Smart Home Geräte von großem Nutzen sein können. Beispielsweise können Kochfeld und Dunstabzug miteinander verbunden werden, damit sie aufeinander abgestimmt und autonom funktionieren können. Interessant ist die neue Technologie auch für die Entwicklung von Kühlschränken. Hier soll es mittlerweile möglich sein, den Inhalt des Schrankes mittels installierter Kamera automatisch fotografieren zu lassen, sobald die Tür zugemacht wird. Beim Einkaufen hat man dann Zugriff auf das zuletzt gemachte Bild und verfügt somit über einen smarten Einkaufszettel, da man sieht was sich derzeit noch im Kühlschrank befindet. Genauso kann auch der Fettfilter des Dunstabzuges per mobiler Applikation abgefragt und bei notwendiger Reinigung eine Erinnerung an den Benutzer geschickt werden. Ähnliches gilt auch für den Geschirrspüler. Dieser kann den Besitzer verständigen, sobald Salz oder Klarspüler nachgekauft werden muss (vgl. Tischler Journal, „Der Kühlschrank denkt mit“, 05.09.2018).

Auch im Badezimmer können über Verbrauchsdaten notwendige Nachbestellungen automatisch getätigt werden. Ebenfalls kann die Waschmaschine von unterwegs gestartet werden oder man kann nachsehen, wie lange der Waschgang noch dauert (vgl. Tischler Journal, „Der Kühlschrank denkt mit“, 05.09.2018).

Primär sollen solche Smart Home Geräte den Alltag der Nutzer erleichtern und sicherer machen. Dabei betroffen sind vor allem auch automatisierte Heizungs- und Belüftungssysteme, die sich auf den Verbraucher anpassen können (vgl. E&W, „T-Mobile startet mit Smart Home“, 13.11.2018).

„36 Grad und endlich daheim. Ein angenehmer Luftstoß empfängt mich, bis ich abgekühlt bin - dem selbstlernenden Haus und der automatisch eingestellten Klimaanlage sei Dank. Im Stiegenhaus hängt statt eines Schwarzen Bretts ein digitaler Monitor, der in Echtzeit jede Quelle von Stromgewinn und -verbrauch wiedergibt. Die Klingel an der Tür kann, wenn gewünscht, umgeleitet werden - und zwar auf das Smartphone. Es klingelt also nicht mehr im Vorraum der

Wohnung, sondern in der Hosen- oder Handtasche (Kurier, „Häuser, die Mitdenken“, 11.08.2018). Die beschriebene Szene des Heimkommens nach der Arbeit soll die Vorteile von Smart Home Geräten verdeutlichen.

1.2.2 Haushalt

„Die Smart Home Technik wird immer wichtiger, denn damit lässt sich die gesamte Haustechnik auf einer Benutzeroberfläche zusammenführen“ (OÖ Nachrichten, "Nachhaltiger und smarter", 29.03.2018).

Dadurch sind auch die Anforderungen an Elektroinstallationen gewachsen. Bei einem Neubauprojekt oder einer Hausmodernisierung sollte zukunftsorientiert geplant und an eine ausreichende Elektroinstallation gedacht werden (vgl. Tiroler Tageszeitung, „Bei der Elektroinstallation sollte man nicht an der falschen Stelle sparen“, 22.03.2018). Viele Smart Home Trends orientieren sich zunehmend am Verhalten der Konsumenten und sind bereits reif für die Serienproduktion. Sie bieten dem Kunden neue und innovative Haushaltslösungen wie Vertical Farming und Smart Gardening. Diese smarten Ideen für die Küche sollen das computerunterstützte Aufziehen von eigenen Kräutern oder anderen Nutzpflanzen ermöglichen (vgl. OÖ Nachrichten, „Die ganze Küchenwelt auf der LivingKitchen in Köln“, 10.11.2018).

Ein weiterer Trend umfasst die ressourcenschonende Verwendung von Warmwasser. „Hier kommen entsprechend dem Nutzerverhalten Systeme zum Einsatz, die möglichst sparsam, jedoch dem Nutzerwunsch entsprechend, warmes Wasser bereitstellen“ (Tischler Journal, „Der Kühlschrank denkt mit“, 05.09.2018). „Mit einem smarten Home können Sie den Alltag komfortabler und sicherer gestalten, Kosten sparen und Ressourcen schonen“ (Vorarlberger Nachrichten, „Smart Home ist heutiger Standard“, 10.03.2018).

Die Nachfrage nach moderner Haussteuerungstechnik ist hoch, jedoch entsprechen die Zahlen an Umsetzungen solcher Smart Home Systeme bis dato

jedoch nicht den Erwartungen der Branche (vgl. OÖ Nachrichten, „Was wünschen sich die Bauherren wirklich“, 12.05.2018).

1.2.3. Kosten

„Die Anschaffung smarterer Lösungen amortisiert sich auf Grund der minimalen Betriebskosten und des geringen Wartungsaufwandes in wenigen Jahren, wenn man sie mit den Kosten einer aktiven Kühlung sowie eines höheren Heiz- und Beleuchtungsbedarfs vergleicht“ (A3Bau, „Smart Cities“, 08.11.2018).

Smart Home Systeme sollen dem Eigenheim neben der Bequemlichkeit also auch wirtschaftliche Effizienz bringen. Dabei sollen die Anschaffungskosten durch Kosteneinsparungen sehr schnell wieder getilgt sein (vgl. Bau & Immobilien Report, „Konzentration auf das Wesentliche“, 18.12.2018).

„Dadurch, dass die Geräte zentral gesteuert werden, verbindet ein gesichertes Funknetzwerk alle Haushaltsgeräte, Heizkörper und Lampen. Einerseits entsteht mehr Komfort, denn, sollte jemand vergessen haben, die Heizung beim Lüften auszuschalten, denkt das System daran und übernimmt diese Aufgabe. Andererseits können dadurch Heizkosten, aber auch Stromkosten gespart werden“ (NÖ Nachrichten, „Energiesparen mit smarten Haushaltssteuerungen“, 05.03.2018). Somit wird zum einen verhindert, dass durch das Heizen oder Kühlen des zu Hauses unnötig Ressourcen verbraucht werden und zum anderen können auch Kosten gespart werden (vgl. der Grazer, „Und wie schlau ist ihr zu Hause?“, 11.11.2018).

HK 2: Welche Beweggründe für die Anschaffung und den Besitz von Vintage Möbel gibt es?

Seit Ende des 20. Jahrhunderts regieren schnelllebige, gesellschaftliche Veränderungen die Welt, welche sich auf globaler und individueller Ebene auswirken (vgl. Wittpahl, 2016: 5). Zentral verantwortlich dafür sind die revolutionären Informationstechnologien, die uns unter Hochdruck zu neuen Strukturen zwingt (vgl. Castells, 2003: 1ff). In der Gesellschaft entwickelt sich dadurch eine Seh-

sucht nach Vergangenem, weil in den guten alten Zeiten alles besser zu sein schien. Man will mit Altbewährtem die verloren geglaubte Beständigkeit und Sicherheit von früher wieder zurückgewinnen (vgl. Lumetsberger/Pfliegl, 2017). Diese aus der Literatur fundierten Theorien untermauern diese Hauptkategorie.

Warum man sich bei der Einrichtung der eigenen vier Wände wieder nach altbewährtem sehnt, hat dabei mehrere Beweggründe. Ausgelöst werden kann dies zum einen aus persönlichem Befinden und zum anderen von gesellschaftlichen Trends. Beide Punkte werden im Rahmen dieser Hauptkategorie in einer jeweils eigenen Unterkategorie näher betrachtet.

UK 2.1.: Aufgrund der heutigen, sozialen Beschleunigung entwickelt sich in der Gesellschaft das Gefühl, dass sich alles zu schnell verändert. Der Mensch kann mit der rasanten Entwicklung von Technik und Umwelt nicht mithalten und erfährt somit ein ungutes Gefühl. Sein **persönliches Befinden** wird beeinflusst (vgl. Fülgraff, 1998, S. 57ff). Unter diesem Punkt werden verschiedene Ausprägungen, mit welchen man dieser Entwicklung entgegenwirken kann, näher betrachtet.

UK 2.2.: Ein weiterer Beweggrund sich Vintage Mobiliar zuzulegen sind in der Gesellschaft manifestierte **Trends**. Diese Bewegungen suggerieren neue Marschrichtungen und sollen als Anstoß für ein Umdenken von bestehenden Mustern sorgen.

2.1. Persönliches Befinden

Die eigenen vier Wände sollen einem das Gefühl vermitteln, dass alles in Ordnung ist. Eine wichtige Rolle spielen hier vor allem auch Einrichtungsgegenstände, die uns das Gefühl von Gemütlichkeit und Geborgenheit verschaffen sollen. Alte Möbel sollen das Empfinden einer heilen Welt vermitteln (vgl. Wilke, 2017: 72). Die theoretisch hergeleitete Aussage wurde mit den Inhalten der Artikel der Stichprobenmenge bestätigt und in Folge in vier Unterkategorien gegliedert.

2.1.1. Nostalgie

Das Gefühl von Nostalgie beeinflusst zunehmend die Auswahl von Einrichtungsgegenständen. Vor allem Flohmarktfunde und Erbstücke dienen als gute Ergänzung, um im Eigenheim einen Hauch von guten, alten Zeiten zu versprühen (vgl. Eco Nova, „Wohnen im Shabby-Chic ist schon fast ein bisschen Boho“, 27.04.2018). Deshalb „...darf etwas Nostalgie in den eigenen vier Wänden nicht fehlen“ (Tiroler Tageszeitung, „London is calling“, 14.04.2018).

2.1.2. Sammeln

„Aus den Jägern und Sammlern der Urzeit sind Schnäppchenjäger und Kaffeetassensammler geworden, die nicht im Wald, sondern auf Märkten ihrer Beute nachstellen. Die ist meist alt, gebraucht oder einfach nur kurios“ (Wiener Zeitung, „Im Flohmarkt-Fieber“, 29.06.2018).

Passend dazu beschäftigen sich zwei Medienberichte aus der Stichprobe mit von Frauen geführten Vintage-Möbel-Geschäften, wo die Leidenschaft des Sammelns den Grundstein für die Beschäftigung bildet. "Ich habe zwei Damen einige Dinge abgekauft, die von einer großen Wohnung in ein Haus für betreutes Wohnen übersiedelten. Stundenlang habe ich mir ihre Geschichten von den Objekten angehört. Solche Momente sind berührend, und oft behalte ich mir gerade jene Dinge, die ich im Rahmen solcher Anlässen kaufe“ (Der Standard, „Mir geht es um die Seele von Dingen“, 09.11.2018). Die zweite Geschäftsinhaberin beschreibt „...ich war so fasziniert von den Thonet-Sachen, dass ich drei Garagenplätze mieten musste, um alles unterbringen zu können.“ Darüber hinaus findet sie „...die Hintergründe der Möbel immer spannend. Jedes hat eine Geschichte zu erzählen“ und: „Ich liebe die Sachen und mir ist wichtig, wer sie kauft“ (Wiener Zeitung, „Ein Pferd im Wohnzimmer“, 07.09.2018).

Ein Artikel über Flohmärkte in der Wiener Zeitung fasst es so zusammen, dass es quasi nichts gibt, was man nicht sammeln kann (vgl. Wiener Zeitung, „Im Flohmarkt-Fieber“, 29.06.2018).

2.1.3. Entschleunigung

Es entsteht auch eine Sehnsucht nach Entschleunigung, welche wir uns mit altbewährtem zurückholen wollen. „Schallplatten, Oldtimer und Filterkaffee haben Hochkonjunktur, beim Wohnen sind es Modelle aus einer vermeintlich guten alten Zeit: Vintage, Retro, Boho- Stil, Mid-Century-Design. Es ist in unserer schnelllebigen Zeit nicht verwunderlich, dass viele Menschen gerade solche Möbel lieben“ (Eco Nova, „Sehnsucht nach Einfachheit“, 27.04.2018).

Auch bei Möbelmessen steht das Verlangen nach Entschleunigung an oberster Stelle. „Im Mittelpunkt der Möbelschau stand die formale Suche nach Komfort, aber auch nach Entschleunigung und Halt, gekennzeichnet von einer klaren, ordnungsliebenden Liniensprache“ (Tiroler Tageszeitung, Probiers' mal mit Gemütlichkeit“, 27.01.2018). Ebenfalls ein japanischer Einrichtungstrend soll bei der Entschleunigung des schnelllebigen Alltags helfen. „Wabi-Sabi“ steht für einen puristischen Einrichtungsstil, der sanfte Farben, natürliche Materialien und gemütliche Textilien miteinander verbindet (vgl. Tiroler Tageszeitung, „Lebst du Wabi-Sabi oder noch im Retro-Stil?“, 30.01.2018).

2.1.4. Wohlfühlen

Der letzte Unterpunkt beschäftigt sich mit dem Wohlfühlen, welches mitunter auch das Ziel der drei vorherigen Kategorien darstellt.

„Schon heute ist der durchschnittliche Verbraucher rund um die Uhr „on“, kauft immer mehr Produkte via Mausklick ein und setzt digitale Netzverbindungen an jedem Ort voraus. In Auto, Bahn und Flugzeug ebenso wie zu Hause. Doch gerade aufgrund dieser hohen Mobilität und ständigen Erreichbarkeit wächst der Wunsch nach Privatheit, Ruhe und Rückzug“ (OÖ Nachrichten, „Es zieht wieder Sinnlichkeit in die eigenen vier Wände“, 17.03.2018). Die eigenen vier Wände sollen es einem also ermöglichen, von der digitalen Welt zu entkommen. Daher liegt der Fokus bei der Einrichtung vermehrt auf Objekte, die vor allem Gemütlichkeit ausstrahlen (vgl. Tiroler Tageszeitung, „Probier's mal mit Gemütlichkeit“, 27.01.2018).

Möbelexperte Martin Wetscher fasst die Umstände wie folgt zusammen: „Viele Menschen empfinden die Welt als ein Zuviel und die eigene Wohnung als identitätsbildende Schutzzone. Das eigene Zuhause wird behütet, gestaltet und geliebt. Sicherheitstechnik und Kreativität halten Einzug und die eigene Wohnung wird zur einzigen Enklave von Zwanglosigkeit. Nach dem Motto „Die Welt ist mir zu viel, ich bin mir genug“ ist das Zuhause Schutz, Rückzugsort und heile Welt“ (Eco Nova, „Sehnsucht nach Einfachheit!“, 27.04.2018).

Dieses Umdenken sorgt am Möbelmarkt für eine Trendwende. Vor allem organische Formen, an der Natur orientierte Designs und das Verwenden von Naturfasern als Bezugstoff sind ein Resultat dieser Bewegung (vgl. Eco Nova, „Sehnsucht nach Einfachheit!“, 27.04.2018).

„Um sich nicht in der Vielfalt zu verlieren, sehnen wir uns nach einem Ankerpunkt, vertrauten Menschen, Gemütlichkeit und einem warmen Zuhause. Trends, wie das kuschelige Cosy-Feeling, organische Formen, natürliche Materialien und Möbel mit echten Werten sind die Soft Skills der Einrichtung. Sie drücken Emotionen aus, schaffen Atmosphäre und lassen uns die hektische Welt für einen Moment vergessen“ (ÖÖ Nachrichten, „Es zieht wieder Sinnlichkeit in die eigenen vier Wände“, 17.03.2018). Das zu Hause nimmt heute für viele also die Position eines Rückzugsortes ein, wo man sich erholen und neue Energie tanken kann (vgl. Eco Nova, „Wohntrends 2019“, 07.12.2018).

2.2. Trends

„Wohntrends gibt es ungefähr so viele verschiedene wie Charakterunterschiede bei den Bewohnern. [...] Und das ist gut so, weil Wohnen schließlich etwas persönliches ist“ (Eco Nova, „Der neue Minimalismus“, 28.09.2018). Georg Emprechtinger, Vorsitzender der Österreichischen Möbelindustrie, meint außerdem: „Als Folge der Globalisierung sehen wir eine zunehmende Internationalisierung von Wohntrends“ (Medianet, „Vielfalt bei Formen & Farben“, 23.03.2018). Da die Inhalte dieser Kategorie sehr umfangreich waren, wurde sie - ebenso wie Kategorie 2.1. - in vier Unterkategorien gegliedert.

2.2.1. Minimalismus

Der Trend des Minimalismus ist vor allem bekannt für seine Einfachheit, Ordnung und Klarheit. Die Einrichtung wird hierbei ständig optimiert, jedoch nicht indem neue Objekte angeschafft werden, sondern nur wenn Altes gegen etwas neues ersetzt wird. Wichtig ist hier vor allem, dass die Einrichtung schlicht und gemütlich ist. Skandinavisch beeinflusste Möbel sind hier wie geschaffen dafür (vgl. OÖ Nachrichten, „Minimalismus als Trend: Klarheit, Ordnung und Einfachheit“, 27.01.2018).

Im Gegensatz zum konsumorientierten Lebensstil beschränkt sich der Minimalismus rein auf das Notwendigste. Die Kunst sich nur auf das zu beschränken, worauf es im Leben eigentlich ankommt, hat einen psychologischen Auslöser. Man soll sich nicht aufs Haben, sondern aufs Sein konzentrieren. Die Fragen, die man sich bei diesem Trend stellen sollte, sind: Wer bin ich? Was möchte ich? Und: Wie und wo fühle ich mich wohl? (vgl. Eco Nova, „Der neue Minimalismus“, 28.09.2018).

"Wenn du einen wirklich zufriedenstellenden Status quo erreichen willst, musst du erst mal den Reset-Knopf drücken und eine große, umfassende Entrümpelungsaktion starten. Du musst all die Gegenstände in den Griff bekommen, die sich angesammelt haben, und zu dem Punkt gelangen, an dem du nur noch ein aufgeräumtes Heim pflegen musst. Dieser große Reset bedeutet weder eine Art von Selbstgeißelung oder Askese, noch ist er Anlass zu tiefem Leid. Genau das Gegenteil ist der Fall" (Eco Nova, „Der neue Minimalismus“, 28.09.2018).

Der Trend des Minimalismus lässt sich auch mit anderen kombinieren, beziehungsweise löscht heute ein Trend den anderen nicht aus (vgl. Kurier, „Holz ist der Gegentrend zur Digitalisierung“, 29.12.2018).

Eine Weiterentwicklung ist der Trend des „New Minimalism“. Während der klassische Minimalismus dem Leitspruch „Weniger ist mehr“ folgt, geht es beim „New Minimalism“ zusätzlich darum „...sich achtsam und bewusst mit dem ei-

genen Lebensstil auseinanderzusetzen und Beziehungen und Erfahrungen einen größeren Wert beizumessen als materiellen Dingen“ (Eco Nova, „Der neue Minimalismus“, 28.09.2018). Die Idee dessen ist, dass Glück nicht käuflich ist. Viel sinnvoller ist es, seine Zeit mit Menschen zu verbringen anstatt ständig nach neuen Einrichtungsgegenständen zu suchen, zu kaufen und zu putzen (vgl. Eco Nova, „Der neue Minimalismus“, 28.09.2018).

2.2.2. Retro

Wohntrends von heute sind großflächig von vergangenen Designs beeinflusst und Retro-Möbel sind ein bedeutsamer Teil davon. „Weil Wohntrends nun einmal gerne das Vergangene beschwören, darf Retro-Chic nicht fehlen. Accessoires der 20er-Jahre wie Servierwagen und Art déco Leuchten betonen den Vintage-Charakter, den etwas Exklusives und Einzigartiges umgibt“ (Tiroler Tageszeitung, „Lebst du Wabi-Sabi oder noch im Retro-Stil?“, 30.01.2018). Also bedient auch diese Bewegung vorrangig die Sehnsucht nach Geborgenheit, Sicherheit und Gemütlichkeit.

„Retro-Chic ist so was von angesagt, dass einfach alles erlaubt ist, was gefällt, und es müssen beileibe nicht nur edle Vintage-Möbel aus den 1960ern sein. Man kann durchaus auch ein bisschen weiter zurückgehen und alles Mögliche mit dem Heute kombinieren“ (Tiroler Tageszeitung, „Retro, Vintage und Flower-Power“, 21.04.2018). Im Rahmen der Untersuchung der Artikel in der Stichprobenauswahl fiel auf, dass Menschen mit Vintage-Affinität vor allem auf Retro-Produkte zurückgreifen, wenn die darin verbaute, moderne Technik energiesparende Vorteile mit sich bringt. Ein Beispiel dafür ist das Interview im Wienerin Magazin mit dem Künstler Timotheus Tomicek, bei dem die Einrichtung vorrangig aus handgearbeiteten Möbeln oder alten Vintage-Fundstücken besteht. Sein Kühlschrank jedoch ist eben neu und im Retro-Look (vgl. Wienerin, „Offen für alles“, 26.07.2018).

2.2.3. Individualismus

Der Trend des Individualismus hatte bei designinteressierten Menschen schon immer einen hohen Stellenwert. Das Ziel war ein möglichst individueller, origineller und unkonventioneller Wohnstil, um sich von der Masse abzuheben, auch wenn es nicht perfekt wirkt. Individualisierung gilt nach wie vor als einer der aktuellen Megatrends beim Thema Wohnen (vgl. Eco Nova, „Sehnsucht nach Einfachheit!“, 27.04.2018). „Vor dem Hintergrund der Globalisierung wird das Zuhause der zentrale Ort für Identität. Durch die persönliche Wohnungseinrichtung wissen die Menschen, wo sie wirklich hingehören. Identität ist Selbstgestaltung, nicht nur der eigenen Persönlichkeit, sondern auch der des eigenen, privaten Umfeldes. Wohnen ist alltägliche Identitätsstiftung“ (Eco Nova, „Sehnsucht nach Einfachheit!“, 27.04.2018).

Personalisierte Produkte bekommen in der Möbelindustrie also eine immer stärkere Bedeutung. „Individualität gehört auf jeden Fall zu den bedeutendsten Trends im Wohnen. Wir beobachten diese Entwicklung bereits seit einigen Jahren und sind überzeugt, dass die ‚Losgröße Eins‘ auch zukünftig eine große Rolle spielen wird“ (Medianet, „Vielfalt bei Formen & Farben“, 23.03.2018).

Diesen Trend unterstreicht auch die Wohnen & Interieur Messe 2018 in Wien. Mit dem Leitmotiv "Individual Living" wurde in diesem Jahr der Fokus vor allem auf maßgeschneiderte Konzepte und selbständige Designs gelegt (vgl. News, „Wo Wohnträume wahr werden“, 16.03.2018).

2.2.4. Hygge

Der letzte Unterpunkt dieser Kategorie behandelt einen der derzeit aktuellsten Wohntrends namens Hygge. Dieser Trend stammt aus Skandinavien, leitet sich vom norwegischen bzw. dänischen Begriff „hygge“ ab und bedeutet übersetzt soviel wie „Wohlsein“. Tatsächlich beinhaltet dieser Begriff aber mehr als nur das (vgl. Eco Nova, „Der neue Minimalismus“, 28.09.2018). Hygge beschreibt „... das Gefühl des Wohlbefindens im Zusammenhang mit den einfachen Freuden des Lebens bei sich zu Hause. Es kann sich darauf beziehen, eine schöne

Zeit mit Freunden zu verbringen, oder auch auf Entspannung im Familienkreis. Es bedeutet warme Pullis an kalten Abenden, friedliche Tage zu Hause und Essen bei Kerzenschein. Im Kern ist es dieses lauschige Ambiente, das beim Genuss der kleinen Dinge des Lebens entsteht“ (Eco Nova, „Der neue Minimalismus“, 28.09.2018).

Hygge setzt bei der Verwendung von Materialien ebenfalls auf natürliche Produkte wie Holz und lebt vor allem von handwerklich hergestellten Objekten. Dieser Trend ist somit auch als Gegenbewegung zu neuen, technologischen Entwicklungen zu sehen (vgl. Kurier, „Die Gebäude lernen von uns“, 03.10.2018). Möglichst echt, pur und natürlich soll das zu Hause eingerichtet sein. Bei Hygge lautet die Devise „Heimkommen ins Nest“ und ist eng mit dem Trend des „Individual Livings“ verwandt (vgl. Kronen Zeitung, „Individual Living als neuer Lebens-Trend“, 04.02.2018).

HK 3: Weshalb tendieren Menschen heute dazu sich Smart Home Systeme anzuschaffen oder nicht? Welche Rollen spielen hierbei andere Produkte wie Smartphones oder Sprachassistenten-Systeme?

In den Artikeln der Stichprobenauswahl finden sich viele Beispiele Für und Wider der Verwendung von Smart Home Technologien. Die Bandbreite reicht hier von Aussagen wie „... der Run auf Smart-Home-Technologien bleibt ungebrochen“ (ÖÖ Nachrichten, „Grüner, nachhaltiger und immer smarter“, 23.02.2018) oder „Smart Homes sind keine reinen Zukunftsvisionen, sondern haben längst schon die Gegenwart erreicht“ (NÖ Nachrichten, „Von klassisch bis modern & mobil“, 05.03.2018) bis hin zu: „Manche Konsumenten stehen dem "Smart Home" oder dem "Internet of Things" noch skeptisch gegenüber“ (Tiroler Tageszeitung, „Bei der Elektroinstallation sollte man nicht an der falschen Stelle sparen“, 22.03.2018) oder: „Das Thema "Smart Home" ist nicht zu Unrecht umstritten“ (Eco Nova, „Welcome to the Dschungel“, 28.09.2018).

Folgendes Zitat von Thomas Prlic, Chefredakteur des Tischler Journals, fasst die Situation wie folgt zusammen: „Man soll smarte Anwendungen nutzen, wo es

Sinn macht – manchmal ist aber auch die gute alte analoge Technik völlig ausreichend“ (Tischler Journal, „Bleiben Sie smart“, 04.07.2018)

Diese Kategorie soll nun die Beweggründe für oder gegen solche Smart Home Systeme darlegen und auch, welche Rolle Smartphones und Sprachassistenten-Systeme dabei spielen. Diese Fragestellungen bilden auch die folgenden Unterkategorien.

UK 3.1.: Die erste Unterkategorie beinhaltet **Beweggründe für Smart Home** Systeme. Da dieser Punkt in den Artikeln der Stichprobenauswahl sehr ausführlich thematisiert wird, gliedert sich Kategorie 3.1. in die vier Unterkategorien Energiesparen, Sicherheit, Assisted Living und Entertainment.

UK 3.2.: Die **Beweggründe gegen Smart Home** werden in Unterkategorie 3.2. zusammengefasst. Hauptsächlich geht es hierbei um die Schwerpunkte Kontrolle, also der Abgabe der Handlungsmacht, sowie um die allgegenwärtige Nutzung von digitalen Endgeräten und der ständigen Erreichbarkeit. Die zweite Kategorie wird unter dem Begriff „Digital Detox“ zusammengefasst.

UK 3.3.: Eine nicht zu unterschätzende Rolle bei Smart Home Systemen spielen - wie bereits mehrmals erwähnt - Smartphones und Sprachassistenten-Systeme. Welchen Einfluss diese Produkte haben, wird in der Unterkategorie **Rolle von Smartphones und Sprachassistenten-Systemen** dargelegt.

3.1. Beweggründe für Smart Home

Führende Konzerne in der Branche gehen davon aus, dass es bis 2020 weltweit ca. 50 Milliarden Produkte geben wird, die direkt mit dem Internet verbunden sein werden (vgl. OÖ Nachrichten, „Es zieht wieder Sinnlichkeit in die eigenen vier Wände“, 17.03.2018) und dass Smart Home in Zukunft zum Wohnstandard gehört (vgl. Der österreichische Installateur, „Das Smart Home wird erwachsen“, 07.09.2018). Der suggerierte Hype rund um dieses Thema soll dem Benutzer viele Vorteile im Eigenheim verschaffen. „Vorteile des Smart

Home sind dabei die Automatisierung [...], die Transparenz des Energieverbrauchs, die externe Überwachungsmöglichkeit [...] oder auch der höhere Komfort“ (Neues Volksblatt, „Das Smart Home ist jetzt erwachsen geworden“, 14.02.2018).

Stefan Stockinger vom Technikum Wien sieht Smart Home als einen Vorteil „...für alle Menschen. Wie bereits erwähnt, sehe ich das Thema wie einen Pool an Funktionen, wo für jeden etwas dabei ist. Auch preislich gibt es mittlerweile Systeme, die für jeden leistbar sind. Sowohl für den Neubau als auch zum Nachrüsten basierend auf einer Funktechnologie. Es ist also für jeden etwas Passendes dabei“ (NÖ Nachrichten, „Was bringt ein Smart Home eigentlich?“, 05.03.2018). In den folgenden Unterkategorien werden die bedeutendsten Beweggründe nun inhaltlich zusammengefasst.

3.1.1. Energiesparen

„"Smart Home" steht für Wohnkomfort, effizienten Energieeinsatz und einfaches Steuern“ (Woche Bildpost, Sicherheit aus Expertenhand“, 25.04.2018). Rüdiger Keinberger, CEO des Smart Home Unternehmens Loxone, meint, dass ein Smart Home nicht nur gemütlich, sondern vor allem auch sparsam sein muss. Im Bürobau, wo der Energieaufwand meist ein großer Posten auf der Seite der Ausgaben darstellt, gehört intelligente Technik bereits seit Jahren zur Grundausstattung und soll nun auch den Weg in private Haushalte schaffen (vgl. Trend Premium, „Digitaler Hausverstand“, 28.09.2018).

"Immer dort, wo man sich gerade nicht aufhält, werden Licht und Musik ausgeschaltet, und auf Wunsch gehen Stromfresser vom Netz. Das Haus übernimmt das Energiemanagement und setzt etwa solare Energie zielgerecht ein: So läuft der Trockner kostenneutral und das E-Auto wird zum Nulltarif geladen. Beschattung, Belüftung und Heizung interagieren und halten so mit der kostengünstigsten Variante immer die richtige Temperatur im Raum“ (Trend Premium, „Digitaler Hausverstand“, 28.09.2018).

Intelligente Geräte im Haushalt können sich unter bestimmten Bedingungen also automatisch abschalten. Ähnliches gilt für die Heizung, die über einen Smart Meter per Smartphone-Applikation intelligent gesteuert und auch analysiert werden kann (vgl. Der österreichische Installateur, „Das Smart Home wird erwachsen“, 07.09.2018).

Um ein nachhaltiges Ökosystem zu implementieren, spielt die Digitalisierung mittlerweile auch in der Bauplanung eine entscheidende Rolle (vgl. Profil, „Wohnbau, Ökologisch und Smart“, 28.05.2018). „Sorgsam ausgewählte Materialien, bestmögliche Energieeffizienz und eine fachgerechte Verarbeitung der Bauprodukte rücken in den Fokus. [...] Da werden etwa Solarhäuser gebaut inklusive Einbindung von Wärmetechnik, Stromerzeugung und Elektromobilität. Die Hausautomation regelt die komplette Haus-und Energietechnik, angefangen bei den Jalousien über die Lichtsteuerung bis hin zur Steuerung der Energietechnik inklusive Solartherme und Photovoltaikanlage“ (Profil, „Wohnbau, Ökologisch und Smart“, 28.05.2018).

Die Kombination aus intelligenten Smart-Home-Applikationen für Heizung und Belüftung mit einer Photovoltaikanlage oder Wärmepumpe kann bei einem gut gedämmten Haus dazu führen, seinen Strom zur Gänze selbst zu erzeugen und somit unabhängig von Fremdenergie zu sein (vgl. OÖ Nachrichten, „Energie wird intelligent genützt“, 05.05.2018).

Kurz gesagt: „Das Smart Home soll unser Leben generell einfacher, sicherer und energieeffizienter machen“ (Vorarlberger Nachrichten, „Clever kalkulieren beim Smart Home“, 26.04.2018), denn: „Bei smarten Lösungen geht es nicht nur um Bequemlichkeit, sondern auch um Wirtschaftlichkeit“ (Bau & Immobilien Report, „Konzentration auf das Wesentliche“, 18.12.2018).

3.1.2. Sicherheit

„Obwohl die Zahl der Einbrüche in Wohnungen und Häuser in den letzten Jahren leicht zurückgegangen ist, stellt die Sicherheit der eigenen vier Wände nach

wie vor ein großes Thema dar“ (Tiroler Tageszeitung, „Effektiv vor Einbruch schützen“, 13.09.2018) und spielt daher auch bei Smart Home Systemen eine zentrale Rolle (vgl. Bau & Immobilien Report, „Konzentration auf das Wesentliche“, 18.12.2018). Dabei sind neben mechanischen Einbruchsicherungen vor allem intelligente Softwareanwendungen wichtig. Diese sollen dafür sorgen, dass unter Einbindung von Bewegungsmeldern und Kamerasystemen Einbrecher frühzeitig entdeckt und von ihrem Vorhaben abgehalten werden können. Angesteuert werden kann dies standortunabhängig vom Smartphone und ermöglicht somit eine mögliche Kontrolle Rund um die Uhr (der Grazer, „Und wie schlau ist ihr zu Hause?“, 11.11.2018).

Auch autonom funktionierende Geräte wie Jalousien oder Lichtanlagen sorgen für eine erhöhte Sicherheit, da sie vortäuschen können, dass sich gerade wer im Haus befindet (vgl. Tiroler Tageszeitung, „Technik, die mitdenkt und sparen hilft“, 08.02.2018). „Das intelligent vernetzte Haus kann durch einen virtuellen Bewohner und vernetzte Alarmierungs- und Überwachungssysteme auch für Sicherheit sorgen“ (Oberländer Rundschau, „Die Zukunft kommt“, 12.09.2018).

Hilfreich kann dies auch sein wenn man verreist ist oder sich lange in der Arbeit befindet. Zudem lösen die Systeme automatisch Alarm aus und man wird sofort per mobiler Applikation davon verständigt. Darüber hinaus kann diese Technik auch von Nutzen sein wenn ein technisches Gebrechen Schäden durch Gas, Feuer oder Wasser hervorruft. Das System erkennt dies frühzeitig und verständigt neben Bewohnern auch sofort Rettungskräfte, um den Schaden so gering wie möglich zu halten (vgl. Tiroler Tageszeitung, „Technik, die mitdenkt und sparen hilft“, 08.02.2018).

Auch wenn man sich im Haus befindet, können solche Systeme von großer Hilfe sein. Wenn z.B. ein Brand ausbricht kann über Lautsprecher, die mit den Rauchgasmeldern verbunden sind, ein Warnsignal abgegeben, alle elektronischen Geräte abgeschaltet, alle Türen automatisch geöffnet und via Beleuch-

tungssystem der Fluchtweg angezeigt werden (vgl. Der österreichische Installateur, „Das Smart Home wird erwachsen“, 07.09.2018).

„Mit der entsprechenden Ausstattung lassen sich alle Komponenten zu einem zentralen Schließbefehl vernetzen, der die Haussicherung per Knopfdruck erledigt – inklusive der Aktivierung einer Alarmanlage“ (Salzburger Woche, „Sicher wohnen im Smart Home“, 18.10.2018).

3.1.3. Assisted Living

Das autonome Leben in den eigenen Vier Wänden ohne zusätzliches Pflegepersonal wird mitunter von klassischen Smart Home Hilfen wie die Erinnerungsfunktion oder den Notrufknopf unterstützt (vgl. NÖ Nachrichten, „Was Smart Homes für Senioren können“, 05.03.2018). Dazu zählen beispielsweise auch automatisch regulierende Heizungssysteme, Staubsaugerroboter (vgl. Gebäude Installation, „Die Grenzen verschwimmen“, 15.10.2018) oder smarte, per Sprachsteuerung bedienbare Assistenzsysteme, die sich entsprechend der Gewohnheiten um Licht- oder Heizungseinstellungen kümmern (vgl. Woche Obersteiermark, „Smart Home kann Senioren den Alltag erleichtern“, 10.10.2018). Auch die Funktion, dass die zu pflegende Person regelmäßig auf „Lebenszeichen“ überprüft wird, gibt es (vgl. NÖ Nachrichten, „Was Smart Homes für Senioren können“, 05.03.2018).

„Die vielen Funktionen eines Smart Home nutzen zwar Menschen jeden Alters, aber für die Sicherheit und den Komfort von Senioren bietet diese Wohnform besonders viele Möglichkeiten. Das kann etwa das schnelle Vereinbaren eines Arztbesuchs sein oder aber auch die zusätzliche Überwachung diverser Geräte im Eigenheim“ (NÖ Nachrichten, „Was Smart Homes für Senioren können“, 05.03.2018).

Intelligente Assistenzsysteme dieser Art unterstützten auch die Angehörigen von hilfsbedürftigen Personen. Mit Geräten wie Bewegungsmeldern ist es möglich, in kürzester Zeit etwaige Unregelmäßigkeiten im Handlungsmuster der

pflegebedürftigen Person zu erkennen (vgl. Woche Murtaler Zeitung, „Smart Home setzt neue Trends“, 11.01.2018). "So ist das Altwerden in den eigenen vier Wänden statt im Pflegeheim für immer mehr Menschen wichtig. Bereits der Blick auf die Entwicklung der Bevölkerungspyramide macht daher klar, dass jeder elektronische Helfer im Haushalt eine werthaltige Investition darstellt" (Trend Premium, „Digitaler Hausverstand“, 28.09.2018).

„Wenn das Sehen, Hören oder Schmecken nachlässt oder körperliche Einschränkungen die Bewegungsmöglichkeiten reduzieren, sind spezielle Geräte, Produkte und Umgebungen nötig, um die alterstypischen Schwächen zu kompensieren“ (Gebäude Installation, „Die Grenzen verschwimmen“, 15.10.2018). Da die Generation 50plus in den kommenden Jahrzehnten eine deutliche Mehrheit in der Gesellschaft ausmachen wird, ist dies von wesentlicher Bedeutung (vgl. OÖ Nachrichten, „Es zieht wieder Sinnlichkeit in die eigenen vier Wände“, 17.03.2018).

3.1.4. Entertainment

„Ein individuelles Licht- und Multimedia- Konzept ist ein wichtiger Bestandteil eines Smart Homes. [...] Raumübergreifende Musik, angenehme Lichteinstellungen und vernetztes Filmvergnügen tragen zur Wohlfühlatmosphäre in den eigenen vier Wänden bei“ (NÖ Nachrichten, „Smartes Multimedia-Erlebnis“, 05.03.2018). Die Rede ist hier von Streaming, was das Fernsehen und Musik hören auf eine neue Ebene bringen soll. Funktionieren soll dies mithilfe eines zentralen Servers, worauf mittels WLAN von allen Geräten im Netzwerk auf alle vorhandenen Filme oder Musikdateien zugegriffen werden kann. Filme können dann beliebig auf Laptop, Tablet oder Smartphone und Musik via Multiroom Audio in verschiedenen Räumen automatisch und zur gleichen Zeit abgespielt werden (vgl. NÖ Nachrichten, „Smartes Multimedia-Erlebnis“, 05.03.2018).

3.2. Beweggründe gegen Smart Home

Innenarchitekt Michael Hausenblas beschreibt im Interview mit dem Rondo Magazin die Situation rund um das Thema Smart Home wie folgt: „Auch wenn der

Markt anderes zeigt: Ich glaube, Menschen tendieren zu einfachen Dingen. Die Welt ist mittlerweile so komplex. Je einfacher man Dinge entwickelt, umso mehr Ruhe und Selbstverständlichkeit geben sie dem Benutzer“ (Der Standard, „Mich fasziniert der Fehler“, 25.04.2018).

Menschen probieren gerne neue Dinge aus. Jedoch passiert es sehr häufig, dass man schon nach kurzer Verwendungszeit wieder das Interesse daran verliert und sich wieder auf altbewährtes zurückbesinnt. Das Grundproblem neuer Produkte ist oft, dass kein wirklicher Vorteil gegenüber bereits existierenden Produkten besteht und somit nicht genug Mehrwert für den Anwender birgt (vgl. Kurier, „Holz ist der Gegentrend zur Digitalisierung“, 29.12.2018). „Wir erleben derzeit eine Euphorie für neue Technologien, befinden uns aber im Kindergartenalter. Viele Hausbesitzer verlieren nach einer gewissen Zeit aber die Lust daran und lassen die Geräte wieder ausbauen“ (Wienerin, „Oona Horx-Strathern, 22.11.2018).

In den folgenden beiden Unterpunkten werden nun zwei Hauptgründe zusammengefasst, die gegen den Smart Home Trend sprechen.

3.2.1. Kontrolle

Unter die Kategorie „Kontrolle“ fallen zum einen der Aspekt der Datensicherheit und zum anderen der Aspekt der zunehmenden Passivität von Individuen im Haushalt. Zukunftsforscherin Oona Horx-Strathern meint: „Die intelligenten Kühlschränke zum Beispiel bestellen automatisch Milch nach. Das kann zu einer Passivität und Entmündigung führen. Ich habe lieber einen intelligenten Partner als einen intelligenten Kühlschrank“ (Kurier, „Die Gebäude lernen von uns“, 03.10.2018). „Man liest ständig davon, aber niemand kennt jemanden, der mit seinem Kühlschrank spricht“ (Der Standard, „Mich fasziniert der Fehler“, 25.04.2018), meint Innenarchitekt Michael Hausenblas.

Mehr Technologie birgt auch mehr Risiken. Gerade jetzt, wo parallel zur Datenschutzgrundverordnung auch zahlreiche Datenschutzskandale aufgedeckt wer-

den, sollte man diesen Aspekt berücksichtigen (vgl. Tischler Journal, „Bleiben Sie smart“, 04.07.2018). Smart Home Sicherheitssysteme bringen durch die Vernetzung des Eigenheimes zwar neue Möglichkeiten sein zu Hause einbruchssicherer zu machen, jedoch birgt dies auch viele Gefahren, die von vielen unterschätzt bzw. gar nicht erkannt werden (vgl. NÖ Nachrichten, „Smart Home: Heimliche Beobachter aus der Ferne“, 14.05.2018).

Kriminalpräventionsbeamter Andreas Bandion stellt im Interview mit den NÖ Nachrichten fest: „Man darf nie vergessen. Internet ist immer von außen angreifbar. Hacker werden immer besser“ (NÖ Nachrichten, „Smart Home: Heimliche Beobachter aus der Ferne“, 14.05.2018). „Computerkundigen Kriminellen sei es ein Leichtes, sich in fremde Systeme einzuloggen und Sperren zu überwinden und im schlimmsten Falle so sogar, sich Zutritt zu Wohnungen und Häusern zu verschaffen. Vor allem zum Auskundschaften werden die Annehmlichkeiten des smarten Wohnens gerne genutzt“ (NÖ Nachrichten, „Smart Home: Heimliche Beobachter aus der Ferne“, 14.05.2018).

Oft sind Fehler auch auf ein falsches Benutzerverhalten zurückzuführen, indem zu viele Situationen programmiert werden und dadurch ein Chaos entsteht. Um dies zu vermeiden, soll sich der Anwender nur auf das Wesentliche konzentrieren und das System nicht überfordern (vgl. Bau & Immobilien Report, „Konzentration auf das Wesentliche“, 18.12.2018). „Deshalb sage ich auch, wir müssen auch in der Kommunikation weg von der Technik, hin zu Anwendergeschichten“, (Bau & Immobilien Report, „Konzentration auf das Wesentliche“, 18.12.2018) meint Dirk Geigis, Pressesprecher eines Sonnenschutzsystem-Herstellers.

3.2.2. Digital Detox

„Wir merken, dass die Menschen vor allem mit technischen Dingen überfordert sind“ (Der Standard, „Mich fasziniert der Fehler“, 25.04.2018). Diese Aussage stützt die Bewegung „Digital Detox“.

Michael Hausenblas hält zudem fest: „Wir sind mit Technik überfrachtet, haben permanent technische Hilfsmittel zwischen den Fingern, Lebensqualität stellen wir uns jedoch anders vor. Sie liegt in der Qualität des Einfachen, und das fängt bei Bett und Stuhl an“ (Der Standard, „Mich fasziniert der Fehler“, 25.04.2018).

Da es mittlerweile zur Normalität gehört mit vielen digitalen Screens im Berufsalltag in Berührung zu kommen, ist es vielleicht auch nicht unbedingt ein Muss sich am Feierabend noch mit dem Kühlschrank-Update zu beschäftigen (vgl. Wienerin, „Oona Horx-Strathern, 22.11.2018). „Wir stehen lieber selbst auf und machen es. Dabei bleiben wir in Bewegung und werden nicht zu bequem. Wir haben auch keinen Rasenroboter. Mein Mann mäht selbst, dabei bleibt er fit (Kurier, „Holz ist der Gegentrend zur Digitalisierung“, 29.12.2018).

Die Erfahrung zeigt ausserdem, dass der technologische Trend rund um das selbstdenkende zu Hause nicht jedem liegt. Vor allem die ältere Generation und Menschen, die keine Tendenz zur technischen Affinität zeigen, sind damit oft überfordert (vgl. Eco Nova, „Wohntrends 2019“, 07.12.2018).

3.3. Rolle von Smartphones und Sprachassistentz-Systemen

Wie bereits in einigen Unterpunkten angeschnitten, spielen Smartphones und Sprachassistentz-Systeme rund um den Smart Home Trend eine wichtige Rolle. Der Vorteil für die Kunden ist, dass sie mit nur einem Endgerät die gesamte Technik im ganzen Haus bedienen und regulieren können. Das gilt u.a. für Heizung, Lüftung, Licht, Alarm, Photovoltaik, Beschattung und Multimedia. Denn es ist heute nicht mehr zeitgemäß, etwas dezentral anzusteuern (vgl. OÖ Nachrichten, "Nachhaltiger und smarter", 29.03.2018).

Dafür notwendig sind speziell für das System entwickelte Mobile-Apps, welche über App Stores für den Download zur Verfügung gestellt werden (vgl. Tips, „Mit dem Smartphone das Feuer steuern“, 28.11.2018). Man benötigt zusätzlich lediglich nur mehr einen Internetzugang am Smartphone (vgl. E&W, „T-Mobile startet mit Smart Home“, 13.11.2018). Der zentrale Zugriff auf die gesamte

Haustechnik ermöglicht ebenfalls einen Gesamtüberblick der technischen Zustände aller Geräte. Man kann so frühzeitig die Notwendigkeit für Wartungsarbeiten erkennen. Des weiteren kann man mittels Fernvideoüberwachung immer einen Blick auf das Eigenheim werfen (vgl. Trend Premium, „Digitaler Hausverstand“, 28.09.2018).

Mittlerweile lassen sich Smart Home Systeme auch mit simplen Sprachanweisungen über Sprachassistenten-Systeme steuern. „Experten gehen auch davon aus, dass Sprachassistenten wie Alexa, Siri und Cortana dem vernetzten Zuhause erst so richtig zum Durchbruch verhelfen können“ (Vorarlberger Nachrichten, „Clever kalkulieren beim Smart Home“, 26.04.2018). Und: In Zukunft werden nicht nur die Wohnungs- bzw. Hausbewohner mit dem Sprachassistenten kommunizieren, sondern auch die smarten Geräte untereinander (vgl. Horizont, „Smarte neue Welt“, 29.06.2018).

Die Systeme Google Home und Amazon Alexa sind momentan die meistbenutzten Sprachassistenten. Durch diese Systeme wird das Smart Home noch intelligenter und bietet vielen neuen Produkten die Möglichkeit auf der Welle des stark wachsenden Marktes mit zu schwimmen (vgl. ÖÖ Nachrichten, „Grüner, nachhaltiger und immer smarter“, 23.02.2018).

Psychologen haben jedoch auch bemerkt, dass es durch Sprachassistenten zu Schwierigkeiten in Beziehungen kommen kann, denn: Vor allem Männer reden sehr oft mit dem zumeist mit weiblicher Stimme programmierten Sprachassistenten, welcher somit wie eine dritte Person im Raum wirkt (vgl. Kurier, „Holz ist der Gegentrend zur Digitalisierung“, 29.12.2018). „Wir müssen daher Technologie anhand von Beziehungsfragen selektieren, sonst werden wir in einer Welt aufwachen, wo wir durch Elektronik noch einsamer geworden sind als wir es ohnehin schon sind“ (Kurier, „Holz ist der Gegentrend zur Digitalisierung“, 29.12.2018).

Gerhard Klug, CEO vom Smart Home System Anbieter „iHaus“, schildert seine persönliche Erfahrung mit Sprachassistenten-Systemen wie folgt: „Meine Tochter hat mich einmal gefragt, warum ich denn zum Lichtschalter gehe, wo wir doch Alexa haben. Das fand ich schon witzig. Für sie ist es schon ganz selbstverständlich, dass sie das Licht per Sprachbefehl ein-und ausschalten kann. Da brauchen ältere Semester schon ein bisschen länger, ihre Gewohnheiten abzuliegen“ (Der österreichische Installateur, „Das Smart Home wird erwachsen“, 07.09.2018).

HK 4: Gibt es eine Schnittmenge in den Artikeln, welche sowohl die Begriffe „Smart Home“ und „Vintage“ im Zusammenhang mit „Wohnen“ behandeln?

Die letzte Hauptkategorie soll beantworten, ob in der Stichprobenauswahl auch Medienberichte vorkommen, wo sowohl das Thema „Smart Home“ als auch das Thema „Vintage“ im Zusammenhang mit dem Suchbegriff „Wohnen“ gleichzeitig behandelt werden. Die Schnittmenge umfasste nur insgesamt drei Artikel, welche infolge kurz zusammengefasst werden.

Der **erste Bericht** handelt über die aktuellen Wohntrends auf der Kölner Möbelmesse IMM 2018. Hier werden die Begriffe „Vintage“ als auch „Smart Home“ in einem Atemzug als zwei Wohntrends für das kommende Jahr genannt (vgl. Vorarlberger Nachrichten: "Die aktuellen Wohntrends der Kölner Möbelmesse IMM 2018", 20.01.2018).

Artikel Nummer zwei handelt ebenfalls über die Möbelmesse in Köln und wird von einer Trendanalystin kommentiert. In der Sub-Headline wird es von ihr wie folgt zusammengefasst: „Das Zuhause wird behütet, gestaltet und geliebt und die Digitalisierung findet im Kerzenschein statt“ (OÖ Nachrichten, „Die Sichtbarkeit der Megatrends nimmt weiter zu“, 27.01.2018). Grundsätzlich handelt der Artikel davon, dass die Bedürfnisse der Kunden mittlerweile so unterschiedlich sind, dass sie sich nicht mehr in soziodemografischen Gruppen zusammenfassen lassen. Die Folgen des Digitalisierungstrends wird hier auf die zwei Katego-

rien „Smart Home“ und „Vintage“ aufgeteilt. Smart Home soll hier vor allem bei Produkten wie Haushaltsgeräte, Heizung oder Sicherheitssysteme immer relevanter werden und somit den Alltag bequemer gestalten. „Vintage“-Produkte wie Möbel sollen andererseits von der bestehenden Reizüberflutung ablenken, wieder für Bodenhaftung sorgen und an die guten alten Zeiten erinnern (vgl. OÖ Nachrichten, „Die Sichtbarkeit der Megatrends nimmt weiter zu“, 27.01.2018).

Der **dritte Artikel** trägt den Titel „Sehnsucht nach Einfachheit“. Auslöser dieses Berichtes ist erneut die IMM in Köln und beinhaltet dieselbe Trendanalyse wie im Artikel in den OÖ Nachrichten. Zusätzlich wird hier jedoch der Begriff des Wohnraumes als Rückzugsort nochmals ausführlicher thematisiert. Das zu Hause soll dabei ein Ort sein, der als eine Art identitätsstiftende Schutzzone fungiert und die schnelllebige Welt aussen vor lässt. Entschleunigung ist das angestrebte Ziel und soll für Gemütlichkeit in den eigenen vier Wänden sorgen. Organische Formen und die Verwendung von natürlichen Werkstoffen wie Holz, Cord oder Samt beim Interieur sollen dies zusätzlich unterstützen (vgl. Eco Nova, „Sehnsucht nach Einfachheit“, 27.04.2018).

8. Zusammenfassung der Ergebnisse

Folgend werden die Ergebnisse der empirischen Untersuchung zur besseren Übersicht nochmals zusammengefasst.

Hauptkategorie 1 lässt schlussfolgern, dass beim Thema Vintage vor allem die Geborgenheit und die Rückbesinnung im Vordergrund stehen. Der Charme und Charakter eines Möbels und die Geschichte der einzelnen Exemplare sollen dem zu Hause zu Ruhe und Beständigkeit verhelfen. Beim Thema Smart Home geht es vor allem um die effizientere Nutzung von Ressourcen und um die Automatisierung bzw. Erleichterung des alltäglichen Lebens mithilfe von intelligenten Geräten. Die Art und Weise, wie über diese beiden Bereiche berichtet wird, deutet auf keine wechselseitige Beeinflussung hin.

Die Ergebnisse in Hauptkategorie 2 suggerieren, dass Vintage Möbel - aufbauend auf Hauptkategorie 1 - vor allem für ein persönliches Wohlbefinden in den eigenen vier Wänden sorgen sollen. Nostalgie zum Schutz der eigenen Identität und das Sammeln von Gegenständen vergangener Zeiten soll zur Entschleunigung des Alltages und zur Rückbesinnung zu Altbewährtem beitragen. In der Gesellschaft manifestierte Trends untermauern diese Entwicklung.

In Hauptkategorie 3 lässt sich erkennen, dass über Smart Home Systeme eher positiv als negativ berichtet wird. Im Vordergrund stehen hier vor allem die Themen des effizienten Wohnens und die verbesserte Sicherheit. Gegenüber stehen die Aspekte des Kontrollverlustes durch autonom agierende Strukturen, die dadurch erschaffene Transparenz des Individuums und die Überforderung des Menschen durch zu viel Technik. Nicht ausser acht gelassen werden darf zudem der Einfluss von Smartphones und Sprachassistentz-Systemen, welche die Funktion des allumfassenden Kontroll- und Steuerungsmoduls eines Smart Home Ökosystems einnehmen.

Die 4. und letzte Hauptkategorie gibt Aufschluss darüber, dass „Vintage“ und „Smart Home“ in Verbindung mit „Wohnen“ nicht in einem Atemzug genannt, sondern nur als zwei nebeneinander existierende Trends erkannt werden.

9. Schlussbetrachtung

Die von der Digitalisierung immer stärker beeinflusste Welt führt zu einer Medialisierung des Alltags und somit zu einer Veränderung sozialer Umwelten. Umgebungen werden so mit technischen Strukturen ausgestattet, sodass Geräte sich automatisch miteinander verbinden und interagieren können. Das Ziel ist die autonome Kommunikation zwischen den Geräten, um so eine optimal auf den einzelnen Nutzer abgestimmte Umwelt kreieren zu können. Auch die eigenen vier Wände werden von diesen Entwicklungen beeinflusst, was sich unter dem Begriff „Smart Home“ zusammenfassen lässt.

Der technologische Fortschritt hat allerdings nicht nur einen positiven Einfluss auf unser Leben. Er sorgt auch für eine Überforderung des menschlichen Allgemeinzustands. Wir sind „fortschrittsmüde“ geworden und sehnen uns nach „den guten alten Zeiten“. Es hat sich daher mit „Vintage“ eine Gegenbewegung entwickelt, wo vor allem die Rückbesinnung eine wesentliche Rolle spielt. Vintage Möbel sollen dem zu Hause dabei verhelfen Geborgenheit, Sicherheit und Gemütlichkeit auszustrahlen und als Ruhepol für die Einwohner zu dienen. Möbel sollen authentisch, verlässlich und nachhaltig sein und einem das Gefühl vermitteln, was man im Alltag zu vermissen scheint.

Inwiefern ist Vintage nun eine Reaktion auf Smart Home-Technologien? Auf Basis der erhobenen Forschungsergebnisse lässt sich nun folgende Antwort formulieren:

Vintage erscheint als Reaktion auf Smart Home insofern, als dass die Medienberichterstattung dem Vintage-Trend völlig konträre Attribute zuschreibt. Während Smart Home medial vor allem mit "Effizienz" in Verbindung gebracht wird, finden sich derartige Zuschreibungen bei Vintage gar nicht. Bei Vintage überwiegen hingegen nicht-effizienzorientierte Zuschreibungen wie „Rückbesinnung" oder "Entschleunigung".

Es konnte also kein klarer Zusammenhang der Begriffe „Smart Home“ und „Vintage“ in der Berichterstattung identifiziert werden. Vielmehr lässt sich mit den vorliegenden Ergebnissen darauf schließen, dass die beiden Bereiche als Gegenpole zu sehen sind. Die signifikant höhere Anzahl an Medienberichten zu Smart Home lässt zudem vermuten, dass Vintage die Antwort zum Trend Smart Home sein könnte.

Abschließend ist noch anzumerken, dass der Wunsch nach mehr Privatheit und Rückzug aus der Öffentlichkeit auch stark an die Zeit des Biedermeier erinnert, wo nach dem Ende der Napoleonischen Zeit und staatlicher Unterdrückung ebenfalls die Gemütlichkeit des zu Hauses und eine harmonische Privatsphäre an oberster Stelle standen. Letztere ist nun mit dem Aufkommen der digitalisierten Welt erneut gefährdet und erweckt in der jungen Generation wieder den Wunsch nach Stabilität und Erdung. Diese traditionellen Wertvorstellungen erzeugen in der Gesellschaft die Sehnsucht nach Sicherheit, Ordnung und Kontrolle und sorgen somit für eine Art Neuauflage der damaligen Epoche (vgl. Zeit Magazin, 2015).

Wir befinden uns jedoch in einer Zeit, wo der technologische Fortschritt unaufhaltsam zu sein scheint. Glaubt man den Vorhersagen, dass es bis 2020 ca. 50 Milliarden Smart Gadgets auf der Welt geben wird (vgl. OÖ Nachrichten, „Es zieht wieder Sinnlichkeit in die eigenen vier Wände“, 17.03.2018), wird dieses Thema auch in den nächsten Jahren ein aktuelles bleiben und ausreichend Spielraum für weitere Untersuchungen bieten.

III. QUELLENVERZEICHNIS

Literaturverzeichnis

Bächle, Thomas Christian / Thimm, Caja (2014): Mobile Technologien im Alltag und die Erfahrbarkeit sozialer Räume, In: Bächle, Thomas Christian; Thimm, Caja: Mobile Medien - Mobiles Leben, Neue Technologien, Mobilität und die mediatisierte Gesellschaft, Band 3, LIT Verlag Dr. W. Hopf Berlin, S. 41 - 68

Boltanski, Luc / Esquerre, Arnaud (2018): Bereicherung - Eine Kritik der Ware, 1. Auflage, Suhrkamp Verlag Berlin

Burk, Steffen / Hennig, Martin / Heurich, Benjamin / Klepikova Tatiana / Piegsa, Miriam / Sixt, Manuela / Trost, Kai Erik (2018): Privatheit in der digitalen Gesellschaft, Duncker & Humblot Berlin

Castells, Manuel (2003): Das Informationszeitalter 1 - Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft, Verlag Lecke + Budrich Opladen

Castells, Manuel (2017): Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft - Das Informationszeitalter. Wirtschaft. Gesellschaft. Kultur. Band 1, 2. Auflage, Springer VS

Chayko, Mary. (2008): Portable Communities: The Social Dynamics of Online and Mobile Connectedness. Albany: State University of New York Press.

Dietz, Ursula (1996): Möbel die Geschichte machen, 17. Vollständig überarbeitete Auflage, Schöner Wohnen, Grunner & Jahr AG

Döring, Nikola (2008): Mobilkommunikation; Psychologische Nutzungs- und Wirkungsdimensionen. In: Batinic, Bernad; Appel, Markus (Hrsg.): Medienpsychologie. Heidelberg: Springer Medizin Verlag, S. 219- 239.

Früh, Werner (2007): Inhaltsanalyse: Theorie und Praxis, 6., überarbeitete Auflage, UVK Verlagsgesellschaft mbH · Konstanz

Früh, Werner (2015): Inhaltsanalyse: Theorie und Praxis, 8., überarbeitete Auflage, UVK Verlagsgesellschaft mbH · Konstanz

Fülgraff, Georges (1998): Entschleunigung, in: Klaus Backhaus / Holger Bonus (Hg.): Die Beschleunigungsfalle oder der Triumph der Schildkröte, 3. Auflage, Schäffer/Pöschel Verlag Stuttgart, S. 57-74

Glötz, Peter (1998): Kritik der Entschleunigung, in: Klaus Backhaus / Holger Bonus (Hg.): Die Beschleunigungsfalle oder der Triumph der Schildkröte, 3. Auflage, Schäffer/Pöschel Verlag Stuttgart, S. 75-89

Hartmann, Maren (2010): Die Mediatisierung der Alltagswelt, 1. Auflage 2010, VS Verlag für Sozialwissenschaften

Homeier, Ina (2014): Smart City Wien : Rahmenstrategie, Magistratsabteilung 18, Stadtentwicklung und Stadtplanung

Kießling, Tina (2013): Nostalgie und Retro-Trends als Marketingchance: Eine Analyse der Ursachen für die Nachfrage nach vergangenheits- bezogenen Konsumangeboten, Springer Gabler Verlag

Krotz, Friedrich (2001): Die Mediatisierung kommunikativen Handelns : der Wandel von Alltag und sozialen Beziehungen, Kultur und Gesellschaft durch die Medien, 1. Auflage, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag

Krotz, Friedrich (2007): Mediatisierung: Fallstudien zum Wandel von Kommunikation, 1. Auflage, VS Verlag für Sozialwissenschaften

Krotz, Friedrich (2014): Augmented Reality und informelle Vereinbarungen, In: Bächle, Thomas Christian; Thimm, Caja: Mobile Medien - Mobiles Leben, Neue Technologien, Mobilität und die mediatisierte Gesellschaft, Band 3, LIT Verlag Dr. W. Hopf Berlin, S. 19 - 40

Kuba, Sylvia (2018): Überall ist Zukunft - Die Gesellschaft im digitalen Zeitalter gestalten, ÖGB Verlag

Mayring, Philipp, (2002): Einführung in die qualitative Sozialforschung : eine Anleitung zu qualitativem Denken; 5., überarb. u. neu ausgestattete Aufl.; Weinheim [u.a.], Beltz.

Mayring, Philipp (2003): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. 8. Auflage. Weinheim: Beltz Verlag.

Mayring, Philipp (2007): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. 9. Auflage. Weinheim: Beltz Verlag.

Miller, Judith (2006): Möbel: Die grosse Enzyklopädie - vom Barock bis zur Gegenwart, Dorling Kindersley Verlag Starnberg

Otto, Daniela (2016): Digital Detox: wie Sie entspannt mit Handy & Co. leben, Springer-Verlag GmbH

Robben, Bernard (2012): Be-greifbare Interaktionen - Der allgegenwärtige Computer: Touchscreens, Wearables, Tangibles und Ubiquitous Computing, Transcript Verlag Bielefeld

Rosa, Hartmut (2014): Beschleunigung: Die Veränderung der Zeitstrukturen in der Moderne, 10. Auflage 2014, Suhrkamp Verlag

Ross, Alec (2016): Die Wirtschaftswelt der Zukunft: Wie Fortschritt unser komplettes Leben umkrempeln wird, Plassen Verlag

Sax, David (2017): Die Rache des Analogen - Warum wir uns nach realen Dingen sehnen, 2. Auflage, Residenz Verlag

Schelisch, Lynn (2016): Potentiale, Akzeptanz und Nutzung eines Assistenzsystems für ältere Menschen - Technisch unterstütztes Wohnen im Stadtquartier, Springer VS

Simons, Nathalie (2014): „Für mein Handy würd' ich morden“ - Zur Nutzung und Bedeutung des Mobiltelefons aus Sicht weiblicher Jugendlicher, In: Bächle, Thomas Christian; Thimm, Caja: Mobile Medien - Mobiles Leben, Neue Technologien, Mobilität und die mediatisierte Gesellschaft, Band 3, LIT Verlag Dr. W. Hopf Berlin, S. 169 - 194

Stütz, Thomas / Kowar, Thomas / Kager, Michael / Tiefengrabner, Martin / Stuppner, Markus / Blechert, Jens / Wilhem Frank H. / Ginzinger, Simon (2015): Smartphone Based Stress Prediction. In: Ricci, Francesco; Bontcheva, Kalina; Conlan, Owen; Lawless, Seamus (Hg.): User Modeling. Adaption and Personalization. Springer Verlag, S. 240-251

Titscher, Stefan / Wodak, Ruth / Meyer, Michael / Vetter, Eva (1998): Methoden der Textanalyse. Leitfaden und Überblick. Opladen: Westdt. Verlag.

Tully, Claus (2018): Jugend – Konsum – Digitalisierung, Über das Aufwachsen in digitalen Konsumwelten, essentials, Springer VS

Velez, Ray / Lord, Bob (2017): Erfolgsrezept Konvergenz – gemeinsam innovativ: Wie Marketing und IT die Business Transformation vorantreiben und Kunden begeistern, Springer Fachmedien Wiesbaden

Wallisch, Gianluca (1995): Journalistische Qualität, Definitionen - Modelle - Kritik, 1. Auflage, Konstanz: UVK Medien / Ölschläger

Watson, Francis (1979): Die Geschichte der Möbel, 1. Auflage, München, SüdWest-Verlag

Wermann, David S. (1977): Normal and Pathological Nostalgia, in: Journal of the American Psychoanalytical Association, Vol. 25, S. 387-398.

Wilkins, Andre (2015): Analog ist das neue Bio, 1. Auflage, Metrolit Verlag

Wittpahl, Volker (2016): Digitalisierung - Bildung, Technik, Innovation, Springer Verlag

Internetverzeichnis

Aeschbach, Sylvia (2018): Lichtspiele, Sonntagszeitung, 30. September 2018, S. 81, https://www.wiso-net.de/document/TAS__NID35244707 (19.11.2018)

AOM (2019): APA Online Manager Library Produktinfo, <http://www.aom.apa.at/Site/AOMProduktinfo.de.html> (12.06.2019)

Bendel, Oliver (2018): Smart Home, Gabler Wirtschaftslexikon, 19. Februar 2018, <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/smart-home-54137/version-277191> (09.10.2018)

Brechlin, Alexandra (2018): Warum heute alles cool ist, was früher war, die Welt, 18. August 2018, <https://www.welt.de/icon/partnerschaft/article167691732/Warum-heute-alles-cool-ist-was-frueher-war.html> (02.10.2018)

Cambridge (2018): Vintage, <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/vintage> (03.01.2019)

derStandard.at (2017): Google stellt Glass 2.0 vor: Das Ende der „Glassholes“, 18. Juli 2017, <https://derstandard.at/2000061462707/Google-stellt-Glass-2-0-vor-Das-Ende-der-Glassholes> (12.11.2018)

diePresse.com (2016): „Wir lernen das Abstandnehmen vom Gewirr“, 04. November 2016, <https://diepresse.com/home/leben/kreativ/5112301/Wir-lernen-das-Abstandnehmen-vom-Gewirr> (05.12.2018)

Duden (2018): Retro, <https://www.duden.de/rechtschreibung/retro> (05.12.2018)

Duden II (2018): Nostalgie, <https://www.duden.de/rechtschreibung/Nostalgie> (13.12.2018)

Duden III (2019): Antiquität, <https://www.duden.de/rechtschreibung/Antiquitaet> (23.4.2019)

Forbes (2018): Apple HomePod Vs. Amazon Echo Vs. Google Home: Which Smart Speaker Is Right For You?, 9. Februar 2018, <https://www.forbes.com/sites/forbes-finds/2018/02/09/apple-homepod-vs-amazon-echo-vs-google-home-which-smart-speaker-is-right-for-you/#7b876f1f7dec> (30.11.2018)

Gerstmeyer, Maria-Antonia (2018): Kinderzimmer sehen jetzt wieder aus wie vor 50 Jahren, 10. April 2018, Welt Online, https://www.wiso-net.de/document/WEON__156752817 (06.10.2018)

Gesemann, Julia (2018): Lebensmittel per Fingertipp, Neue Westfälische - Bielefelder Tageblatt (West), 14. November 2018, S. 42, https://www.wiso-net.de/document/NEUW__3d73dd631f45e249752aa53c279432fa234df6d (16.11.2018)

Glötz, Peter (1999): Digitaler Kapitalismus, Spiegel Online, 27. September 1999, <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-14838490.html> (11.12.2018)

Gründerszene (2019): Generation Y; <https://www.gruenderszene.de/lexikon/begriffe/generation-y> (11.06.2019)

Ikea (2018): Esszimmerstühle, <https://www.ikea.com/de/de/catalog/categories/departments/dining/25219/> (05.12.2018)

Jenner, Judith (2018): Neue Büros braucht das Land, tagesspiegel.de, 9. September 2018, <https://www.tagesspiegel.de/wirtschaft/immobilien/coworking-spaces-neue-bueros-braucht-das-land/22773296.html> (28.12.2018)

Kolhoff, Jürgen (2016): Smart Home, Europäische Sicherheit & Technik : ES & T 65, Fraunhofer Institut, Februar 2016, Nr.2, S.63, <http://publica.fraunhofer.de/dokumente/N-379180.html> (16.11.2018)

Kuhn, Gabriele (2017): Digitale Revolution: Jeder muss sich rüsten. Und zwar jetzt, kurier.at, 15. Jänner 2017, <https://kurier.at/wissen/digitale-revolution-jeder-muss-sich-ruesten-und-zwar-jetzt/240.858.853>

Kunze, Anne (2013): Puschendeutschland, Die Zeit, 17. Jänner 2013, <http://www.zeit.de/2013/04/Feierabend-Industrie-Puschendeutschland> (11.12.2018)

Lindenblatt, Roland (2018): Arbeitnehmer sollen sich im Büro wohlfühlen, tagesspiegel.de, 10. Mai 2018, <https://www.tagesspiegel.de/wirtschaft/gemuuetlich-arbeiten-arbeitnehmer-sollen-sich-im-buero-wohlfuehlen/21263714.html> (28.12.2018)

Lingner, Margrit (2015): Head-up-Display: Passende Infos immer im Blick, Vernetzte-Welt.com, 28. September 2015, <http://vernetzte-welt.com/head-up-display-passende-infos-immer-im-blick/> (13.11.2018)

Lumetsberger, Sandra / Pfliegl, Julia (2017): Warum wir auf Retro stehen, KURIER Online, 24. Jänner 2017, <https://kurier.at/leben/retro-trend-experten-erklaren-was-hinter-der-sehnsucht-nach-altem-steckt/242.103.622> (29.09.2018)

Neuhaus, Andreas (2018): Zwischen Retro-Look und Smart Home, Handelsblatt Online, 18. Jänner 2018, <https://www.handelsblatt.com/19264010.html?> (01.10.2018)

OÖ Nachrichten (2018): Die Sichtbarkeit der Megatrends nimmt weiter zu, Oberösterreichische Nachrichten, 27. Jänner 2018, S. 4, https://www.wiso-net.de/document/OOEN__2018012770000006491138 (29.09.2018)

Öhlenbach, Melanie (2016): Möbel mit Macken, Döbelner Allgemeine Zeitung vom 12.11.2016, S. A7, https://www.wiso-net.de/document/DAZ__doc6sb4o-taou55kucbadi (04.10.2018)

Ostseer Anzeiger (2018): Zur Erklärung von „Smart Home“, 14. November 2018, S. 7, https://www.wiso-net.de/document/OSZ__doc72r9bi894iw96eyf644 (15.11.2018)

Panagl, Clemens (2018): Der Riese legt wieder Vinyl auf, Salzburger Nachrichten, 16. Februar 2018, <https://www.sn.at/kultur/musik/der-riese-legt-wieder-vinyl-auf-24317827> (03.12.2018)

Passauer Neue Presse (2018): Smart Home für Senioren, 29. September 2018, S. 33, https://www.wiso-net.de/document/PNP__29%2066562105 (19.11.2018)

Peters, Patrick (2018): Zuhause mit Zukunft: Kleine Technik, große Helfer, Neuss-Grevenbroicher Zeitung Nr. 209 - Dormagen, 08. September 2018, S. 69, https://www.wiso-net.de/document/NGVZ__nse0000031221219 (14.11.2018)

Roth, Sandra (2014): Wohnen mit Eames und Co. ist so populär wie nie, SRF, 21. Februar 2014, <https://www.srf.ch/kultur/kunst/wohnen-mit-eames-und-co-ist-so-populaer-wie-nie> (18.12.2018)

Schuster Home Company (2018): Der Charme von Vintage und Retro, https://schuster-homecompany.de/contur-vintage_und_retro (03.01.2019)

Steger, Johannes / Kerkmann, Christof / Witsch, Kathrin (2018): Das traute Heim wird immer schlauer, Handelsblatt Deutschland, 14. November 2018, S. 20 - 21, https://www.wiso-net.de/document/HB__B71DC300-417A-4EEB-923F-91C66736A560%7CHBPM__B71DC300-417A-4EEB-923F-91C66736A560 (16.11.2018)

Wetschera, Wiebke (2018): Alte Möbel in neuem Glanz, Südkurier Konstanz Nr. 11, 15. Jänner 2018, https://www.wiso-net.de/document/SK__392340 (07.12.2018)

Wilke, Anna (2017): HOME SWEET HOME, impulse Nr. 3, 23. Februar 2017, S. 72, https://www.wiso-net.de/document/IMP__59DAE380FB7A44B1B-FB1C6158BAF2D55 (30.09.2018)

Zeit Magazin (2015): Entschleunigung - Die Welt ist mir zu viel, NR. 1/2015, 8. Jänner 2015, <https://www.zeit.de/zeit-magazin/2015/01/entschleunigung-biedermeier-handarbeit-stressabbau> (30.04.2019)

Artikel aus empirischer Analyse

A3BAU: „Smart Cities“, Nr. 05/2018, S. 56-61 (08.11.2018)

Bau & Immobilien Report: „Konzentration auf das Wesentliche“, Nr. 12/2018, S.56-57 (18.12.2018)

Der Grazer: „Und wie schlau ist ihr zu Hause?“, Nr. 45/2018, S.36-37 (11.11.2018)

Der Standard: „Mich fasziniert der Fehler“, Rondo Exklusiv, S.26-28 (25.04.2018)

Der Standard: „Mir geht es um die Seele von Dingen“, Rondo, S.6,8 (09.11.2018)

Der österreichische Installateur: „Das Smart Home wird erwachsen“, Nr. 7-8a/2018, S.66-67 (07.09.2018)

E&W: „T-Mobile startet mit Smart Home“, S. 54-55 (13.11.2018)

Eco Nova: „Der neue Minimalismus“, Nr. 09/2018, S. 68-72 (28.09.2018)

Eco Nova: „Sehnsucht nach Einfachheit“, Nr. 04/2018 S. 60-67 (27.04.2018)

Eco Nova: „Welcome to the Dschungel“, Nr. 09/2018, S.46-54 (28.09.2018)

Eco Nova: „Wohntrends 2019“, Nr. 13/2018 ,S. 144-145 (07.12.2018)

Eco Nova: „Wohnen im Shabby-Chic ist schon fast ein bisschen Boho“, Nr. 04/2018, S. 72-73(27.04.2018)

Energie Report: „Im Zeitalter der Effizienz“, Nr. 02/2018, S. 20-21 (27.02.2018)

Falter: „Unverwüstliche Lieblingsstücke“, Nr. 50/2018, S.41 (12.12.2018)

Gebäude Installation: „Die Grenzen verschwimmen“, Nr. 10/2018, S.12, 14 (15.10.2018)

Horizont: „Smarte neue Welt“, Nr. 26/2018, S. 17-18 (29.06.2018)

Kronen Zeitung: „Individual Living als neuer Lebens-Trend“, Salzburg Panorama, S.10 (04.02.2018)

Kurier: „Die Gebäude lernen von uns“, S.34 (03.10.2018)

Kurier: „Häuser, die Mitdenken“, S.6 (11.08.2018)

Kurier: „Holz ist der Gegentrend zur Digitalisierung“, S.6 (29.12.2018)

Medianet: „Vielfalt bei Formen & Farben“, Nr. 2116/2018, S. L10 (23.03.2018)

News: „Wo Wohnträume wahr werden“, Nr. 11/2018, S.76-77 (16.03.2018)

NÖ Nachrichten: „Energiesparen mit smarten Haushaltssteuerungen“, Nr. 10/2018, S.12 (05.03.2018)

NÖ Nachrichten: „Nordisch, ländlich & natürlich“, Nr. 10/2018, S.19 (05.03.2018)

NÖ Nachrichten: „Smartes Multimedia-Erlebnis“, Nr. 10/2018, S.26 (05.03.2018)

NÖ Nachrichten: „Von klassisch bis modern & mobil“, Nr. 10/2018, S.6 (05.03.2018)

NÖ Nachrichten: „Was bringt ein Smart Home eigentlich?“, Nr. 10/2018, S.8 (05.03.2018)

NÖ Nachrichten: „Was Smart Homes für Senioren können“, Nr. 10/2018, S.28 (05.03.2018)

Oberländer Rundschau: „Die Zukunft kommt“, Nr. 37/2018, S. 19 (12.09.2018)

OÖ Nachrichten: „Die ganze Küchenwelt auf der LivingKitchen in Köln“, Wohnen & Lifestyle (10.11.2018)

OÖ Nachrichten: „Die Sichtbarkeit der Megatrends nimmt weiter zu“, S.4 (27.01.2018)

OÖ Nachrichten: „Energie wird intelligent genutzt“, Beilage, S.8 (05.05.2018)

OÖ Nachrichten: „Es zieht wieder Sinnlichkeit in die eigenen vier Wände“, S.9 (17.03.2018)

OÖ Nachrichten: „Grüner, nachhaltiger und immer smarter“, S.2 (23.02.2018)

OÖ Nachrichten: „Minimalismus als Trend“, S.8 (27.01.2018)

OÖ Nachrichten: "Nachhaltiger und smarter“, S.8 (29.03.2018)

OÖ Nachrichten: „Was wünschen sich die Bauherren wirklich?“, S.8 (12.05.2018)

Profil: „Wohnbau, Ökologisch und Smart“, Nr. 22/2018 S.54-55 (28.05.2018)

Salzburger Nachrichten: „Das Haus als Rückzugsort“, Nr. 283 S. 52 (07.12.2018)

Tips: „Mit dem Smartphone das Feuer steuern“, S.18 (28.11.2018)

Tiroler Tageszeitung: „Lebst du Wabi-Sabi oder noch im Retro-Stil?“, Beilage, S. WT02-WT03 (30.01.2018)

Tiroler Tageszeitung: „Bei der Elektroinstallation sollte man nicht an der falschen Stelle sparen“, S.33 (22.03.2018)

Tiroler Tageszeitung: „London is calling“, S.64 (14.04.2018)

Tiroler Tageszeitung: „Probier's mal mit Gemütlichkeit“, S.65 (27.01.2018)

Tiroler Tageszeitung: „Retro, Vintage und Flower-Power“ (21.04.2018)

Tiroler Tageszeitung: „Technik, die mitdenkt und sparen hilft“, S.20 (08.02.2018)

Tiroler Tageszeitung: „Effektiv vor Einbruch schützen“, S. 20 (13.09.2018)

Tischler Journal: „Bleiben Sie smart“, Nr. 07/2018, S.3 (04.07.2018)

Tischler Journal: „Der Kühlschrank denkt mit“, Nr. 09/2018, S.66-68 (05.09.2018)

Trend Premium: „Digitaler Hausverstand“, Nr. 39/2018 S. 104-105 (28.09.2018).

Vorarlberger Nachrichten: "Die aktuellen Wohntrends der Kölner Möbelmesse IMM 2018“, S. 24 (20.01.2018)

Vorarlberger Nachrichten: „Clever kalkulieren beim Smart Home“ , S. BL48 (26.04.2018)

Vorarlberger Nachrichten: „Smart Home ist heutiger Standard“, S. N14 (10.03.2018)

Wienerin: „Offen für alles“, Nr. 08/2018, S.118-120 (26.07.2018)

Wiener Zeitung: „Ein Pferd im Wohnzimmer“, Wienerjournal, S.26-27 (07.09.2018)

Wiener Zeitung: „Im Flohmarkt-Fieber“, Wienerjournal, S.8-13 (29.06.2018)

Woche Bildpost: Sicherheit aus Expertenhand“, Nr. 17, S.43 (25.04.2018)

Woche Leibnitz: „Smart Home ist auch 2018 weiter auf dem Vormarsch“, Nr. 3, S.43 (17.01.2018)

Woche Murtaler Zeitung: „Smart Home setzt neue Trends“, S. 34 (11.01.2018)

Woche Obersteiermark: „Smart Home kann Senioren den Alltag erleichtern“, Nr. 41, S. 36 (10.10.2018)

IV. ABSTRACT DEUTSCH

Wir befinden uns in einem Zeitalter, wo sich die Umwelt schneller weiterentwickelt als der Mensch. Dieser Fortschritt hält heute auch Einzug in den eigenen vier Wänden und wird unter dem Begriff „Smart Home“ zusammengefasst.

Smart Home soll mit intelligent-vernetzten Geräten das Leben einfacher, sicherer und energiesparender gestalten und das Wohnen revolutionieren. Doch die rasante Entwicklung birgt auch Nachteile. Überlässt man dem Haus das Denken, gibt man die Kontrolle über das eigene Handeln ab und mutet dem Körper eine überfordernde Anzahl an digitalen Geräten zu. Daran knüpft die Gegenbewegung „Vintage“ an welche für eine Rückbesinnung zu Altbewährtem sorgt. Eine Umkehr in der Denkweise findet statt.

Das Ziel dieser Arbeit ist es, herauszufinden, inwiefern Vintage eine Reaktion auf Smart Home-Technologien ist und wie sich dies in heutigen Wohnsituationen bemerkbar macht.

Eine qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring soll Aufschluss darüber geben, wie Österreichs Printmedien die Themen „Vintage“ und „Smart Home“ in Verbindung mit „Wohnen“ im Jahr 2018 behandelten. Insgesamt umfasst die Stichprobenmenge 316 Artikel, welche den Grundstein für ein möglichst aufschlussreiches Ergebnis bilden.

Das Ergebnis der Arbeit zeigt, dass den beiden Begriffen in der Medienberichterstattung völlig konträre Attribute zugeschrieben werden. Während Smart Home medial vor allem mit "Effizienz" in Verbindung gebracht wird, sind es bei Vintage nicht-effizienzorientierte Attribute wie „Rückbesinnung“ oder „Entschleunigung“. Die Forschungsergebnisse zeigten darüber hinaus keinen klaren Zusammenhang der beiden Themen, wodurch die beiden Bereiche als Gegenpole anzusehen sind.

V. ABSTRACT ENGLISH

We are living in an age where the environment evolves faster than humans. This progress is also taking place in our homes and can be summarized under the term „Smart Home“.

With smartly-networked devices, Smart Home is designed to make life easier, safer and more energy-efficient. But the rapid development also has its disadvantages. Outsourcing the decision making to ones house makes you loose control over your own actions. Furthermore a multitude of digital devices can lead to a mental & physical overload. This resulted in the countermovement „Vintage“ - which indicates the reversal in the way of thinking, initiated by the return to the tried and tested.

The aim of this work is to find out how Vintage is a reaction to Smart Home technologies and how this is reflected in today's living situations.

A qualitative content analysis according to Mayring will shed light on how Austria's print media dealt with the themes of „Vintage“ and „Smart Home“ in connection with the keyword "living" in 2018. In total, the sample size includes 316 articles, which form the basis for a most informative result.

The result of the survey shows, that completely contradictory attributes are linked to the two terms in the media coverage. While Smart Home is primarily associated with "efficiency", Vintage's main concerns are non-efficiency-oriented attributes such as "recentering" or the „slow movement“. As the research results did not provide a clear link between the two topics, the two terms can be seen as antipoles.