

Freie Universität Berlin

Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

AS Kommunikationsgeschichte und Medienkulturen

Zu alt für diesen Kram?
Eine Mediennutzungsforschung der Video- und
Social-Media-Plattform TikTok.

Bachelorarbeit

Zur Erlangung des akademischen Grades eines

Bachelor of Arts (B.A.)

Von:

Silvia Meike Bartel

Abgabedatum: 05.03.2021

Erstprüferin: Prof. Dr. Maria Löblich

Zweitprüferin: Janine Greyer-Stock M.A.

<http://dx.doi.org/10.17169/refubium-30323>

Inhaltsverzeichnis

1	TikTok: Eine reine Jugendplattform – Von wegen!	1
2	Grundlegendes: Die Plattform und der Forschungsstand	4
2.1	Die Plattform – Was sind Soziale Medien, was ist TikTok?	4
2.2	Der Forschungsstand – Was wissen wir bereits über die Nutzung von TikTok?.....	7
3	Das theoretische Fundament – Warum die Kombination aus Uses-and-Gratifications-Approach und Bourdieus Habitus-Kapital-Theorie?.....	9
4	Qualitative Mediennutzungsforschung: Methodenwahl, Leitfadententwicklung und praktische Umsetzung.....	12
4.1	Die Methodenwahl – Was sind die Vor- und Nachteile von leitfadengestützten Interviews?.....	12
4.2	Die Leitfadententwicklung – Welche Fragen sollen wie gestellt werden?	13
4.3	Die praktische Umsetzung – Wie gestaltet sich der Weg von der Rekrutierung bis zur Auswertung des Materials?	15
5	Ergebnispräsentation: TikTok-Nutzerinnen im Alltag	16
5.1	Kurzportraits – Wer sind die Befragten?	16
5.2	Nutzungsmuster – Wie und unter welchen Umständen nutzen Millennials TikTok?.....	18
5.3	Motive – Warum nutzen Millennials TikTok?.....	20
5.4	Opus operatum – In welchen Lebensumständen befinden sich die TikTok nutzenden Millennials?.....	23
5.5	Zusammenfassung – Wie lauten die Antworten auf die Forschungsfragen?.....	24
6	Fazit: Schlüsselpunkte der Arbeit und Ausblick auf weitere Forschung.....	25
7	Quellenverzeichnis	27
8	Anhang	32
8.1	Leitfaden	32
8.2	Transkripte der Interviews	35
8.2.1	Leitfadeninterview via Skype mit Befragter 1, geführt am 14.12.2020.....	35
8.2.2	Leitfadeninterview via Skype mit Befragter 2, geführt am 19.12.2020.....	46
8.2.3	Leitfadeninterview via Skype mit Befragter 3, geführt am 21.12.2020.....	61
8.2.4	Leitfadeninterview via WhatsApp-Videocall mit Befragter 4, geführt am 23.01.2021.	74

1 TikTok: Eine reine Jugendplattform – Von wegen!

Haben Sie schon von TikTok gehört?

Die App sorgt für mediale Aufmerksamkeit¹ und Downloadwellen. Im Juni 2020 war TikTok mit 982.000 Downloads aus dem Google Play Store (prioridata, 2020a, S.1) auf Platz eins und mit 386.000 Downloads aus dem Apple App Store (prioridata, 2020b, S.1) auf Platz zwei, der meist heruntergeladenen Apps in Deutschland. Die Nutzerzahlen in Deutschland belaufen sich (Stand: September 2020) auf knapp elf Millionen (Sache, 2020, S. 1). Während die einen auf die App nicht mehr verzichten wollten oder gar könnten (manch eine*r verdient seinen Lebensunterhalt damit (Schumacher, 2020, S. 3)), verstehen die anderen bis heute nicht den Reiz daran. TikTok: Eine Video- und Social-Media-Plattform, auf der sich überwiegend Menschen der sogenannten Generation Z² aufhalten (ARD-ZDF-Onlinestudie, 2020; AudienceProject, 2020; Statista Global Consumer Survey, 2020). Bereits Mittzwanzigjährige hört man sich als „zu alt für diesen Kram“³ zu bezeichnen. Unverständnis und mangelnde Akzeptanz gegenüber TikTok-Nutzer*innen machen sich breit. Es mag der digitalen Entwicklung geschuldet sein, dass popkulturelle Trends deutlich schneller entstehen und stärker unterschiedliche Identifikationsmerkmale für Generationen darstellen, auch wenn diese nah beieinander liegen. So selbstverständlich Medien und vor allem das Internet im Alltag verwendet werden, so sehr tritt das Bewusstsein über die Wirkung von Mediennutzung im sozialen Umfeld in den Hintergrund (Meyen & Pfaff-Rüdiger, 2009, S. 25). Dass die Medien in unserer Gesellschaft und deren Nutzer*innen bestimmte Zuweisungen erfahren und Mediennutzung somit zum Bild eines Menschen beiträgt (ebd.), sollte nicht unterschätzt werden. In den Anfängen der Kommunikationswissenschaft hat der Begriff der Massenkommunikation die Disziplin geprägt (Beck, 2017, S.

¹ In der Berliner Zeitung hieß es am 23.04.2020: „TikTok: Hier geht es nicht um Jugendliche, es geht um Kinder“. Am 25.07.2020. erschien bei Frankfurter Allgemeine ein Artikel unter der Überschrift „TikTok tanzt zwischen den Fronten“, am 01.08.2020 veröffentlichte tagesschau.de ein Video mit dem Titel: „Online-Netzwerk: Trump will TikTok in den USA verbieten“, am 23.08.2020 konnte man bei Bild „Verbot in den USA - TikTok klagt gegen Trump“ lesen und bei DER SPIEGEL stand am 31.10.2020 „Richterin stoppt US-Pläne für Aus von TikTok im November“. Auf den Konflikt von dem chinesischen Konzern mit den USA wird an dieser Stelle nicht näher eingegangen.

² Dimock, Präsident von Pew Research Center erläutert, dass die Generation Z als nachfolge Generation der „Millennials“ verstanden wird und wie fast jede Generationsbezeichnung können Betrachter*innenabhängig Definitionsschwankungen auftreten (2019). Pew Research Center zählt zur Generation Z alle ab dem Jahr 1997 geborenen Menschen (Dimock, 2019).

³ Der Ausspruch ist eine popkulturelle Referenz auf die Catchphrase von Danny Glover als Roger Murtaugh in der Actionfilmreihe *Lethal Weapon* (FANDOM, (o. D.)). Im englischen Original sagt er: „I’m too told for this shit“. Im deutschsprachigen Raum hat sich dann aber die deutsche Variante „Ich bin zu alt für diesen Kram“ (der Erzähler in der Serie ersetzt das Wort „Scheiß“ seinen Kindern gegenüber in „Kram“) durch die Serie *How I Met Your Mother* weitergetragen (FANDOM, (o. D.)). In der Serie wird sich auf den zuvor genannten Film bezogen und die Frage thematisiert, ab wann man zu alt für etwas ist (FANDOM, (o. D.)).

131-133). Daraus entstanden lineare Kommunikationsmodelle (Shannon und Weaver, Lasswell-Formel) die versuchten „die wichtigsten Komponenten und Faktoren zu benennen, die ausschlaggebenden Beziehungen zu erkennen und systematisch weiterführende Fragestellungen zu entwickeln“ (ebd.). Längst wissen wir, dass Kommunikation, ob privat oder öffentlich ein komplexes, non-lineares Zusammenspiel von Prozessen ist (ebd.). Die Frage nach der Mediennutzung war zu Beginn der Kommunikationswissenschaft noch nicht ausformuliert, dabei spielt sie für das Verständnis von Kommunikationsstrukturen eine grundlegende Rolle. Mit seiner stetig wachsenden Reichweite gewinnt das Medium TikTok Aufmerksamkeit und Relevanz. Es ist Aufgabe der Kommunikationswissenschaft solche Phänomene zu untersuchen. Dazu bedarf es unterschiedlicher Blickwinkel in unterschiedlichen Forschungsfeldern.

TikTok wird der Kategorie User Generated Media (UGM) zugeordnet. Das heißt, Nutzer*innen sind konstitutiv für die Plattform mit ihren (Inter-)Aktionen, wie Videos hochladen, kommentieren, liken und teilen (Omar & Dequan, 2020, S. 122). Seitdem die Schwesterapp Douyin in China 2016 zum Download freigegeben wurde und TikTok für den Rest der Welt im Jahr 2017 auf den Markt kam, sind die Besonderheiten der Plattform manifester Bestandteil der Kommunikationsforschung (siehe unter anderem Omar & Dequan, 2020; Lu, Lu, & Liu, 2020; Shutsko, 2020). Der Algorithmus der App und einige Funktionsweisen unterscheiden sich grundlegend von anderen Social-Media-Plattformen. Das Besondere an der Plattform sind die Kürze der Clips (höchstens 60 Sekunden) und die Auswahl an Filtern und Videoschnittoptionen, welche die App zur Verfügung stellt (Shutsko, 2020, S. 110). Der Empfehlungs-Feed orientiert sich nicht nur an den Personen, denen man folgt, sondern auch an den Inhalten, welche einem gefallen (Sbai, 2021, S. 102; TikTok, 2020, S. 1). Anders als bei Instagram und YouTube sind nicht nur Likes und Kommentare ausschlaggebend, um mit einem Video einen Hit zu landen, sondern vor allem der Inhalt (ebd.). Die Inhalte, welche auf TikTok generiert werden, wurden zum Untersuchungsobjekt von Aliaksandra Shutsko. Ausgangspunkt ihrer Forschung war die massenmediale Auseinandersetzung zu minderjährigen Nutzer*innen (Shutsko, 2020, S. 110). Ihr Befund zeigt, dass sich, entgegen aller Erwartung, die Regelverstöße in Grenzen halten und die Inhalte am häufigsten Copyright-Verletzungen aufweisen (Shutsko, 2020, S. 121-122). Mit den Nutzer*innen der Plattform haben sich unter anderen Xing Lu, Zhicong Lu und Changqing Liu (2020) und Bahiyah Omar und Wang Dequan (2020) beschäftigt. Mit quantitativen Methoden untersuchten die beiden Teams warum und wie sich Nutzer*innen Douyin und TikTok beziehungsweise abwenden. Omar und Dequan (2020) gingen im speziellen auf die unterschiedlichen Nutzungsausprägungen (reiner Konsum, Interaktion, eigene Produktion) ein. Bisherige Untersuchungen über TikTok (und sein chinesisches Äquivalent) lassen noch einige

Fragen offen. In keinem der bisherigen Forschungsdesigns fand das Alter der volljährigen Nutzer*innen größere Beachtung. Betrachtet man die Altersstruktur der TikTok-Nutzer*innen eröffnet sich folgendes Bild: Millennials⁴ stellen momentan ein Übergangsalter für einen TikTok-Gebrauch oder TikTok-nicht-Gebrauch dar. Die Generation der Millennials bildet den zweitgrößten Anteil an TikTok-Nutzer*innen (Firsching, 2020, S. 1) und ist durch eine Spaltung gekennzeichnet. Die Diskrepanz zwischen TikTok-Boom und gleichzeitigem TikTok-Nutzungs-Unverständnis zeigt sich innerhalb dieser Generation. Überhaupt, eine qualitative Auseinandersetzung mit den Nutzer*innen von TikTok in Deutschland wurde bislang nicht erbracht. In der Kommunikationswissenschaft gibt es eine breit aufgestellte Betrachtung von Sozialen Medien allgemein (unter anderem Schmidt & Taddicken, 2017a; Huang & Su, 2018; Hauser, Opilowski & Wyss, 2019b), die zu einem Grundverständnis beiträgt, allerdings nicht viele Ergebnisse zu Nutzungsphänomenen, die auf ein konkretes Medium bezogen sind, aufweist. Anschließend an diese Forschungen zu Sozialen Medien, und an die aktuellen, quantitativen Studien zu TikTok (Shutsko, 2020; Lu, Lu & Liu, 2020; Omar & Dequan, 2020) (siehe Kapitel 2.1), wird der Radius für die vorliegende Arbeit gespannt, in dem die individuellen Lebensumstände von Nutzer*innen mit in Betracht gezogen werden. Woran liegt es, dass sich Millennials für oder gegen die Nutzung von TikTok entscheiden? Geht man entsprechend des Uses-and-Gratifications-Approachs (UGA) davon aus, dass Menschen Medien nutzen, um bestimmte Bedürfnisse zu erfüllen, stellt sich immer noch die Frage, warum sich nicht alle für die gleichen Medien entscheiden (Meyen & Pfaff-Rüdiger, 2009, S. 16-17). Um den individuellen Beweggründen nachzugehen und gleichzeitig eine allgemeingültige Erklärung anzustreben, ziehen Michael Meyen und Senta Pfaff-Rüdiger (2009, S. 15-17) die Gesellschaftstheorie von Pierre Bourdieu hinzu. Nach seinem Verständnis des Menschen würde die Entscheidung für oder gegen die Nutzung eines bestimmten Mediums (Bourdieu verwendet den Ausdruck „Geschmack“) mit der Disposition in der Gesellschaft zusammen (Bourdieu, 1987, S. 171). Wie zum Beispiel die Nutzung bestimmter Medien konnotiert wird, variiert in unterschiedlichen Gesellschaftsgruppen. Motive für die Mediennutzung lassen sich also nur durch eine individuelle Betrachtung der Lebenswelten von Nutzer*innen nachvollziehen. Auf dieser Grundlage wurden folgende Forschungsfragen formuliert:

⁴ Das *Oxford Dictionary of Media and Communication* liefert eine kurze Einordnung von Millennials (auch Generation Y) und Generation Z. Während die zwischen 1984 und vor 2000 geborenen Millennials sich schon durch eine Technikaffinität auszeichnen sind die ab 1995 geborenen der Generation Z als „digital natives“ besonders Smartphone fixiert (Oxford University Press, 2020). Corey Seemiller und Meghan Grace haben sich in ihrem Buch *Generation Z: A Century in the Making* nicht nur mit der Generation Z beschäftigt, sondern liefern auch eine gelungene Übersicht der vorherigen Generationen (2019).

F1: Welche Motive haben Millennials TikTok zu nutzen?

F2: Wie gestaltet sich die Lebenswelt von Millennials, die TikTok nutzen?

Die Motive von Millennials für die Nutzung von TikTok werden in Zusammenhang mit deren Alltag untersucht. Wer sind die TikTok nutzenden Millennials? Wie leben sie? Wo, wann und warum verwenden sie TikTok? Der Ansatz des UGA in Verbindung mit Bourdieu legt die Methode der qualitativen Befragung nahe, um die Lebensumstände und die Einbettung von TikTok in den Alltag der Befragten nachvollziehen zu können (Meyen & Pfaff-Rüdiger, 2009, S. 26-27). Für die leitfadengeleiteten Interviews wurden vier zu Befragende rekrutiert und per Videoanruf online befragt. Der Fokus auf die Altersgruppe der Millennials ergibt sich aus der Nutzungsdiskrepanz in dieser Generation. Da im Umfang dieser Arbeit nicht von Repräsentativität gesprochen werden kann und ein Geschlechtervergleich keine allgemeingültige Aussagekraft hätte, werden ausschließlich Frauen befragt. Forschungen dieser Art sind unerlässlich in der Kommunikationswissenschaft. Sich intensiv mit individuellen Nutzer*innen zu befassen, trägt dazu bei neue Perspektiven auf offene Fragen zu gewähren und liefert Anhaltspunkte für weiterführende Untersuchungen. Das Phänomen TikTok birgt das Potential zukünftige Kommunikationsstrukturen nachhaltig zu verändern. Diese Mediennutzungsforschung trägt dazu bei mehr Erkenntnisse über die Nutzer*innen der Plattform zu gewinnen.

Im nachfolgenden Kapitel werden die Plattform TikTok (Kapitel 2.1) und die darauf bezogene, bereits erbrachte Forschungsleistung (Kapitel 2.2) dargestellt. Das zu Grunde liegende Konzept aus UGA und Habitus-Kapital-Theorie wird daraufhin eingehend erläutert (Kapitel 3), was zur Darstellung der gewählten Methode (Kapitel 4) überleitet. Nachfolgend werden die Ergebnisse der Befragungen präsentiert und das Vorgehen reflektiert (Kapitel 5). Zum Schluss (Kapitel 6) werden die wichtigsten Punkte dieser Arbeit zusammengefasst und kommentiert, sowie eine Aussicht auf weitere Forschungsmöglichkeiten präsentiert.

2 Grundlegendes: Die Plattform und der Forschungsstand

2.1 Die Plattform – Was sind Soziale Medien, was ist TikTok?

TikTok wird der Gattung Soziale Medien⁵ zugeordnet, was allerdings noch nicht sehr viel aussagt. Monika Taddicken und Jan-Hinrik Schmidt (2017, S. 4) bringen es auf den Punkt:

Die Begriffsklammer „Soziale Medien“, eine Übersetzung des englischen „social media“, ist aus sozial- und kommunikationswissenschaftlicher Sicht eigentlich redundant: Alle Medien

⁵ Die Begriffe Soziale Medien und Social Media werden in dieser Arbeit synonym verwendet.

sind insofern sozial, als sie Teil von Kommunikationsakten, Interaktionen und sozialem Handeln sind.

Die digitalen Angebote, welche sich unter Sozialen Medien einen, sind divers, aber sie alle verbindet die Möglichkeit, dass Menschen „Informationen aller Art mithilfe der digital vernetzten Medien anderen zugänglich [...] machen“ können (Taddicken & Schmidt, 2017, S. 4). Bestehende soziale Kontakte können gepflegt, neue Beziehungen geknüpft und Interessen geteilt werden. Dabei werden die Daten der Nutzer*innen verarbeitet, was eine der stärksten Kritiken mit sich bringt. Die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem Einfluss von Sozialen Medien auf die Gesellschaft (Hauser, Opilowski & Wyss, 2019a), findet sich auch in aktuellen, populären Dokumentarfilmen wie *Das Dilemma mit den sozialen Medien* und *Cambridge Analytica großer Hack* wieder. Die für Soziale Medien eigene Zielsetzung, der Interaktion und des Austausches, war schon während der Zeit des Pre-Web eine Errungen- und Eigenschaft des sich stetig weiterentwickelnden Internets (Taddicken & Schmidt, 2017, S. 5-7).⁶ So unterschiedlich Soziale Medien sind, so schwer ist es auch sie zu kategorisieren, denn Funktionsweisen können sich nicht nur überschneiden, sondern auch immer wieder ändern (Taddicken & Schmidt, 2017, S.9). Nach dem Kategorisierungsvorschlag von Taddicken und Schmidt (2017, S. 9-11) ist TikTok eine Plattform. Die Autor*innen unterscheiden zwischen drei Arten von Plattformen: Netzwerkplattformen, Diskussionsplattformen und User Generated Content Plattformen (kurz: UGC Plattformen) (ebd.). Bei allen ist die Interaktion und häufig auch die Rezeption erst nach vorheriger Anmeldung möglich, der inhaltliche Fokus ist allerdings verschieden. Charakteristisch für UGC Plattformen ist die Zentrierung auf das Generieren und Konsumieren von Inhalten (Taddicken & Schmidt, 2017, S. 11). Persönliche Interaktionen unter User*innen sind zwar möglich, stehen aber nicht im Mittelpunkt der Plattform (ebd.). Dies trifft auch im Fall von TikTok zu.

Bevor TikTok im westlichen Markt 2017 auftauchte, veröffentlichte ByteDance⁷ den chinesischen Ableger Douyin 2016 (ByteDance, o. D., S. 1). Im Jahr 2018 wurde musical.ly in TikTok integriert und sowohl bestehende Accounts und Videos als auch Funktionen der auf Lippen-synchronisation (Lip-Sync) fokussierten App übernommen (TikTok, 2018, S. 1). Wie Aliaksandra Shutsko (2020) mit ihrer Studie bestätigt, beschränkt sich der Inhalt längst nicht mehr nur auf Lip-Sync Videos. Die TikTok-Nutzung wird vor allem durch die begrenzte Videolänge

⁶ Für eine eingehende Aufarbeitung der Geschichte des Internets und der Terminologie Soziale Medien sei auf Taddicken und Schmidt (2017) verwiesen.

⁷ Der CEO des Unternehmens, Zhang Yiming, hat einen Bachelor in Software Engineering (Heide, 2020, S.1). Vor TikTok startete er namhaften Onlineangebote (ebd.) und wurde vom Time Magazine 2019 als einer der 100 einflussreichsten Menschen genannt (time, 2019).

und die Auslegung auf Mobilität (Sbai, 2021, S. 106) beeinflusst. Auch wenn man TikToks am Computer schauen kann, ist es primär eine Smartphoneapplikation. Dies begünstigt eine potenziell besondere Integration in Alltag und Öffentlichkeit. Jutta Röser, Tanja Thomas und Corinna Peil (2010, S. 10) schreiben, dass die

[...] Bedeutung des Begriffs [Alltag] [...] sich eher intuitiv [erschließt]. Sehr allgemein kann gesagt werden, dass eine alltagsbezogene Forschung das Anliegen verfolgt, Medienkommunikation zu kontextualisieren, wobei die alltägliche Lebenswelt der Menschen einen wesentlichen Bezugspunkt bildet.

Forscher*innen befassen sich seit einiger Zeit mit der Auswirkung von Mediennutzung im Alltag und öffentlichen Raum sowie speziell mit der mobilen Internetnutzung (unter anderem Niemand, 2020; Hauser, Opilowski, & Wyss, 2019a; Keuper, Schomann, & Sikora, 2018, Roll, 2017; Humphreys, von Pape & Karnowski, 2013). Forschung mit konkretem Interesse an der TikTok-Nutzung im Alltag und in der Öffentlichkeit gibt es allerdings noch nicht. Die ökonomische Relevanz wurde jedoch längst erkannt. Das von Marlis Jahnke herausgegebene *Influencer Marketing* wurde in der zweiten Auflage 2021 um ein Kapitel zu TikTok ergänzt. Die Popularität der App wuchs schneller als die von Instagram und Facebook (Sbai, 2021, S. 100). Gerade der große Anteil an Nutzer*innen der Generation Z, macht die Plattform für Werbekunden interessant, da sie kaum anders zu erreichen sind (ebd.). Die Deutsche Welle fasst in einem Video anschaulich zusammen, dass TikTok, ähnlich wie andere Soziale Medien, Geld durch Werbung, Produktplatzierungen und Kooperationen mit Unternehmen verdient, wobei unter anderem das Prinzip von Challenges genutzt wird, was zur Vervielfältigung der Reichweite durch Reproduktion beiträgt (Deutsche Welle, 2020). Außerdem gibt es ein Zahlungssystem, bei dem Nutzer*innen durch den Erwerb von „Coins“ Geschenke während einer Liveübertragung an Creator machen können, die wiederum die Geschenke im ersten Schritt in „Diamanten“ und im zweiten Schritt in Geld umwandeln können (TikTok, o. D., S. 1). Für eine Aufarbeitung der ökonomischen Möglichkeiten und Einblicke in das Influencer Marketing auf TikTok sei auf Adil Sbai (2021) verwiesen.

Zusammengefasst wurde die User Generated Content Plattform TikTok für die Nutzung außerhalb Chinas im Jahr 2017 von ByteDance freigegeben. Das Unternehmen veröffentlichte zwei Jahre zuvor die Schwesterapp Douyin für den chinesischen Markt. Die App bietet zahlreiche Optionen zur Gestaltung von Videos, ermöglicht die Rezeption auch ohne Erstellung eines Accounts (Sbai, 2021, S. 106-107) und bietet Nutzer*innen den Raum zur (Inter-)Aktion. Was Forscher*innen über die Inhalte und die Nutzer*innen der App bereits untersucht haben, wird im nachstehenden Kapitel dargestellt.

2.2 Der Forschungsstand – Was wissen wir bereits über die Nutzung von TikTok?

Dem rasant an Popularität zunehmenden Sozialen Medium haben sich bereits unterschiedlichen Fachrichtungen gewidmet, unter anderem im Kontext der globalen Corona-Pandemie (eine Auswahl: Medina Serrano, Papakyriakopoulos & Hegelich, 2020; Basch, Hilleyer & Jaime, 2020; Kennedy 2020). Drei herausstechende kommunikationswissenschaftliche Publikationen zu den Inhalten und der Mediennutzung von TikTok (beziehungsweise Douyin) bilden den Ausgangspunkt dieser Arbeit und werden im Folgenden veranschaulicht.

Die Inhalte, welche auf TikTok im deutschsprachigen Raum generiert werden, wurden zum Untersuchungsobjekt von Aliaksandra Shutsko. Sie begann ihre Forschung auf Grund der massenmedialen Debatte um den Schutz von Kindern und Jugendlichen auf der App und die Furcht über unkontrollierte, nicht jugendfreie Inhalte bei TikTok (Shutsko, 2020, S. 110). Aus ihrer Arbeit geht unter anderem hervor, dass die mit Abstand häufigsten Kategorien den Bereichen „Comedy & Joke“, „Musical performance“, „DIYs & Tutorials“ und „Dance“ zugeordnet sind, was mit den Erkenntnissen zum chinesischen Ableger Douyin übereinstimmt (Shutsko, 2020, S. 121). Außerdem kamen in der Stichprobe (n = 1000) 304 „Copyright“ und 19 „Personal Rights“ Verletzungen zum Vorschein, jedoch keine gegen die Richtlinien verstoßenden, unangemessenen Inhalte (Gewalt, sexuelle Inhalte, Drogenkonsum) (ebd.). Der Anteil an Richtlinien konformen, aufreizenden Videos fiel deutlich geringer (19 Videos) aus, als der massenmediale Aufruhr vermuten ließ (Shutsko, 2020, 122). Zwar stimmen in diesem Fall die Ergebnisse mit vergleichbaren Untersuchungen zu Douyin überein, aber wie zielführend war Shutskos Blickwinkel? Es ist bekannt, dass die Anzeigen auf der „For You“-Seite sich an die individuelle Nutzung der Nutzer*innen anpasst, was Shutsko auch selbst anmerkt (2020, S. 113-114). Dementsprechend können Personen, die kritische Inhalte von Kindern und Jugendlichen bevorzugen, den Algorithmus so füttern, dass sie entsprechend viele ähnliche Videos angezeigt bekommen. Shutskos führt diese Perspektive in ihrer Untersuchung nicht näher aus, sondern strebt eine Darstellung der Relationen von verfügbaren Inhalten insgesamt an. Sie weist zwar abschließend auf potenziellen Missbrauch, dessen Relevanz nicht vernachlässigt werden sollte, hin (2020, S. 122), dennoch stellt sich bezüglich ihrer Ausgangspunkte die Frage nach der Thematisierung von Filterblasen: Es ist eine Sache, welche Inhalte insgesamt auf Plattformen auftreten, und eine andere, in welchen Filterblasen sich Nutzer*innen bewegen. Shutskos Arbeit ist vor allem wegweisend für die wissenschaftliche Auseinandersetzung im deutschen Kontext, da die meisten bis dato publizierten Beiträge sich auf andere Räume beziehen, so auch die folgenden beiden Beiträge zur Mediennutzung.

Mit den Konsument*innen (und teils Produzent*innen) und Personen, die TikTok nicht nutzen, haben sich unter anderen Xing Lu, Zhicong Lu und Changqing Liu (2020) sowie Bahiyah Omar und Wang Dequan (2020) beschäftigt. In beiden Fällen handelt es sich um quantitative Studien. 192 Proband*innen, der Großteil davon nicht älter als 25 Jahre, zu ihrem (Nicht-)Gebrauch von Douyin befragt (Lu, Lu & Liu, 2020, S. 58). Aus ihrer Perspektive setzten sie die Annahme voraus, dass persönliche und soziale Verknüpfungen die Entscheidung von (Nicht-)Nutzer*innen beeinflusst (ebd.). Sie beobachteten bei ehemaligen Douyin-Nutzer*innen Bedenken bezüglich des Datenschutzes in der App, und dass dies einen Grund für die Abwendung von der App darstellt (Lu, Lu & Liu, 2020, S. 68). Außerdem gaben Proband*innen an über die Inhalte enttäuscht gewesen zu sein, was dazu beigetragen hat die Plattform zu verlassen, während andere nur temporär Abstand nahmen, um sich zum Beispiel auf Prüfungen zu konzentrieren (Lu, Lu & Liu 2020, S. 67). Auch wenn Douyin die gleichen Strukturen wie TikTok aufweist, unterscheiden sich die Nutzergruppen der Apps in den jeweiligen Ländern. Die Anhaltspunkte aus der quantitativen Untersuchung lassen sich in einem qualitativen Verfahren noch genauer betrachten. Die Herangehensweise nicht nur Nutzer*innen, sondern auch Nicht-Nutzer*innen zu untersuchen eröffnet vielseitige Erkenntnismöglichkeiten.

Omar und Dequan (2020, S. 124-125) befassten sich ausschließlich mit TikTok-Nutzer*innen und unterteilten ihre Untersuchung in die drei TikTok-Nutzungsbereiche „consuming behaviors“, „participating behaviors“ und „producing behaviors“. Ausgehend vom Uses-and-Gratifications-Approach werden „individual differences“ zum Aufhänger von Omar und Dequans Forschung (2020, S. 123-124). Ihre Kategorien adaptierten sie aus Untersuchungen zu Nutzungsmotiven für Instagram (ebd.). Sie konnten bestimmtes Verhalten konkreten Motiven zuordnen, allerdings keine Verbindung zwischen bestimmtem Verhalten und individuellen Persönlichkeiten erkennen (Omar & Dequan, 2020, S. 130). Die 385 TikTok-Nutzer*innen, die meisten zwischen 20 und 34 Jahren alt, wurden online rekrutiert und befragt, und waren zum Großteil, aber nicht ausschließlich, aus China (Omar & Dequan, 2020, S. 126). Ihr Ergebnis zeigt „social media users consume or watch TikTok for escapism, social interaction and archiving purposes“ und „they participate in TikTok in order to express themselves, interact with others, and escape from day to day pressure“, während für die Produktion von eigenen Videos „the desire to fulfil their self-expression and archiving needs“ ausschlaggebend war (Omar & Dequan, 2020, S. 130). Die Methoden der quantitativen Arbeit lassen bei der Vielzahl an Proband*innen keinen Raum für individuelle Details. Auch wenn Omar und Dequan (2020, S. 130-132) ihr Vorgehen aus bestehenden Forschungsergebnissen ableiten, und einen beachtlichen Beitrag zur Mediennutzungsforschung von TikTok geleistet haben, bedarf es einer

umfangreicheren Betrachtung. Zumal die Mehrheit der Proband*innen aus China kam und vermutlich eher Douyin und nicht TikTok verwendet hat.

Die drei dargestellten Studien, stützen sich zwar auf Forschung zu Sozialen Medien, allerdings mangelt es an qualitativen Untersuchungen zu TikTok, die den Besonderheiten der Plattform (vergleiche Kapitel 2.1) gerecht werden. Die Ergebnisse aus den quantitativen Untersuchungen, können für eine qualitative Forschung zur Mediennutzung von TikTok im deutschsprachigen Raum, als Anhaltspunkte genutzt werden und in eine vielschichtige Analyse einfließen. Ich schließe mich der Wahl des UGA als Ausgangspunkt an, allerdings wähle ich eine von Meyen und Pfaff-Rüdiger (2009, S. 17) vorgeschlagene Perspektive, die Bourdieus Habitus-Kapital-Theorie einbezieht und welche ich im folgenden Kapitel ausführe.

3 Das theoretische Fundament – Warum die Kombination aus Uses-and-Gratifications-Approach und Bourdieus Habitus-Kapital-Theorie?

„Die zentrale Annahme des Uses-and-Gratifications-Approachs lautet, dass Menschen Medien funktional nutzen, um bestimmte Bedürfnisse zu befriedigen“ schreibt Wolfgang Schweiger (2007, S. 25). Zudem gibt es die Grundannahmen, dass Rezipienten*innen aktiv sind, ihre Mediennutzung von ihren Motiven abhängt und sie zwischen unterschiedlichen Optionen zur Erfüllung ihrer Bedürfnisse entscheiden (Schweiger, 2007, S. 61-62). Schweiger (2007, S. 53-54 und S. 60) beschreibt die Wurzeln des Uses-and-Gratifications-Approachs⁸ in der Forschung zur Hörfunk- und Fernsehnutzung, welche eindeutig den Massenmedien zugeordnet sind. Im Internet ist eine übliche, traditionelle Unterscheidung in Individual- und Massenmedien nicht eindeutig (Schweiger, 2007, S. 17), dabei dürfte mittlerweile kein Zweifel mehr daran bestehen, dass Soziale Medien legitimer Gegenstand kommunikationswissenschaftlicher Forschung sind. Schließlich sind das Internet und die damit verbundenen unzähligen Onlinemedien fest in den Alltag integriert (Schweiger, 2007, S. 48). Ruggieros (2000, S. 28) Prophezeiung über den Einfluss des Internets auf „media users‘ personal and social habits and roles“ scheint sich zu bewahrheiten und macht Onlineplattformen und deren Nutzer*innen für Untersuchung mit dem UGA reizvoll. Der Mediengebrauch von Einzelnen ist bei dem stetig steigenden Angebot immer selektiver, die aktive Entscheidung von Nutzer*innen stärker gefragt. Auf Grund der beschriebenen Verhalte wurde ausgehend vom UGA weitergedacht und weitere Annahmen aufgestellt. Meyen und Pfaff-Rüdiger (2009, S. 17) schlagen vor, in der Forschung den UGA mit

⁸ Für eine ausführliche, übersichtliche Aufarbeitung der Uses-and-Gratifications-Approach-Geschichte bis 2000 sei auf die Lektüre von Ruggiero (2000) verwiesen. Schweiger (2007) schildert die Entwicklung der kommunikationswissenschaftlichen Mediennutzungsforschung eingängig.

Bourdieu's „Habitus-Kapital-Theorie“ zu kombinieren. Aus dieser Verknüpfung geht die Fundamentalität des Einblicks in die Lebensumstände zur Untersuchung von Bedürfnissen und Motiven für eine Mediennutzung hervor (Meyen & Pfaff-Rüdiger, 2009, S. 18 und S. 21). Bourdieus soziologische Theorien gehören zu den viel diskutierten und reflektierten Gegenständen in der Sozialwissenschaft und finden darüber hinaus in anderen Disziplinen Beachtung (Lenger, Schneickert & Schumacher, 2013, S. 9), weshalb an dieser Stelle lediglich ein kurzer Abriss der grundlegenden Schlüsselpunkte gewährleistet werden kann. Die wichtigen Begriffe hierfür sind „Habitus“, „Kapital“, „sozialer Raum“ und dessen „Felder“ (Jurt, 2012, S. 21). Bourdieus Ansatz ist praxisorientiert gedacht (Lenger, Schneickert & Schumacher, 2013, S. 19) und fußt auf der Grundannahme, dass jeder Mensch in der Gesellschaft nach Kapital, Abgrenzung und Verbesserung strebt (Meyen & Pfaff-Rüdiger, S. 21). Bourdieu fasst die Eigenarten, Verhaltensmuster und Erscheinungen unterschiedlicher Gesellschaftsgruppen unter dem Begriff des Habitus (Lenger, Schneickert & Schumacher, 2013, S. 19). Die Art und Weise des Sozialisierens wird von Generation zu Generation weitergetragen – Teils bewusst, Teils unterbewusst –, formt den Klassenhabitus und beeinflusst wiederum den individuellen Habitus (Lenger, Schneickert & Schumacher, 2013, S. 27-28). Bourdieus Theorie legt die Annahme hierarchischer Strukturen in der Gesellschaft zu Grunde (Lenger, Schneickert & Schumacher, 2013, S. 31). Für die Ausprägung des Habitus spielt das Kapital⁹ eine tragende Rolle, welches Bourdieu in vier Kategorien unterteilt: ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital und symbolisches Kapital (Jurt, 2012, S. 24). Joseph Jurt (ebd.) beschreibt die einzelnen Bereiche wie folgt:

- a.) das ökonomische Kapital, das unmittelbar in Geld konvertierbar ist (Erbschaft, materielle Güter, Produktionsmittel) und das sich besonders gut für die Institutionalisierung in der Form des Eigentumsrechts eignet; b.) das kulturelle Kapital (die intellektuelle Qualifikation, die man durch das familiäre Milieu mitbekommen hat und das durch schulische Titel institutionalisiert wird); c.) das soziale Kapital (das Kapital an sozialen Verpflichtungen und Beziehungen); d.) das symbolische Kapital (das Ansehen, das mit dem Besitz dieser oder jener Kapitalsorte einhergeht, und das bisweilen in Form von Adelstiteln institutionalisiert wird).

Ökonomisches Kapital meint Besitztümer und Geld, also im Grunde genommen den finanziellen Reichtum. Kulturelles Kapital beinhaltet Bildung und soziale Umgangsformen, also alles, was mit Wissen und (Er-)Lernen zu tun hat. Das soziale Kapital bezeichnet, was im Volksmund als Vitamin B bezeichnet wird und meint alle sozialen Kontakte. Das symbolische Kapital meint was als Prestige bezeichnet werden kann und resultiert aus den drei anderen Kapitalkategorien. Die jeweiligen Kapitalarten sind nicht statisch, sondern können umgewandelt werden (Jurt, 2012, S. 25-38). Das Konglomerat, aus unterschiedlichen Habitus- und Kapitalausprägungen,

⁹ Für eine genaue Ausführung zum Begriff des Kapitals sei auf Jurt (2007, S. 23-24) verwiesen.

in einer Gesellschaft bezeichnet Bourdieu als sozialen Raum oder auch Felder (Lenger, Schneickert & Schumacher, 2013, S. 21). Aleksander Lenger, Christian Schneickert und Florian Schumacher (ebd.) beschreiben die Uneinigkeit in der wissenschaftlichen Auseinandersetzung über die Relation der beiden Begriffe und entscheiden sich dafür, sie gleich zu setzen. Jurt (2012, S. 21) interpretiert, dass der „Begriff der *Gesellschaft* [...] durch den des sozialen Raums, der sich ausdifferenziert in unterschiedliche *Felder*“, ersetzt wird.

Nutzungsmotive können sich im Laufe der Zeit ändern, und der UGA „spricht eigentlich *situatives* Verhalten an“ (Schweiger, 2007, S. 66). Allerdings können Mediennutzungsepisoden zu Nutzungsmustern führen (Schweiger, 2007, S. 87) und bei Sozialen Medien ergeben sich potenziell andere Nutzungsmotive als bei linearen Medien. Gegen die berechtigte Kritik zum Modus der Selbstauskunft in den häufig gewählten Methoden bei Studien mit UGA lässt sich nur schwer etwas entgegensetzen, zumal die Entscheidung zur Mediennutzung häufig unterbewusst passiert (Schweiger, 2007, S. 66-67) und wenn man sein Verhalten zu begründen versucht, kann man sich leicht täuschen (Meyen & Pfaff-Rüdiger, 2009, S.18). Mit Bourdieus Perspektive, die beansprucht „alle Formen sozialer Praxis erklären zu können“, eröffnet sich eine Möglichkeit, dennoch Rückschlüsse auf Motive zu ziehen (ebd.). Diese Vorgehensweise ist keineswegs die einzig denkbare, dennoch habe ich mich dazu entschieden, dem Vorschlag Meyens und Pfaff-Rüdigers zu folgen und für die Untersuchung von Motiven auch Eckpunkte vorangegangener Lebensereignisse und aktueller Lebensumstände einzubeziehen. Denn gerade durch die Altersstrukturen von TikTok-Nutzer*innen scheint die Annahme, dass eine (Nicht-)Nutzung möglicherweise mit vielen Faktoren im Leben der Nutzer*innen zusammenhängen, naheliegender. Bourdieus Theorie des Habitus liefert dabei die Rechtfertigung sich mit einzelnen Individuen zu befassen, denn mit der Annahme, dass der individuelle Habitus vom Habitus einer Gruppe beeinflusst wird, wird eine Verbindung von Individuum, als Gruppen-Habitus-Träger, zu und in einer Gesellschaft geliefert (Lenger, Schneickert & Schumacher, 2013, S. 19). Folgt man diesen Grundannahmen so ist Medienkommunikation durch den Habitus geprägt, der sich wiederum durch die sozialen Erfahrungen eines Menschen entwickelt. Der Alltag eines Menschen ist demnach durch dessen Stellung im sozialen Raum definiert und von kulturellen, sozialen und ökonomischen Beziehungen abhängig.

Im folgenden Kapitel werden die Entscheidung zu leitfadengestützten Interviews dargestellt, die Stärken und Schwächen dieser Methode aufgezeigt, und die praktische Umsetzung erläutert.

4 Qualitative Mediennutzungsforschung: Methodenwahl, Leitfadent- wicklung und praktische Umsetzung

4.1 Die Methodenwahl – Was sind die Vor- und Nachteile von leitfadengestützten Interviews?

Um die eingangs genannten Forschungsfragen zu bearbeiten, bieten sich unterschiedliche Methoden. In dieser Arbeit steht das Verständnis für die einzelnen Befragten und deren persönliche Erfahrungen im Vordergrund. Um intime Themen anzusprechen, eignen sich qualitative Befragungen am besten (Meyen, Löblich, Pfaff-Rüdiger & Riesmeyer, 2019, S. 79). Ein Einzelgespräch bietet eher den Rahmen über individuelle, private Themen zu reden als zum Beispiel eine Gruppendiskussion (Meyen et al., 2019, S. 56). Michael Meyen, Maria Löblich, Senta Pfaff-Rüdiger und Claudia Riesmeyer (2019, S. 80) empfehlen für die besten Ergebnisse bei personenbezogenem Erkenntnisinteresse, Einzelinterviews so nah wie möglich an zu Befragenden zu führen. Beiläufig kann die Umgebung beobachtet und die Möglichkeit Nachfragen zu stellen genutzt werden. Dabei sind Online-Methoden unter den passenden Bedingungen genauso aufschlussreich, wie Offline-Methoden (Fischer, 2009, S. 98-103). Martina Fischer vergleicht 2009 in ihrer Masterarbeit unterschiedliche Varianten von qualitativer Offline- und Online-Forschung. Ihr Ergebnis ist, dass unter bestimmten Umständen Online-Interviews durchaus die wissenschaftlichen Kriterien von Repräsentativität, Zuverlässigkeit und Gültigkeit erfüllen können (ebd.). Für den Erfolg von Online-Verfahren setzt Fischer (ebd.) ein angemessenes Alter und technisches Know-how bei den zu Befragenden voraus, betont den gesteigerten Anspruch an den*die Interviewer*in und verweist auf eine sorgfältige Vor- und Nachbereitung. Fischer (2009, S. 98) empfiehlt Online-Verfahren bei geeigneten Untersuchungsthemen. Die Nutzung von TikTok setzt eine angemessene, technische Umgangsfähigkeit der zu Befragenden voraus. Trotz der Vorteile von schriftlichen Befragungen – sie sind zeitsparend, da keine Transkription erforderlich ist; in Gruppendiskussionen kann direkt zu einzelnen Personen und Nachrichten geantwortet werden; Befragte kommen schneller auf den Punkt, da mehr Bedenkzeit für die Wahl der Worte ist; und sie antworten schriftlich offener auf intime Fragen, da Befragte im Schutz der Anonymität durch den Entfall der audiovisuellen Ebene eher ins Detail gehen (Fischer, 2009, S. 98-101) – kann eine Videounterhaltung einem Face-to-Face-Gespräch sehr nahe kommen. Die Option des Videoanrufs eröffnet zwar keine beiläufige Beobachtung der häuslichen Umgebung, sorgt aber für eine audiovisuelle Wahrnehmung von zu Befragenden. Für die Befragung müssen die zu Befragenden das gewohnte Umfeld nicht verlassen. So ist zum einen der Aufwand für Befragte und somit die Barriere zur Teilnahme geringer. Zum anderen eröffnet die videovermittelte Face-to-Face-Situation einen vertraulichen Raum, bei

gleichzeitiger Wahrung von Distanz, da der*die Interviewer*in nicht physisch in den privaten Raum der zu Befragenden eindringt. Auf Grund der aktuellen Corona-Pandemie sind Besuche vor Ort noch schwieriger geworden und auch geographische Hürden können durch online-Verfahren genommen werden. Hinsichtlich des beträchtlichen Arbeitsaufwandes, welchen die Transkription von Tiefeninterviews und deren Auswertung mit sich bringt, wurden im Rahmen der vorliegenden Bachelorarbeit vier qualitative Einzelinterviews via Videoanruf geführt.

Bevor näher auf die Rekrutierung der Befragten und die Umsetzung der Interviews eingegangen wird (Kapitel 4.3) folgt zunächst die Leitfadententwicklung. Bei der Erarbeitung der Fragen galt es, die Vorteile eines audiovisuellen, online Gesprächs bestmöglich zu nutzen. Dafür wurden die Erfahrung aus abgeschlossenen Untersuchungen als Vorlage verwendet, sowie die Forschungsergebnisse der Studien zu TikTok einbezogen und dem Format angepasst.

4.2 Die Leitfadententwicklung – Welche Fragen sollen wie gestellt werden?

In *Qualitative Forschung in der Kommunikationswissenschaft. Eine praxisorientierte Einführung* sind einige Beispielleitfäden von *Internet im Alltag* abgedruckt. Der Aufbau dieser Leitfäden (Meyen et al., 2019, S. 94-99) wurde zunächst als Grundstruktur übernommen. Zu Beginn wurden die Ziele (Nutzungsmuster; Nutzungsmotive; Bedeutung und Einbettung von TikTok im Alltag) und der Fokus (Wieso die Nutzung von TikTok? Wie ist das soziale Umfeld strukturiert? Nutzen Freunde auch TikTok, oder ist das eher außergewöhnlich im Freundeskreis? Wie wird das eigene Alter im Kontext der Plattform eingeschätzt?) für die Befragungen festgehalten. Dann folgten die Interviewthemen, welche mit einem Eisbrecher in Form von der Erklärung zum Projekt, der Aufzeichnung und der Anonymität eingeleitet wurden. Wie in den Beispielen wurde dann die Frage nach der Lebenssituation gestellt: „Zum Einstieg würde ich gern etwas über Dich erfahren. Was arbeitest Du, wie wohnst Du, wie verbringst Du Deine Freizeit? Was ist Dir wichtig?“ Es folgten vier weitere Blöcke, die zum Teil durch Einzelabschnitte gegliedert wurden. Erst nach Ende des Thematischen wurden die Eckdaten (Alter, höchster Bildungsabschluss, Beruf, Familienstand, aktueller Wohnort, vorherige Wohnorte) festgehalten. Die sechs thematischen Abschnitte unterteilten sich in: Lebenssituation; Beobachtung und Art der TikTok-Nutzung; Mediennutzung und Alltagsstrukturen; TikTok-Struktur, -Inhalte und -Altersgruppe; eigene Produktion (optional) und wurden mit einem Ausstieg abgeschlossen. Die Beobachtung bestand darin, die Befragten TikToks zeigen zu lassen, die ihnen gefallen. Diese wurden als Anhaltspunkt verwendet, um Fragen zur generellen Nutzungsweise von TikTok zu stellen. Außerdem ergab sich so ein erster Einblick in die Inhaltspräferenzen der Befragten. Danach stand die Frage nach der Alltagsgestaltung und dem Mediengebrauch. Zur

Auflockerung der Gesprächssituation wurde in diesem Abschnitt ein Ranking durchgeführt. Den Befragten wurde eine Liste mit unterschiedlichen Sozialen Medien gezeigt (mit der „Bildschirm teilen“-Funktion, oder durch Abfilmen des Dokuments am Computer), die von eins bis fünf von den Befragten bewertet werden sollten. Eins stand hierbei für unwichtig, darauf könnte verzichtet werden und fünf stand für sehr wichtig, darauf kann und/oder möchte nicht verzichtet werden. In diesen Themenblock waren außerdem weitere Fragen zur TikTok-Nutzung integriert. Der darauffolgende Abschnitt konzentrierte sich ausschließlich auf TikTok, dessen Struktur und Inhalte. Der letzte Themenkomplex war optional und beinhaltete Fragen an Befragte, welche selbst Videos produzieren und veröffentlichen. Der Leitfaden bestand aus offenen Fragen (das Ranking ausgenommen) in Form von Formulierungsvorschlägen, die individuell angepasst werden konnten und nicht als strikte Anweisung, sondern eher als Wegorientierung zu verstehen waren (Freund, 2013, S. 133).

Mit einem Entwurf wurde das erste Interview geführt. Bevor alle weiteren Interviews stattfanden, wurde der erste Mitschnitt auf Verbesserungsmöglichkeiten untersucht und der Leitfaden sowie die eigene Interviewtechnik entsprechend angepasst. Hierbei habe ich mich dazu entschieden den anfangs stehenden Block zur Lebenssituation aufzuteilen und den Fragenkomplex nach der finanziellen Situation und der Zufriedenheit mit dem eigenen Leben, auf Grund seiner Intimität, ans Ende zu stellen. Am Ende einer etwa 45-minütigen Konversation, hat sich eher eine Vertrauensbasis aufbauen können, die das Fragen und Antworten zu solch privaten Themen erleichtern. Als besonders gelungen erwiesen sich die zwei, die Gesprächssituation aufbrechenden, Elemente der Beobachtung und des Rankings. Das Ranking war fast genau in der Mitte der Gesprächszeit (im Schnitt 60 Minuten). Außerdem fiel auf, dass teilweise schwer zu erkennen war, ob die Befragte noch nicht antwortete, weil sie nachdachte, oder ob es eine Zeitverzögerung auf Grund der instabilen Internetverbindung gab. Daher kam es vor, dass ich recht schnell weitergesprochen habe. Für die nächsten Interviews hielt ich meine Sprechpausen daher länger. Des Weiteren kam im ersten Gespräch häufig die veränderte Situation durch Corona zur Sprache. Ich habe mich dagegen entschieden, dies explizit im Leitfaden zu thematisieren und stattdessen im weiteren Verlauf beobachtet, ob die Befragten selbst bei den einzelnen Themenpunkten darauf zu sprechen kommen oder nicht. Lediglich für die Frage nach der finanziellen Lage war die Situation als Aufhänger gut geeignet. Das erste Interview wird als eines von vier ausgewertet und ergänzte Fragen nachträglich gestellt (siehe Anmerkungen im Transkript von Befragter I). Für die Interviewführung galt, sollten Befragte Fragen vorwegnehmen, kann spontan darauf reagiert und die Reihenfolge gegebenenfalls flexibel angepasst werden. Wie die praktische Umsetzung verlief, wird im nachstehenden Kapitel veranschaulicht. Der

Rekrutierungsvorgang, die Interviewführung und das Vorgehen für die Materialauswertung werden ebenfalls beschrieben.

4.3 Die praktische Umsetzung – Wie gestaltet sich der Weg von der Rekrutierung bis zur Auswertung des Materials?

Um die Verbindlichkeit und die Distanz zu den Befragten möglichst hoch zu halten, fand die Rekrutierung über Dritte statt (Meyen et al., 2019, S. 69 und S. 81). „Das Ideal der Fremdheit“ ist zwar „nicht ganz zu erreichen“ (Meyen et al., 2019, S. 69), dennoch gilt dieses Verfahren als valide Strategie (Meyen et al., 2019, S. 68). Ich habe meinen Freundes- und Bekanntenkreis nach Kontakten, welche die gesuchten Merkmale (Alter, TikTok-Nutzung, Zeit für das Interview) erfüllen, gefragt.¹⁰ Den Fokus der Untersuchung durch die Option eines Geschlechtervergleichs bei unterschiedlichen Befragten zu eröffnen, wäre zwar eine Möglichkeit auf Grund des ohnehin schon komplexen Erkenntnisinteresses, wurde sich in diesem Fall dagegen entschieden. TikTok verzeichnet eine Mehrheit an Nutzerinnen (Frisching, 2020, S. 1), sodass die Auswahl auf weibliche Millennials festgelegt wurde. Das Ziel ist möglichst Frauen in unterschiedlichen Lebensumständen zu befragen. Die Altersspanne der zu Befragenden ist von Studien zur Nutzer*innen-Altersstruktur von TikTok (ARD-ZDF-Onlinestudie, 2020; AudienceProject, 2020; Statista Global Consumer Survey, 2020) und den unterschiedlichen Generationsabgrenzungen (Dimock, 2019; Oxford University Press, 2020; Seemiller & Grace, 2019) für Millennials abgeleitet und auf 25- bis 39-Jährige festgelegt. Die Interviews wurden wie geplant mit Hilfe von Skype und WhatsApp-Videocall durchgeführt und fanden im Dezember 2020 und Januar 2021 statt. Nach Absprache mit den zu Befragenden wurden die Gespräche mitgeschnitten, um anschließend transkribiert zu werden. Ich, als Interviewerin, habe darauf geachtet den Hintergrund neutral, und unscharf einzustellen, und außerdem immer die gleiche möglichst neutrale Erscheinung (Kleidung und andere äußerliche Merkmale wie beispielsweise Brille und Haare) zu wahren.

Für die Auswertung der Interviews, wurde ein Kategoriensystem entworfen, das auf der Forschung von Senta Pfaff-Rüdiger, Kathrin Dudenhöffer, Julia Huss und Michael Meyen (2009) und dem theoretischen Fundament der Kombination aus Uses-and.-Gratifications-Approach und Habitus-Kapital-Theorie basiert. Bourdieu unterscheidet in modus operandi (wie und warum handelt man) und opus operatum (Disposition, Sozialisation und aktuelle Lebenssituation)

¹⁰ Etwa zwei duzend Leute wurden insgesamt kontaktiert. Wovon mehr als die Hälfte gar keine oder nur jüngere TikTok-Nutzer*innen kannten. Als vier potenzielle Gesprächspartnerinnen sich bereit erklärt hatten, wurden die Interviews geführt, da sich das vierte Interview auf Grund von Zeitproblemen seitens der TikTok-Nutzerin verzögerte, wurden weitere Kontakte angeschrieben. Bis sich der Interviewtermin mit der geplanten Nutzerin ergab, fanden sich drei weitere potenzielle Nutzerinnen, die dann aber nicht befragt wurden.

(Meyen & Pfaff-Rüdiger, 2009, S. 19). Der modus operandi wurde in Kategorie eins, den Nutzungsmustern, und zwei, den Nutzungsmotiven, ausgewertet. Die Nutzungsmuster wurden in Form von Thesen, welche sich aus dem Interviewmaterial ergeben, formuliert. Die Inhalte der Interviews wurden dafür auf Gemeinsamkeiten untersucht. Für die Analyse der Nutzungsmotive wurde Pfaff-Rüdigers et al. (2009, S. 53-64) Kategoriensystem verwendet, welches zwischen Identitäts-, Kapital-, Alltags- und Emotionsmanagement unterscheidet. Die Interviews wurden auf Inhalte untersucht, die den Kategorien nach der Definition von Pfaff-Rüdiger et al. (ebd.) zuzuordnen waren. Die dritte Kategorie stellt die Analyse des opus operatum dar und umfasst alle Angaben, welche die Befragten in Bezug auf ihre Lebenswelt gemacht haben. Die Inhalte der jeweiligen Interviews wurden durch mehrfaches Lesen dem tabellarisch angelegten Kategoriensystem überführt und anschließend miteinander verglichen. Daraus resultierten die im folgenden Kapitel dargestellten Beobachtungen und Vermutungen.

Am Ende aller ausgewerteten Interviews steht die Übersicht über die Motive der Befragten (Millennials), für die Nutzung von TikTok und die Lebenswelt der Befragten. Auf Grund der kleinen Teilnehmerinnenzahl ist eine differenzierte Typologisierung der Befragten, wie sie Pfaff-Rüdiger et al. (2009) anführen, in dieser Arbeit nicht möglich. Für die Präsentation der Ergebnisse folgt zunächst die Vorstellung der Befragten in Form von Kurzportraits. Danach werden die einzelnen Kategorien präsentiert und abschließend in Beziehung zueinander gesetzt.

5 Ergebnispräsentation: TikTok-Nutzerinnen im Alltag

5.1 Kurzportraits – Wer sind die Befragten?

In diesem Kapitel werden die Befragten I-IV vorgestellt. In diesem sowie den weiteren Unterpunkten aus Kapitel 5 werden Zitate aus den Interviews verwendet. Aus Gründen der Lesbarkeit wird dabei auf einzelne, sonst übliche Belege in Klammern verzichtet und hiermit auf die vollständigen Transkripte der Befragungen im Anhang verwiesen.

Befragte I ist zum Zeitpunkt des Interviews 32 Jahre alt und wohnt mit zwei weiteren Personen in einer Wohngemeinschaft in Heidelberg. Als Prozessorganisatorin in einem Softwareunternehmen beeinträchtigte die Corona-Pandemie ihren Arbeitsalltag kaum. Sie lege nach wie vor in ein paar Minuten ihren Arbeitsweg zu Fuß zurück und habe regelmäßige Arbeitszeiten. Allerdings habe sie mit den Freizeiteinschränkungen durch Corona zu kämpfen: „Ich habe meine Schwierigkeiten“. Sie beschreibt sich selbst als sportlich und neugierig und sei im Normalfall viel unterwegs. Für ihre Freizeitgestaltung zu Hause falle es ihr schwer neue Beschäftigungen zu finden. Ihr Handy begleitet sie durch ihren Alltag. Wenn es um TikTok geht, hat sie hierfür

allerdings eine bestimmte Tageszeit. Befragte I ist in Brandenburg aufgewachsen, hat zehn Jahre lang in Berlin gewohnt und wünscht sich für die Zukunft wieder in Berlin zu leben. Sie antwortet häufig kurz und bedacht. Sie macht gelegentlich Witze und lacht, wirkt gleichzeitig aber eher ruhig.

Befragte II ist zum Zeitpunkt des Interviews 29 Jahre alt und lebt in Berlin zum Teil mit ihrer besten Freundin und zum Teil mit ihrer Familie zusammen. Sie war verheiratet und ist momentan in keiner festen Partnerschaft. Nach ihrem Abitur habe sie unterschiedliche Studien und Berufswege verfolgt. Vor der Corona-Pandemie habe die selbstständige Fotografin und Grafikdesignerin nebenbei als Servicekraft gearbeitet. Durch die Beschränkungen habe sie diese Tätigkeiten nicht weiter ausführen können und begonnen ihren Bruder mit seinen Friseursalons als Managerin zu unterstützen. Neben administrativen Angelegenheiten habe sie auch die Social-Media-Plattformen übernommen und zudem bei alltäglich anfallenden Aufgaben im Salon mit angepackt. Während die selbstständige Berlinerin den ersten Lockdown nur schwer aushalten können, sei sie zu Beginn des zweiten Lockdowns entspannter. In unserer Unterhaltung vor Weihnachten erklärte sie, dass sie im Frühjahr einen Hartz-IV-Antrag stellen werden müsse, da ihre Ersparnisse nicht länger ausreichen. Trotzdem war sie nicht niedergeschlagen, sondern blickte den möglichen Fortbildungsfinanzierungsmöglichkeiten positiv entgegen. In der momentanen, unfreiwilligen Arbeitspause sehe sie Zeit zu reflektieren und sich über Wünsche für die Zukunft klar zu werden. Befragte II tritt wie eine Frohnatur auf, erzählt aber auch von psychischen Problemen. Sie habe „halt Komplexe“ und sei beim ersten Lockdown „sehr depressiv“ gewesen. Dennoch sei sie ein optimistischer Mensch und „schon ziemlich happy gerade“. Für ihre Gesundheit (Korpulenz des Körpers reduzieren) versuche sie ihre Ernährung zu verbessern und überschüssige Pfunde abzubauen. Befragte II ist kreativ, kommunikativ und aktiv. Wenn sie nicht durch Corona-Beschränkungen davon abgehalten wird, arbeitet sie gerne viel und hat wenig Freizeit.

Befragte III ist zum Zeitpunkt des Interviews 39 Jahre alt, verheiratet und hat zwei Kinder im Kita- und Grundschulalter. Momentan lebt sie mit ihrer Familie in Berlin und hat bis vor drei Jahren noch in den USA, dem Heimatland ihres Mannes, gelebt. Nach ihrem Diplom zur Journalistin hat sie für Boulevardmagazine geschrieben und ist mittlerweile in der Abteilung für Public Relations und Social Media eines musikbezogenen Unternehmens tätig. Aufgewachsen ist die zweifache Mutter in Thüringen. Sie lebt ein bewegtes Leben: „Wir ziehen so alle zwei bis drei Jahre um“, in Berlin sei die Familie jetzt drei Jahre, deswegen „scharren wir ein bisschen mit den Hufen, wie’s jetzt weiter geht.“ Aus beruflicher Sicht wolle Befragte III in Zukunft gerne ihrer jüngst entdeckten Social-Media-Leidenschaft nachgehen. Die Situation im

Homeoffice bringe für Befragte III mehr Vor- als Nachteile, sodass sie momentan auch in der Pandemie mit ihrer Lage gut zurechtkomme. Mit einer aufgeweckten, positiven Ausstrahlung scheint Befragte III sehr ausgeglichen. Ihre Gewohnheit, alle zwei bis drei Jahre die Stadt zu wechseln, zeugt von Flexibilität und Neugierde. Die politikinteressierte gelernte Journalistin vermittelt mit ihren schnellen, präzisen Antworten ein selbstbewusstes Bild von sich.

Befragte IV ist zum Zeitpunkt des Interviews 39 Jahre alt und Mutter von drei Kindern. Ihre Zwillinge (Junge und Mädchen) sind sechs und ihre ältere Tochter ist zehn Jahre alt. Sie habe berufliche Erfahrung in unterschiedlichen Branchen gesammelt und sei zuletzt selbstständig als Personaltrainerin im Power Plate Fitnessstraining gewesen. Ehrenamtlich arbeite sie als Geräteturntrainerin in einem Verein, allerdings bedeuten die Einschränkungen der Corona-Pandemie „[k]eine Studios mehr, kein Sport, nichts.“ Eine zusätzliche Herausforderung stelle der Scheidungsprozess dar, in dem sich die Befragte gerade befindet. Sie habe einen neuen Freund, der allem Anschein nach, eine große Unterstützung für sie ist. Als gelernte Schauspielerin wünsche sie sich, ihren Beruf in Zukunft wieder ausführen zu können, sobald die Kinder alt genug seien. Bis dahin gelte es den pandemiebedingten Lockdown zu überstehen. Die dreifache Mutter ist in Mühlacker aufgewachsen, für ihr Studium nach Stuttgart gezogen – wo sie zehn Jahre gelebt hat – und mit dem ersten Kind in die Nähe ihrer Eltern, nach Niefern-Öschelbronn (Baden-Württemberg), gezogen. Während des Interviews lächelt und lacht Befragte IV sehr viel. Sie wirkt sehr positiv und ausgeglichen. Sie scheint ein sehr fürsorglicher Mensch zu sein. Sie wirkt neugierig, energiegeladen, ist sportlich und sagt von sich selbst: „Ich bin kein konservativer Typ, ich bin ein bisschen gaga.“

5.2 Nutzungsmuster – Wie und unter welchen Umständen nutzen Millennials TikTok?

Auch wenn die Nutzungsweisen sich an vielen Stellen unterscheiden, gab es auffällige Gemeinsamkeiten zwischen einzelnen Befragten. Bis auf Befragte I produzieren alle Befragten selbst TikTok-Videos. Alle Befragte liken Videos, lediglich Befragte II schreibt häufig Kommentare, denn „, wenn man mehr kommentiert, erregt man auch mehr Aufmerksamkeit“. Befragte II und III verwenden TikTok nicht nur privat, sondern auch in ihren Berufen. Aus den sich inhaltlich übereinstimmenden Angaben der Befragten in Bezug auf deren Nutzungsverhalten wurden vier Thesen aufgestellt.

These 1: Die TikTok-Nutzerinnen (Millennials) widersetzen sich Altersvorurteilen.

In den Interviews haben die Aussagen der Befragten nicht nur bestätigt, dass es Altersvorurteile gibt, sondern auch deutlich gemacht, dass sie sich davon nicht beirren lassen. Befragte I

erzählt von belächelnden Reaktionen, wenn sie mitgeteilt hat, dass sie TikTok verwendet und, „dass ein Arbeitskollege [...] Schwierigkeiten hat gegenüber anderen offen, laut zu sagen, dass er TikTok hat.“ Befragte II berichtete: „Meine Eltern finden, ich bin zu alt dafür.“ Befragte IV ist durch ihre Kinder auf TikTok aufmerksam gemacht worden, denn „in meinem Alter, wer erzählt mir da schon was von TikTok?“ Trotzdem berichten die Befragten, dass sie in ihrem „For You“-Feed Gleichaltrige, zum Teil auch ältere Erwachsene sehen. Befragte III und IV haben zwar keine nennenswerten Erfahrungen mit schlechten Reaktionen auf ihren TikTok-Gebrauch gemacht, implizieren mit ihren Aussagen aber, dass andere sie für zu alt für so etwas halten könnten. Sie haben also ein Altersstigma in ihren Köpfen, dem sie sich allerdings widersetzen. Bis auf Befragte II nehmen die interviewten TikTok-Nutzerinnen eine Vorreiterposition in ihrem sozialen Kreis ein. An diesem Punkt kommt eine neue These ins Spiel.

These 2: Die TikTok-Nutzerinnen (Millennials) sind überzeugt von der App und versuchen andere zu begeistern.

Keine der Befragten hat je darüber nachgedacht die App wieder zu deinstallieren. Im Gegenteil: Wo der Freundeskreis noch nicht an Bord ist, wird zu überzeugen versucht. Befragte I habe bisher nur die Schwester überzeugen können, Befragte III erzählt ihren Freund*innen „wie cool das ist, und was man alles damit machen kann“ und hat alle Nutzer*innen in ihrem Kreis selbst „angefixt“. Die Befragten verschicken oder posten TikTok-Videos über andere Soziale Medien, sodass sie nicht nur TikTok-Nutzer*innen sehen. Damit Beiträge innerhalb der App mehr Beachtung bekommen, verwenden die selbst Videos produzierenden Befragten Hashtags, die bei anderen Nutzer*innen gut zu funktionieren scheinen. Es ist nicht abwegig, dass diese Begeisterung und der Wunsch zu überzeugen dazu beiträgt, dass TikTok Einfluss auf mehrere Lebensbereiche hat und zu These 3 beiträgt.

These 3: TikTok-Nutzerinnen erreichen Personen über die Grenzen der App hinaus.

Um TikTok-Videos sehen zu können ist weder ein Account noch die App von Nöten. Die Clips lassen sich teilweise direkt als Video, teilweise als Link verschicken. Befragte IV, in deren Freundeskreis kaum jemand TikTok verwendet, lädt ihre Videos auf Instagram oder in den WhatsApp-Status hoch. Befragte I und II tauschen in ihrem sozialen Umfeld TikToks als Nachrichten über WhatsApp aus. Außerdem zeigen die Befragten in Face-to-Face-Situationen nicht-TikTok-Nutzer*innen Videos in der App. Befragte II habe sich mit Freundinnen „zusammen hingesetzt und durchgeswipet“ und Befragte III zeige ihrem Mann, der selbst keine Sozialen Medien verwende, ab und zu TikToks. Während Befragte I von niemandem auf die App aufmerksam gemacht wurde, sondern sie selbst entdeckte, sind die weiteren Befragten immer von

TikTok-Nutzer*innen darauf aufmerksam gemacht worden. Der erste Zugang von den Befragten zu TikTok stellte dennoch eine Parallele dar und bildete These 4.

These 4: Nutzerinnen (Millennials) beginnen TikTok-Nutzung als Zeitvertreib.

Der Beginn der Corona-Pandemie und die damit verbundenen Einschränkungen in Deutschland im Frühjahr 2020 haben bei Befragter I, III und IV zur TikTok-Nutzung beigetragen. „Mir war wirklich langweilig“, erklärt Befragte I und auch Befragte III bestätigt „es war auf jeden Fall durch die Quarantäne.“ Bei Befragte IV wurde TikTok zum Familienhobby: „Wir hatten tatsächlich Tage, gerade während der Corona-Zeit, wo wir nicht wussten, was wir machen sollten“. Die zweifache Mutter erklärte: „Wir hatten halt Spaß“, und „waren zwei Stunden beschäftigt“. Dabei kann sich das Nutzungsmuster des Zeitvertreibs weiterentwickeln, so schildert Befragte II ihre Hoffnung „aus der Langeweile irgendwann mal vielleicht [...] berühmt“ zu werden. Sie war die einzige Befragte, die die Vorgängerplattform musical.ly hatte, welche sie aber vor der Übernahme durch TikTok deinstallierte. Durch die TikTok-Videos ihrer jüngeren Nichte im Schulalter trat die Plattform in ihr Leben und sie begann nach einiger Zeit des Rezipierens, sowie einst bei musical.ly, wieder selbst Kurzvideos zu produzieren.

Die identifizierten Nutzungsmuster einen die Befragten. Trotz des kursierenden Altersstigmas lassen es sich die Millennials nicht nehmen, die App zu nutzen, das Potential auszuschöpfen und andere vom Gebrauch zu überzeugen. Ob durch den Anstoß von jüngeren Familienmitgliedern oder Eigeninitiative, die Nutzung von TikTok startete bei den Befragten als Zeitvertreib. Wie sich individuelle Präferenzen weiterentwickelten, wird in Kombination mit den jeweiligen Motiven der Befragten im folgenden Kapitel ersichtlich.

5.3 Motive – Warum nutzen Millennials TikTok?

Zur Erläuterung der Motive wurde eine Tabelle zur Veranschaulichung nach dem Vorbild von Pfaff-Rüdiger et al. (2009, S. 53) erstellt. Es handelt sich dabei um die Sammlung aller Interviews, wobei nicht jeder Punkt bei jeder Befragten identifiziert wurde. Die einzelnen Kategorien werden nun Punkt für Punkt erläutert. Befragte I, III und IV erklärten, dass sie, nach dem sie auf die App aufmerksam wurden, nicht wussten, was sie erwarten würde. Befragte IV erklärte: „Ich habe mir das unvoreingenommen angeschaut und fands dann eigentlich ganz amüsant“, Befragte III schilderte: „[I]ch habe dann einfach mal geguckt und bin dann hängen geblieben“ und Befragte I wollte „mal gucken, was ist das jetzt hier“. Der Erstkontakt und die anfängliche Nutzung ergab sich aus dem selbstständigen Aufmerksam oder von jemandem Aufmerksam gemacht werden, in Kombination mit verfügbarer Zeit beziehungsweise Langeweile. Zur anfänglichen Neugier entwickeln sich im Verlauf der Nutzung neue Motive dazu.

<i>Identitätsmanagement</i>	<i>Kapitalmanagement</i>	<i>Alltagsmanagement</i>	<i>Emotionsmanagement</i>
Anerkennung (von anderen) Gemeinsamkeit Trendsetter/am Puls der Zeit Spielwiese/Ausprobieren Inspiration/Fantasie anregen Selbstbewusstsein	<i>Soziales Kapital</i> Familienbeziehung Beziehungen pflegen (zu Bekannten und Freunden) Support (Anerkennung für andere) Beobachten Berühmtheit erlangen <i>Kulturelles Kapital</i> Information Trends entdecken <i>Ökonomisches Kapital</i> Abspeichern Berufliche Nutzung Geld verdienen <i>Symbolisches Kapital</i> Berühmtheit „Up to date“-sein Erfolg	Me-Time (abends) Freizeitbeschäftigung Tagesbegleiter Wachen halten Einschlafhilfe	Spaß Entspannung Ablenkung/Langeweile Sensationslust Neugier Motivation

Identitätsmanagement

In Anlehnung an Pfaff-Rüdiger et al. (2009, S. 53) fällt in diese Kategorie, was der „Arbeit am Selbst“ zugeschrieben werden kann. Da Identitätsarbeit permanent stattfindet, kann man alle Punkte der anderen Kategorien indirekt als Identitätsarbeit verstehen. Aus den Interviews ging hervor, dass TikTok eine Rolle zur Gewinnung von Anerkennung spielt und häufig mit einer Trendsetter-Position einhergeht. Befragte I erklärt: „Ich bin [...] interessiert, wenn es was Neues gibt.“ Befragte III nutzt Hashtags, die sie bei anderen sieht, damit „dann meine Videos noch mehr angezeigt werden“, so auch Befragte III und IV. Die Nutzung trägt bei den Millennials zum Selbstbewusstsein bei und kann das Zugehörigkeitsgefühl in verschiedenen Beziehungen stärken. Befragte IV spricht von „Gemeinsamkeit mit meinen Kindern“ und erzählt von einem Video-Hit mit über 5.000 Likes, „das hat sich schon gut angefühlt.“ Unabhängig von sozialen Verbindungen ist die Entfaltung für die Befragten selbst, die TikTok als Inspirationsquelle, oder Spielwiese nutzen. Befragte III erwähnt: „[F]ür mich privat teste ich noch so ein bisschen aus“. In Bezug auf Selbstbewusstsein und Motivation sagt Befragte II: „[I]ch habe durch TikTok auch viel überwunden.“ Die produzierenden Befragten haben durch die Plattform ein Medium zur Selbstdarstellung, wobei nicht nur die Nutzer*innen von TikTok die Inhalte rezipieren. Die selbst erstellten Inhalte werden auch mit Familie, Freund*innen und Bekannten geteilt.

Kapitalmanagement

Als Soziales Kapital trägt TikTok bei den Nutzerinnen vor allem zur Pflege sozialer Kontakte bei. Sowohl die Verbindungen zu Bekanntschaften als auch zu Familie und Freund*innen kann

durch Gebrauchsgewohnheiten gesteigert werden. Die Anerkennung, welche Befragte für sich suchen, geben sie auch anderen durch ihren Support in Form von Likes, Kommentaren oder mit der „follow“-Funktion. Befragte III erwähnte: „Wenn ich Leute finde, die ich kenne, denen folge ich sofort.“ Zudem können andere Nutzer*innen beobachtet werden, was nicht nur dem voyeuristischen Verlangen Abhilfe verschafft, sondern so auch offline zu Gesprächsthemen und sozialen Kontakten beitragen kann. Im Zuge dessen versteht sich auch das Kulturelle Kapital, denn TikTok ist längst Teil der Popkultur und Trendfabrik. Die informativen Inhalte zeigen sich in den Videos, welche die Befragten gezeigt haben und den Aussagen, welche sie zu ihren favorisierten TikToker*innen tätigten. Befragte II erklärte: „[I]ch gucke voll gerne nach Interessantem, Wissenswertem, oder Psychologie heute oder sowas“ und Befragte III sagte: „Politisches guck ich mir ganz gerne an, [...] auch Rezepte und Vegan-Sein“. Es konnten dadurch unterschiedliche Bereiche identifiziert werden (Politik, Kochen und unterschiedliche Wissensbereiche wie Psychologie oder Sprachen), welche einen breiten Fundus an Kulturellem Kapital darstellen. In Bezug auf Ökonomisches Kapital gibt es zwei Möglichkeiten, welche die Befragten nutzen können. Zum einen ist das die Nutzung der Plattform für die Arbeit (indirekter Verdienst mit TikTok): Reichweite, Werbung und so weiter, zum anderen ist das mit der Plattform Geld zu verdienen (direkter Verdienst mit TikTok). Befragte III berichtete: „[D]adurch, dass ich mich mehr für TikTok interessiert habe, ist der Fokus auf der Arbeit jetzt auch mehr auf Social Media gelandet.“ Die TikTok-Nutzung hatte somit eine direkte Wirkung auf den Berufsalltag von Befragte III. Auch bei Befragte II geht die Nutzung der App über ein privates Interesse hinaus und sie sieht die Vorteile der Plattform „in Bezug auf Marketing, Reichweite generieren, Fame bekommen“. In beiden Fällen nutzen die Befragte die Like-Funktion, um sich Inhalte für später zu speichern, die sie dann für ihre eigene Produktion verwenden können. Befragte II schilderte: „Eine Sache, die mich zu TikTok inspiriert hat ist, dass ich geguckt habe, was für Kanäle andere Friseure nutzen, um ihr Marketing zu machen.“ Es resultiert Symbolisches Kapital in Form von Berühmtheit (bei erfolgreichen Videos), „Up to date“-Sein (mitreden zu können) und Erfolg (beruflich – ökonomische Vorteile; privat – Beziehungspflege).

Alltagsmanagement

Für den Alltag stellt TikTok bei den Befragten „Me-Time“ dar. Befragte I und IV haben abends ihre „Social-Media-Time“ (Befragte I), bei Befragte IV „sobald die Kinder im Bett liegen und ich habe dann Ruhe.“ Abgesehen davon ist die Nutzung, wenn sie auch beruflich eine Rolle spielt, eine Begleitung durch den Tag, oder eine Beschäftigung für überschüssige Zeit. Befragte III erklärt, dass sie „von morgens schon, und dann immerzu zwischendurch“ TikTok öffnet. Zu guter Letzt, sind zwei gegensätzliche Nutzungsmotive zu nennen. Während Befragte I die

Kurzvideos als Einschlafhilfe nutzt, dient Befragte II der TikTok-Gebrauch dazu Müdigkeit entgegenzuwirken.

Emotionsmanagement

Bei den Befragten, egal ob sie selbst Videos produzieren oder nicht, steht der Spaß an erster Stelle. Um sich zu unterhalten sind es allerdings nicht nur die spaßigen Videos, sondern auch die spannenden, emotionalen und überraschenden Inhalte, wodurch die Sensationslust und die Neugier gestillt wird. Befragte I spricht von „Videos mit Überraschungsmoment“, die so gestaltet sind, „dass es einen packt zuzusehen.“ Befragte II schildert: „Es gibt aber auch viele traurige Sache, die ich like“, während Befragte IV am liebsten nur spaßige Inhalte auf der Plattform sehen wollen würde. Ob informativ, lustig oder beides gleichzeitig die Nutzung dient den Befragten als Entspannung, zur Motivation oder zur Ablenkung.

5.4 Opus operatum – In welchen Lebensumständen befinden sich die TikTok nutzenden Millennials?

Einstündige Gespräche liefern nur einen sehr begrenzten Einblick in die Lebenswelt der befragten Millennials, sodass in dieser Untersuchung lediglich Vermutungen für die Zusammenhänge aufgestellt werden können. An dieser Stelle werden die Beobachtungen dargestellt, im anschließenden Kapitel werden dann die daraus folgenden Annahmen geschildert.

Befragte I nutzt wenige Soziale Medien und schaut sich TikToks zwar gerne an, produziert selbst allerdings keine. Aus dem Ranking wurde deutlich, dass Befragte III eine Vielzahl Sozialer Medien nutzt und ihnen einen wichtigen Stellenwert zuspricht. Sie produziert selbst Videos und hat ihre neu entdeckte Passion zudem in ihre Arbeit eingebaut. Die berufliche Situation gestaltet sich sehr verschieden bei den Befragten. Während Befragte I ihren regulären Bürojob ausübt (bei dem TikTok keine Rolle spielt) kann Befragte II ihre eigentlichen selbstständigen Tätigkeiten (bei denen TikTok Verwendung findet) derzeit nicht ausführen. Befragte III arbeitet im Homeoffice und die Kurzvideo-Plattform ist ein fester Bestandteil ihrer Medienarbeit. Befragte IV kann ihren einstigen Job, in dem TikTok bisher keine Verwendung fand, momentan nicht praktizieren. Befragte III und IV sind Mütter und verheiratet, wobei sich Befragte IV im Scheidungsjahr befindet. Befragte I und II leben in Wohngemeinschaften. Befragte II und III wohnen in der Großstadt Berlin, Befragte II in der Kleinstadt Heidelberg und Befragte IV in einem Vorort. Lediglich bei Befragte II ist die Nutzung von TikTok nichts Außergewöhnliches im Freundeskreis. Die gelernte Photographin erhält meist positive Resonanz auf ihren TikTok-Gebrauch, im Gegensatz zu Befragte I. Befragte III und IV berichteten nicht von herausragend negativen Reaktionen, „[m]anche sagen gar nichts dazu“, erklärt Befragte IV. Die besonderen

Umstände durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie in Deutschland haben alle Befragten angesprochen. Bei Befragter I wurden ihre gewohnten Freizeitbeschäftigungen unterbunden und die Änderung ihres alltäglichen Lebens habe unter anderem zu einer vermehrten Nutzung von TikTok beigetragen. Bei den anderen Befragten hat sich dadurch die Arbeitssituation und somit auch die Alltagsgestaltung verändert. Die Persönlichkeiten der Befragten anhand des Kontakts im Zuge der Befragung einzuschätzen ist nur sehr begrenzt möglich, und wurde im Rahmen der Möglichkeiten bei den Kurzportraits der Befragten eingebunden. Im folgenden Kapitel werden nun alle erhobenen Kategorien in Beziehung zueinander gesetzt und interpretiert.

5.5 Zusammenfassung – Wie lauten die Antworten auf die Forschungsfragen?

Die individuellen Lebensumstände, welche zur Nutzung von TikTok geführt haben, unterscheiden sich bei den Befragten. Einige Nutzungsmuster und Motive überschneiden sich. Womit hängen die Motive zusammen, welche unterscheiden sich? Bis auf die Motive Anerkennung (Identitätsmanagement), die des Sozialen und Kulturellen Kapitals, Me-Time und Freizeitbeschäftigung (Alltagsmanagement) sowie Spaß und Ablenkung/Langeweile (Emotionsmanagement), sind keine Motive durchgehend bei allen Befragten identifiziert worden.

F1: Welche Motive haben Millennials TikTok zu nutzen?

Während bei allen Befragten am Anfang die Neugier stand, unabhängig davon, wie sie auf die Plattform aufmerksam wurden, haben sich die Motive im Verlauf der Nutzung weiterentwickelt. Befragte I entdeckte für sich nicht nur den Spaß an Comedy, Aufregung und Spannung, sondern auch, dass ihr der Konsum beim Einschlafen hilft. Im Gegensatz zu Befragter II, die Videos schauen wachmacht, dabei schätzt sie ebenfalls unterschiedlich emotionale Inhalte. Diese nutzt sie als Motivation, Inspiration, aber auch als Medium für ihre berufliche Tätigkeit. Zusätzlich versucht sie gerade selbst durch TikTok berühmt zu werden. Auch Befragte III nutzt die Plattform für ihre Arbeit, privat bietet ihr TikTok eine Spielwiese zum Ausprobieren. Auch Befragte IV testet Möglichkeiten, wobei ihr der Spaß am wichtigsten ist. In ihrem Fall begann TikTok als Zeitvertreib zusammen mit ihren Kindern. Befragte I, III und IV sind Vorreiter, in ihrem Umfeld und könnten gar als Trendsetter bezeichnet werden. Die Inhalte, wovon jede Befragte in ihrem Feed individualisierte Videos vorgeschlagen bekommt, liefern Information unterschiedlicher Art und erfüllen ein Verlangen nach Wissen und Sensation. Auffällig ist, dass die Nutzung für alle Befragte auch Me-Time bedeutet. Zeit für sich, Zeit allein, Zeit zum Entspannen und gleichzeitig steht, vor allem bei den produzierenden Befragten, das Motiv der

Anerkennung. Zum einen anerkannt zu werden und zum anderen selbst anzuerkennen, was andere Nutzer*innen, vor allem solche mit persönlichem Bezug, erstellen.

F2: Wie gestaltet sich die Lebenswelt von Millennials, die TikTok nutzen?

Befragte II lebt in der Großstadt, ebenso Befragte III und beide scheinen im Gegensatz zu Befragter I, die in einer Kleinstadt lebt, weniger mit Altersvorurteilen konfrontiert. Die Arbeit, welche keine Verbindungspunkte zu TikTok mit sich bringt, nimmt bei Befragter I einen recht großen Raum ein. Die beiden Großstädterinnen bewegen sich beruflich in Medien- und Kreativfeldern, was ein Social Media zugewandtes Verständnis in der jeweiligen Lebenswelt vermuten lässt. Die Abfrage des generellen Mediengebrauchs legt nahe, dass medienaffine Millennials – also solche, die auch stärker andere Soziale Medien nutzen (siehe Auswertung Ranking im Anhang) – einen stärkeren, im Sinne von häufigeren und intensiveren, TikTok-Gebrauch haben. Befragte IV wohnt mit ihren Kindern in einem Vorort und hat besonders spezifische Nutzungsmuster und -motive. Während sich zu Beginn die Nutzung rund um die Kinder, und sie zu beschäftigen, gestaltete, entwickelte Befragte IV daraus ein persönliches Hobby. Sie dreht zwar Videos, ihre Interaktion auf der Plattform fällt allerdings gering aus, was zur Vermutung passt, dass der generelle Social-Media-Gebrauch in der Intensität der TikTok-Nutzung reflektiert wird.

Aus den Beobachtungen werden folgende Faktoren als Motiv-prägend vermutet: Der Wohnort, der engste Bekanntenkreis, der Beruf und die Persönlichkeit. Es wäre denkbar, dass die Toleranz des erweiterten Umfelds einer Person mit dem Wohnort zusammenhängt. Der engste Kreis, Familie und enge Freunde, können die Gewohnheiten einer Person beeinflussen, andersherum allerdings genauso. Die Resonanz, oder auch die Meinung, derer, die einem wichtig sind, können das Verhalten, in diesem Fall die TikTok-Nutzung, mitgestalten. Auch die berufliche Welt trägt zum Feedback im eigenen Umfeld und somit zu den Nutzungsweisen und -motiven bei. Ist eine berufliche Nutzung von TikTok möglich, erwünscht oder undenkbar, eröffnet die alltägliche Auseinandersetzung eine neue Perspektive. Zu guter Letzt lässt sich in Ansätzen erahnen, dass die Persönlichkeit ebenfalls eine Rolle spielt, ob sich jemand selbst vor der Kamera präsentiert, oder es bevorzugt stille*r Betrachter*in zu sein. Im nachstehenden Kapitel wird die Arbeit und deren Schlüsselpunkte aufgearbeitet und reflektiert.

6 Fazit: Schlüsselpunkte der Arbeit und Ausblick auf weitere Forschung

Grundlage dieser Untersuchung war die Feststellung einer Spaltung in der Generation der Millennials für oder gegen einen TikTok-Gebrauch. Bei einem derartigen Bruch, in Bezug auf ein

bestimmtes Medium, ist es aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht interessant herauszufinden womit die Uneinigkeit zusammenhängt. In dieser Arbeit wurde in Form einer Medienutzungsforschung dazu beigetragen dem Phänomen nachzugehen. Um zu verstehen warum Millennials TikTok nutzen, wurde ausgehend vom Uses-and-Gratifications-Approach die von Meyen und Paff-Rüdiger (2009) vorgeschlagene Forschungsperspektive gewählt, bei der Bourdieus Habitus-Kapital-Theorie einbezogen wird. Daraus resultierte die Frage nach den Lebenswelten der TikTok nutzenden Millennials. Basierend auf dem theoretischen Fundament wurde die Methode der qualitativen Befragung gewählt. Für eine dem Umfang angemessene Erhebung wurden möglichst unterschiedliche zu Befragende zwischen 25 und 39 Jahren alt gesucht, die TikTok verwenden. Der aus Theorie und Forschungsstand erarbeitete Leitfaden wurde für vier Befragungen genutzt. Ausgewertet wurde mit einem an Pfaff-Rüdiger et al. (2009) orientierten Kategoriensystem.

Entgegen der Ergebnisse von Lu, Lu und Liu (2020) haben die Befragten dieser Studie noch nicht darüber nachgedacht die App zu deinstallieren. Sie zeigen sich viel mehr begeistert und versuchen andere in ihrem Umfeld dazu zu bewegen, ebenfalls TikTok zu nutzen. Trotz des identifizierten Altersstigmatas gebrauchen die Befragten die Video-Plattform, wenngleich sie in ihren sozialen Kreisen mit unterschiedlichem Feedback konfrontiert werden. Dabei deutet sich an, dass die Art und Weise der Nutzung mit den jeweiligen Lebenswelten zusammenhängt. Während die alleinerziehende Mutter einfach eine Beschäftigung für sich und die Kinder suchte, nutzt die Diplom-Journalistin TikTok sowohl privat als auch beruflich. Die von Omar & Dequan (2020) identifizierten Zusammenhänge von Motivation und Nutzungsweise wurden zwar nicht explizit untersucht, scheinen sich aber anhand der Aussagen im Fall der Befragten zu bestätigen. Aus den gemeinsamen und unterschiedlichen Motiven und den individuellen Lebenswelten der Befragten konnten Annahmen möglicher Zusammenhänge aufgestellt werden. Die Resonanz des individuellen, sozialen Feldes scheint sich auf die Art und Weise der TikTok-Nutzung auszuwirken. Diese Beobachtung stimmt mit der Annahme von Lu, Lu und Liu (2020) überein. Der Wohnort, der engste Kreis, der Beruf und die Persönlichkeit stellen wichtige Einflussfaktoren dar. Durch die Leitfadeninterviews konnte ein tiefreichender, exemplarischer Einblick in die Motive und Lebensumstände von TikTok-Nutzerinnen, die der Generation der Millennials zugehörig sind, dargestellt werden. Die zum Forschungsansatz gewählte Grundannahme, dass die Medien, die man nutzt, in unterschiedlichen sozialen Kreisen verschiedene Bewertungen erfahren, wurde in den Befragungen widergespiegelt. Im Freundeskreis der in Berlin lebenden gelernten Fotografin ist TikTok weit verbreitet im Gegensatz zum Freundeskreis der in Heidelberg arbeitenden IT-Angestellten. Konsequenterweise müsste man für die

Identifizierung eines gruppenspezifischen Habitus, das ganze Leben und alle Kontakte von Befragten festhalten und beobachten. Ein derartiges Unterfangen ist allerdings unrealistisch. Diese Arbeit stellt eine Momentaufnahme dar, wobei der opus operatum auf aktuelle Lebensumstände fokussiert wurde und Dispositionen und Sozialisationen nicht näher thematisiert wurden, was zu den Limitierungen dieser Arbeit zählt. Denn nach Bourdieus Verständnis würde vor allem auch die Prägung durch das Elternhaus zu Verhaltensweisen beitragen. Die Befragung fand zu einer durch die Corona-Pandemie geprägte Zeit statt, was für alle Befragte eine Veränderung des Alltags mit sich brachte. Dementsprechend scheint es, dass die jeweiligen aktuellen Umstände einen maßgebenden Einfluss auf den TikTok-Gebrauch der Befragten hatten. In welcher Relation diese Variable zu Disposition und Sozialisation steht, müsste in weiteren Forschungen untersucht werden. Trotz der Kritik an Selbstauskünften ist die Kommunikationswissenschaft häufig darauf angewiesen. Die damit verbundenen Schwierigkeiten sollten dabei nicht außer Acht gelassen werden. Als Interviewerin hatte ich einen geringen Erfahrungsschatz in Bezug auf Leitfadengestaltung und Interviewführung. Dennoch können die, auf Basis des qualitativ erhobenen Materials, aufgestellten Vermutungen als Grundlage für weitere Forschung dienen. Weiterführende Studien zu TikTok-Nutzer*innen und vor allem auch Nichtnutzer*innen könnten dazu beitragen das Rätsel, um die Meinungsdiskrepanz innerhalb der Millennials zu lösen. Es wäre eine Ausweitung in Form von Längsschnittstudien denkbar, oder auch die Anwendung der Untersuchungsperspektive auf andere Medien. Die erbrachten Ergebnisse tragen dazu bei, die Zuwendung von Millennials zu TikTok ein Stück nachvollziehbarer zu machen und Vorurteile aufzubrechen.

7 Quellenverzeichnis

ARD-ZDF-Onlinestudie 2020 (Oktober 2020). *Anteil der Nutzer von Social-Media-Plattformen nach Altersgruppen in Deutschland im Jahr 2020*. In statista, verfügbar unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/543605/umfrage/verteilung-der-nutzer-von-social-media-plattformen-nach-altersgruppen-in-deutschland/> [zuletzt abgerufen: 04.03.2021].

AudienceProject (September 2020). *Welche der folgenden Social-Media-Plattformen nutzen Sie?* In statista, verfügbar unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1174785/umfrage/nutzung-von-social-media-plattformen-nach-alter/> [zuletzt abgerufen: 04.03.2021].

Basch, C. H., Hilleyer, G. C. & Jaime, C. (2020). COVID-19 on TikTok: harnessing an emerging social media platform to convey important public health messages. [*International Journal of Adolescent Medicine and Health*] <https://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/ijamh-2020-0111/html> [zuletzt abgerufen: 04.03.2021].

- Beck, K. (2017). *Kommunikationswissenschaft* (5. überarbeitete Auflage). Konstanz, München: UVK.
- Berliner Zeitung (23.04.2020). TikTok: Hier geht es nicht um Jugendliche, es geht um Kinder. Verfügbar unter: <https://www.berliner-zeitung.de/zukunft-technologie/tiktok-eine-gefahr-fuer-kinder-li.81931> [zuletzt abgerufen: 04.03.2021].
- Bild (23.08.2020). Verbot in den USA – TikTok klagt gegen Trump. Verfügbar unter: <https://www.bild.de/politik/ausland/politik-ausland/klage-gegen-erlass-tiktok-wehrt-sich-vor-gericht-gegen-trump-72525568.bild.html> [zuletzt abgerufen: 04.03.2021].
- Bourdieu, P. (1987). *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft* (4. Auflage). Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- ByteDance (o. D.). Milestones [ByteDance Website]. <https://www.bytedance.com/en/?anchor=history> [zuletzt abgerufen: 04.03.2021].
- DER SPIEGEL (31.10.2020). Richterin stoppt US-Pläne für Aus von TikTok im November. Verfügbar unter: <https://www.spiegel.de/netzwelt/apps/tiktok-richterin-stoppt-us-plaene-fuer-aus-von-app-im-november-a-8f6cfcdb-7744-4427-96b4-69716b4706c3> [zuletzt abgerufen: 04.03.2021].
- Deutsche Welle (2020). *Wie verdient TikTok Geld?* [Video]. [Deutsche Welle Website] <https://www.dw.com/de/wie-verdient-tiktok-geld/av-52572661> [zuletzt abgerufen: 04.03.2021].
- Dimock, M. (Pew Research Center) (2019). Defining generations : Where Millennials end and Generation Z begins. Verfügbar in: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/> [zuletzt abgerufen: 04.03.2021].
- Donner, R. (Regie). (1987). *Lethal Weapon* [Film]. Silver Pictures, Warner Bros.
- FANDOM (o. D.) Die Murtaugh-Liste (Fan-wiki). Verfügbar unter: https://how-i-met-your-mother.fandom.com/de/wiki/Die_Murtaugh-Liste [zuletzt abgerufen: 04.03.2021].
- Firsching, J. (15.09.2020). TikTok Statistiken 2020: 100 Mio. Nutzer in Europa & über 800 Mio. weltweit. [FUTURE BIZ]. <https://www.futurebiz.de/artikel/tiktok-statistiken-2019/#:~:text=69%20%25%20der%20aktiven%20Nutzer%20sind%20zwischen%2016%20und%2024%20Jahren%20alt.&text=Dann%20wird%20es%20aber%20schon,Vorteilen%20f%C3%BCr%20iOS%20mit%2054%20%25.> [zuletzt abgerufen: 04.03.2021].
- Fischer, M. (2009). *Qualitative Mediennutzungsforschung: Offline- und Online-Methoden im Vergleich* (Masterarbeit). München: Institut für Kommunikationswissenschaften und Medienforschung, Ludwig-Maximilians-Universität München.
- Frankfurter Allgemeine (25.07.2020) Tiktok tanzt zwischen den Fronten. Verfügbar unter: <https://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/wie-tiktok-zwischen-die-geopolitischen-fronten-geraet-16874982.html> [zuletzt abgerufen: 04.03.2021].
- Freund, C. (2013). *Professionalität in Bürgermeisterwahlkämpfen*. Baden Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.
- Fryman, P. (Regisseurin). (2010 Deutschland). *How I Met Your Mother* [TV-Serie]. Staffel 4, Episode 19 „Die Murtaugh-Liste“. CBS; ProSieben.

- Hauser, S., Opilowski, R. & Wyss, E. L. (Hrsg.) (2019a). *Alternative Öffentlichkeiten. Soziale Medien zwischen Partizipation, Sharing und Vergemeinschaftung*. Bielefeld: transcript.
- Hauser, S., Opilowski, R. & Wyss, E. L. (2019b). Alternative Öffentlichkeiten in sozialen Medien – einleitende Anmerkungen. In Stefan Hauser, Roman Opilowski und Eva L. Wyss (Hrsg.), *Alternative Öffentlichkeiten. Soziale Medien zwischen Partizipation, Sharing und Vergemeinschaftung* (S. 7-18). Bielefeld: transcript.
- Heide, D. (05.08.2020). Bytedance-Gründer Zhang Yiming: Vom Nerd zum Spielball der Großmächte. (Handelsblatt) Verfügbar unter: <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/it-medien/streit-um-tiktok-bytedance-gruender-zhang-yiming-vom-nerd-zum-spielball-der-grossmaechte/26064966.html?ticket=ST-10641173-o1FSR0Qxt5rWudHjERCL-ap1> [zuletzt abgerufen: 04.03.2021].
- Huang, Y.-T. & Su, S.-F. (2018). Motives for Instagram Use and Topics of Interest among Young Adults. *Future Internet*, 10 (8), S. 1-12.
- Humphreys, L., von Pape, T. & Karnowski, V. (2013). Evolving Mobile Media: Uses and Conceptualizations of the Mobile Internet. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 18(2013), S. 491-507.
- Jahnke, M. (Hrsg.) (2021). *Influencer Marketing. Für Unternehmen und Influencer: Strategien, Erfolgsfaktoren, Instrumente, rechtlicher Rahmen. Mit vielen Beispielen*. 2. Überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Jurt, J. (2012). Bourdieus Kapital-Theorie. In Manfred Max Bergmann, Sandra Hupka-Brunner, Thomas Meyer und Robin Samuel (Hrsg.), *Bildung – Arbeit – Erwachsenwerden* (S. 21-41). Wiesbaden: Springer VS.
- Kennedy, M. (2020). ‘If the rise of the TikTok dance and e-girl aesthetic has taught us anything, it’s that teenage girls rule the internet right now’: TikTok celebrity, girls and the Coronavirus crisis. *European Journal of Cultural Studies*, 23(6), S. 1069-1076.
- Keuper, F., Schomann, M. & Sikora, L. I. (Hrsg.) (2018). *Homo Connectus. Einblicke in die Post-Solo-Ära des Kunden*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Lenger, A., Schneickert, C. & Schumacher, F. (2013). Pierre Bourdieus Konzeption des Habitus. In Alexander Lenger, Christian Schneickert und Florian Schumacher (Hrsg.), *Pierre Bourdieus Konzeption des Habitus. Grundlagen, Zugänge, Forschungsperspektiven* (S. 13-41). Wiesbaden: Springer VS.
- Lu, X., Lu, Z. & Liu, C. (2020). Exploring TikTok Use and Non-use Practices and Experiences in China. In G. M. (Ed.), *Social Computing and Social Media. Participation, User Experience, Consumer Experience, and Applications of Social Computing* (S. 57-70). 12th International Conference, SCSM 2020 Held as Part of the 22nd HCI International Conference, HCII 2020, Copenhagen. Heidelberg, Berlin: Springer.
- Medina Serrano, J. C., Papakyriakopoulos, O. & Hegelich, S. (2020, 6-10, Juli). *Dancing to the Partisan Beat: A First Analysis of Political Communication on TikTok* [Konferenzbeitrag]. WebSci '20, Southampton, United Kingdom.
- Meyen, M. & Pfaff-Rüdiger, S. (Hrsg.) (2009). *Internet im Alltag. Qualitative Studien zum praktischen Sinn von Onlineangeboten*. Münster: LIT Verlag.

- Meyen, M., Löblich, M., Pfaff-Rüdiger, S. & Riesmeyer, C. (2019). *Qualitative Forschung in der Kommunikationswissenschaft: eine praxisorientierte Einführung*. 2. aktualisierte Auflage, Wiesbaden: Springer VS.
- Niemand, S. (2020). *Alltagsumbrüche und Medienhandeln. Eine qualitative Panelstudie zum Wandel der Mediennutzung in Übergangsphasen*. Wiesbaden: Springer VS.
- Omar, B. & Dequan, W. (2020). Watch, Share or Create: The Influence of Personality Traits and User Motivation on TikTok Mobile Video Usage. *iJIM*, 14(4), S. 121-137.
- Oxford University Press (2020). Oxford Dictionary of Media and Communication. <https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acref/9780198841838.001.0001/acref-9780198841838> [zuletzt abgerufen: 04.03.2021].
- Pfaff-Rüdiger, S., Dudenhöffer, K., Huss, J. & Meyen, M. (2009). „Dort bekomme ich alles.“ Internetnutzung im Alltag. In Michael Meyen und Senta Pfaff-Rüdiger (Hrsg.), *Internet im Alltag. Qualitative Studien zum praktischen Sinn von Onlineangeboten* (S. 41-85). Münster: LIT Verlag.
- prioridata (Juni 2020a). *Die Top 10 Android-Apps in Deutschland*. In statista, verfügbar unter: <https://de.statista.com/infografik/8554/die-top-10-android-apps-in-deutschland/> [zuletzt abgerufen: 04.03.2021].
- prioridata (Juni 2020b). *Die Top 10 iPhone-Apps in Deutschland*. In statista, verfügbar unter: <https://de.statista.com/infografik/9789/die-top-10-iphone-apps-in-deutschland/> [zuletzt abgerufen: 04.03.2021].
- Roll, J. (2017). *Kommunikation im öffentlichen Raum. Aufmerksamkeit und Mediennutzung*. Wiesbaden: Springer VS.
- Röser, J., Thomas, T. & Peil, C. (2010). *Alltag in den Medien - Medien im Alltag*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Ruggiero, T. E. (2000). Uses and Gratifications Theory in the 21st Century. *Mass Communication & Society*, 3(1), S. 3-37.
- Sasche, S. (01.10.2020). Bislang unveröffentlichte Zahlen. So viele Nutzer hat TikTok in Deutschland. [W&V] https://www.wuv.de/tech/so_viele_nutzer_hat_tiktok_in_deutschland [zuletzt abgerufen: 04.03.2021].
- Sbai, A. (2021). In Marlis Jahnke (Hrsg.), *Influencer Marketing. Für Unternehmen und Influencer: Strategien, Erfolgsfaktoren, Instrumente, rechtlicher Rahmen. Mit vielen Beispielen*. 2. Überarbeitete und erweiterte Auflage (S. 95-126). Wiesbaden: Springer Gabler.
- Schmidt, J.-H. & Taddicken, M. (Hrsg.) (2017a). *Handbuch Soziale Medien*. Wiesbaden: Springer VS.
- Schmidt, J.-H. & Taddicken, M. (2017b). Soziale Medien: Funktionen, Praktiken, Formationen. In Jan-Hinrik Schmidt und Monika Taddicken (Hrsg.), *Handbuch Soziale Medien* (S. 23-37). Wiesbaden: Springer VS.

- Schumacher, F. (23.09.2020). Falco Punch, Starschnitt. [DIE ZEIT] <https://www.zeit.de/2020/40/falco-punch-tiktok-star-transitions-politik-videos> [zuletzt abgerufen: 04.03.2021].
- Schweiger, W. (2007). *Theorien der Mediennutzung. Eine Einführung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Seemiller, C. & Grace, M. (2019). *Generation Z: A Century in the Making*. London, New York: Routledge.
- Shutsko, A. (2020). User-Generated Short Video Content in Social Media. A Case Study of TikTok. In G. M. (Ed.), *Social Computing and Social Media. Participation, User Experience, Consumer Experience, and Applications of Social Computing* (S. 108-125). 12th International Conference, SCSM 2020 Held as Part of the 22nd HCI International Conference, HCII 2020, Copenhagen. Heidelberg, Berlin: Springer.
- Statista Global Consumer Survey (Mai 2020). *Welche sozialen Netzwerke nutzen Sie regelmäßig?* In [statista](https://de.statista.com/prognosen/1181367/umfrage-in-deutschland-zu-beliebten-sozialen-netzwerken-nach-generationen#statisticContainer), verfügbar unter: <https://de.statista.com/prognosen/1181367/umfrage-in-deutschland-zu-beliebten-sozialen-netzwerken-nach-generationen#statisticContainer> [zuletzt abgerufen: 04.03.2021].
- Süddeutsche Zeitung (07.11.2020). *Teenager am TikTok-Lagerfeuer*. Verfügbar unter: <https://www.sueddeutsche.de/digital/tiktok-usa-wahl-1.5107474> [zuletzt abgerufen: 04.03.2021].
- Taddicken, M. & Schmidt, J. (2017). Entwicklung und Verbreitung sozialer Medien. In Jan-Hinrik Schmidt und Monika Taddicken (Hrsg.), *Handbuch Soziale Medien* (S. 3-22). Wiesbaden: Springer VS.
- tagesschau.de (01.08.2020) Online-Netzwerk: Trump will TikTok in den USA verbieten. Verfügbar unter: <https://www.tagesschau.de/multimedia/video/video-738011.html> [zuletzt abgerufen: 04.03.2021].
- TikTok (01. August 2018). Musical.ly and TikTok unite to debut new worldwide short-form video platform upgraded app, titled TikTok, now available globally. [Newsroom TikTok Website] <https://newsroom.tiktok.com/en-us/musical-ly-and> [zuletzt abgerufen: 04.03.2021].
- TikTok (18. Juni 2020). How TikTok recommends videos #ForYou. [Newsroom TikTok Website] <https://newsroom.tiktok.com/en-us/how-tiktok-recommends-videos-for-you> [zuletzt abgerufen: 04.03.2021].
- TikTok (o. D.). Allgemeine Informationen. Informationen bezüglich Fernabsatzverträgen und Verträgen, die im E-Commerce geschlossen werden. [Virtuelle Gegenstände Policy TikTok Website] <https://www.tiktok.com/legal/virtual-items?lang=de> [zuletzt abgerufen: 04.03.2021].
- time (2019). TIME100 Most Influential People 2019. Verfügbar unter: <https://time.com/collection/100-most-influential-people-2019/> [zuletzt abgerufen: 04.03.2021].
- Tyer, S. (2016). Instagram: What Makes You Post? *Pepperdine Journal of Communication Research*, 4, S. 30-39.

8 Anhang

8.1 Leitfaden

Einzelgespräch via Skype

Erlaubnis des Mitschnitts abklären, und technische Funktionalität testen.

Leitfaden für Gespräche zur TikTok-Nutzung

I. Ziele:

- Nutzungsmuster, Nutzungsmotive
- Bedeutung und Einbettung von TikTok im Alltag

II. Fokus:

Wieso die Nutzung von TikTok? Wie ist das soziale Umfeld strukturiert (nutzen Freunde auch TikTok, oder ist das eher außergewöhnlich im Freundeskreis)? Wie wird das eigene Alter im Kontext der Plattform eingeschätzt.

III. Interviewthemen:

1. Eisbrecher; Einstieg: Erklärungen zum Projekt, zur Aufzeichnung und zur Anonymität; es gibt keine falschen Antworten; die Angaben sind freiwillig; wenn etwas zu privat ist, Bescheid sagen.
2. Lebenssituation:
Arbeit, Freizeit, Wohnung, Familie, Einkommen, Bildung, Bewertung des eigenen Lebens

Zum Einstieg würde ich gern etwas über Dich erfahren. Was arbeitest Du, wie wohnst Du, wie verbringst Du Deine Freizeit? Was ist Dir wichtig? Ein strukturierter Alltag oder viele Freiheiten und Flexibilität?
3. Beobachtung und Art der TikTok-Nutzung:
Kannst Du mir ein paar Deiner TikToks zeigen, die Dir gefallen?
(Wenn selbst TikToks produziert werden, dann: kannst Du mir ein paar von Deinen eigenen TikToks zeigen bzw. mir Dein Userinnen-Name verraten?)
Wenn Du TikTok öffnest, wie nutzt Du die App: Schaust Du zunächst auf „Für dich“, „Folge ich“ oder suchst du nach Hashtags? Achtest Du darauf, wie lange Du auf TikTok unterwegs bist? Überspringst Du auch TikToks, die Dir vorgeschlagen werden, und von denen Du auf den ersten Blick denkst, dass sie Dir nicht gefallen? Likest und kommentierst Du TikToks? Folgst Du Leuten? Erstellst Du selbst TikToks?
4. Mediennutzung:
Alltagsstrukturen, Soziale Medien, Nutzungsmuster, Motive, Bewertung

- 4.1 Heute ist _____ (Wochentag), war heute ein typischer Tag für Dich?
Wie sah dieser Tag bisher aus? Hast Du eine Morgenroutine? Kommt darin die Nutzung Deines Handys vor? Wenn ja, in welcher Form? **Wie wäre ein typischer Tag? Wann im Laufe des Tages hast Du TikTok geöffnet? Auf**

dem Weg zur Arbeit? **Wann hast Du andere soziale Medien verwendet? Schaust Du allein, oder schaut jemand mit Dir mit?** Schaust Du mit Freunden, oder zeigst Du anderen Leuten TikToks?
Würdest du sagen, so in etwa sind alle Tage in deiner Woche? Gibt es Tage, an denen Du bewusst versuchst auf Soziale Medien zu verzichten?

- 4.2 **Wenn Du jetzt an TikTok denkst, welche Gedanken und Assoziationen kommen Dir in den Sinn?** Du kannst frei assoziieren und einfach mal laut denken.
- 4.3 **Erinnerst Du Dich noch an das erste Mal, als Du von TikTok gehört hast? Hat Dir ein*e Freund*in TikTok empfohlen?** Warst Du sofort begeistert, oder erst skeptisch? Wie ging es danach weiter? Wurden Dir TikToks gezeigt, hast Du Dir selbst direkt die App installiert? Wie lange ist das etwa her?
- 4.4 **Ich würde gerne ein Ranking mit Dir erstellen. Du darfst gleich alle Sozialen Medien, die Du nutzt, bewerten. Von 1 = unwichtig, könnte ich drauf verzichten bis 5 = sehr wichtig, kann ich nicht drauf verzichten.**
Zur Orientierung Liste mit Sozialen Medien parat halten. Anschließend über die Entscheidungen reden:
Warum ist _____ (Medium A) für Dich wichtiger als _____ (Medium B)?
- 4.5 **Gab es Momente, in denen Du TikTok schon einmal deinstalliert hast, oder deinstallieren wolltest? Warum?** Ich habe bei mir festgestellt, dass ich sehr viel Zeit dabei verdaddeln kann. Wie siehst Du das? Haben Dir die Inhalte nicht mehr gefallen? Dachtest Du, Du verbringst zu viel Zeit auf TikTok? Hat Dir der Konsum eher schlechte als gute Laune gemacht?
- 4.6 **Ein Freund von mir hat angefangen aus beruflichen Gründen TikTok zu nutzen, mittlerweile nutzt er TikTok als nette Unterhaltung für zwischendurch. Eine Freundin ist besonders von den "TikTok-Rezepten" angetan. Und eine andere schaut fast nur Tier-TikToks, weil sie gute Laune machen. Wie geht es Dir?**

5. TikTok-Struktur, -Inhalte und -Altersgruppe

- 5.1 **Nun nutzt Du die App schon einige Zeit. Stell Dir vor, Du bist Teil des Entwicklerteams, welche Änderungen würdest Du an TikTok vornehmen?** Würdest Du die Videodauer ändern? Würdest Du die Aufmachung der Nutzeroberfläche ändern? Würdest Du eine andere Altersbeschränkung wählen? Gibt es Funktionen, die Du von anderen Apps gerne übernehmen würdest?
- 5.2 **In der Süddeutschen Zeitung wurde im November ein Artikel mit dem Titel „Teenager am TikTok-Lagerfeuer“ veröffentlicht? Findest Du, dass TikTok eine Plattform für Teenager ist? Wenn in den anfangs gezeigten TikToks Leute zu sehen waren, dann auf diese eingehen.**

5.3 **Nutzen andere in Deinem Umfeld TikTok?** Kolleg*innen, Lebensgefährt*in, Kinder? Würdest Du Deinen Kindern die Nutzung erlauben und warum?

Wie wird auf Deine TikTok-Nutzung reagiert? Wirst Du belächelt? Sind die Leute neugierig? Äußern sie Vorurteile? Machen sie altersbezogene Kommentare („da bin ich zu alt für“ etc.)?

5.4 A) Wenn möglich auf gezeigte TikToks eingehen:

In den TikToks, die Du mir am Anfang gezeigt hast, war _____ (Inhalte z.B. Comedy Content, ein Rezept) zu sehen. Schaust Du viele solcher Videos? Auf mich wirkte das _____ (Anmerkung z.B. sehr amateurhaft, schwierig zu folgen (da schnell)), aber dafür auch lustig. Wie siehst Du das?

oder

B) Allgemeine Formulierung nutzen:

Wenn ich mir TikTok-Comedy anschau, finde ich das oft amateurhaft, aber dafür auch sehr lustig. Was meinst Du dazu?

5.5 **Wenn Du eine Werbung für TikTok gestalten würdest, wie würdest Du sie gestalten?** Was und wer wäre zu sehen? Welche Features würdest Du betonen? Welche Altersgruppe würdest Du als Zielgruppe wählen?

Wem würdest Du TikTok empfehlen und warum? Für welche Altersgruppe? Welche Inhalte? Für alle, die gestresst sind, um dem Alltag zu entfliehen, oder um nützliche Tipps für den Alltag zu entdecken?

5.6 **Auf Instagram gibt es oft Hashtags zum Thema DIY's oder Fitnessmotivation. Siehst Du ähnliches bei TikTok? Beobachtest Du auch bei TikTok solche Schwerpunkte?**

6. Wenn Befragte selbst Videos produziert:

Worauf achtest Du, wenn Du selbst Videos gestaltest? Hast Du Leute vor oder/und hinter der Kamera. Überlegst Du Dir ein Konzept, oder machst Du spontan einfach drauf los? Machst Du TikTok-Trends, oder Challenges mit?

7. Lebenssituation reflektiert:

Nach dem wir viel über Deinen Alltag und Deine Gewohnheiten gesprochen haben, würde ich gerne wissen: Wie zufrieden bist Du mit Deinem Leben? (Finanzielle Lage, Arbeit, Familie) **Hast Du für die Zukunft konkrete Ziele vor Augen?** Berufliche Ziele, familiäre Ziele, materielle Ziele.

8. Ausstieg

Wir haben jetzt lange über Deine Erfahrungen mit TikTok gesprochen. Haben wir etwas vergessen? Möchtest Du noch etwas ergänzen?

Und: Falls ich etwas vergessen habe: Dürfte ich Dich noch einmal kontaktieren?

IV. Eckdaten:

Name:

Alter:
Bildungsabschluss:
Beruf:
Familienstand:
Wohnort:
Geburtsort:

Liste für das Ranking für den Leitfadepunkt 4.4

Soziale Medien: Ranking

<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>
Unwichtig Könnte ich drauf verzichten			Sehr wichtig Könnte ich nicht drauf verzichten	

Twitter
Facebook
WhatsApp
Telegram
Instagram
Pinterest
Tumblr
XING
LinkedIn
Vimeo
YouTube
Snapchat
TikTok
Sonstiges:

Ranking-Interpretation

Ergebnismöglichkeiten Punkte, ohne *Sonstiges*: 0 (keine Nutzung Sozialer Medien) – 65 (Unverzichtbare Nutzung aller gelisteten Sozialen Medien)

<u>Einordnung</u> <u>Durchschnittliche Wertung pro Medium</u>	<u>Ergebnisse der Befragten I-IV</u> <u>X Punkte bei X verwendeten Sozialen Medien (SM)</u>
0 – 2 (keine bis geringe Nutzung)	I = 26 bei 9 SM, 2,34 im Schnitt pro Medium
2,1 – 3,5 (mittel starke Nutzung)	II = 39 bei 13 SM, 3 im Schnitt pro Medium
3,6 – 5 (starke Nutzung)	III = 36 bei 11 SM, 3,27 im Schnitt pro Medium
	IV = 23 bei 8 SM, 2,88 im Schnitt pro Medium

8.2 Transkripte der Interviews

Interviewerin – I: Fragen in dicker Schrift

Befragte – B: Antworten in dünner Schrift

Anmerkungen in *Kursiv*

8.2.1 Leitfadeninterview via Skype mit Befragter 1, geführt am 14.12.2020

I: Dann fangen wir doch direkt an. Wie schon gesagt, ich freu mich sehr, dass du dir die Zeit dafür nimmst. Wie du weißt, geht es heute um TikTok, aber vor allem geht's um dich

und was du aus TikTok für dich gewinnst, warum du es nutzt und so weiter. Das werden wir anhand von ein paar Fragen aufarbeiten.

Wie schon besprochen, wird das Video mitgeschnitten. Das ist für mich persönlich, wird nicht veröffentlicht, oder anderen Leuten gezeigt. Bei allen Angaben, die du heute machst, gilt: Es gibt keine falschen Antworten. In der Arbeit werden deine Antworten anonymisiert verarbeitet und es werden keine Klarnamen genannt. Hast du hierzu eine Frage?

B: Nö, wir können weiter machen.

I: Wunderbar, dann legen wir los. Ich würde gerne erst mal von Dir wissen, wer du bist, was du machst, was du arbeitest. Erzähl einfach ein bisschen.

B: Ja, also ich bin [REDACTED], ich bin 32 Jahre alt und arbeite jetzt in Heidelberg bei [REDACTED], als Prozessorganisatorin für [REDACTED] (ein Softwareunternehmen), das heißt ich bin vorrangig in der IT-Anwendungsbetreuung tätig, und das in Richtung Finanzthemen, wo ich die Kollegen betreue.

I: Was machst du neben deiner Arbeit in deiner Freizeit?

B *lacht*: Also vor Corona, war ich sehr sportlich, hab sehr viel Beachvolleyball gespielt, bin gerne Radfahren, Bouldern, Tennis, oder Badminton spielen gegangen, alles Mögliche. Also ich glaube, eigentlich bin ich lieber draußen. Drinnen fallen mir ehrlich gesagt nicht so viel Hobbys ein.

I: Und dementsprechend ist dieses Jahr schon außergewöhnlich? Wie beschäftigst du dich, wenn du gerade nicht arbeitest?

B: Ja genau. Ich habe meine Schwierigkeiten – arge Schwierigkeiten – mich zu beschäftigen. Also seit einer Woche beschäftige ich mich zum Beispiel mit Schach. Aber ich hatte auch ein bisschen angefangen Malen nach Zahlen zu machen. Also es ist schwierig. Es ist dann doch so, dass man teilweise auf der Couch sitzt und im Hintergrund was rumdüdelt, was man gar nicht so verfolgt am Fernseher, und dann nimmt man das Handy zur Hand und zappt so durch die Social Media-Kanäle.

I: Und hast du momentan Homeoffice?

B: Nein.

I: Du hast schon gesagt, dass es Zuhause für dich gerade schwierig ist, wie ist es abgesehen davon. Bist du finanziell gut aufgestellt, läuft deine Arbeit trotzdem gut, oder gibt es bei dir zum Beispiel auch durch Corona finanzielle Engpässe?

B: Also da bin ich sehr privilegiert. Ich bin zum Glück festangestellt und das auch noch in der Energiebranche. Insofern merke ich da eigentlich gar nichts von Corona.

I: Dann noch zu guter Letzt: Wie wohnst du denn? Ich weiß ja schon von einer Mitbewohnerin.

B *lacht*: Ja, also ich wohne in einer dreier-WG, in einer vier-Zimmer Wohnung, in einem sehr schönen Altbau.

I: Demnach geh ich mal davon aus, dass du nicht verheiratet bist?

B: Genau.

I: Dann gehen wir mal weiter. Ich würde jetzt eigentlich gern versuchen, dass du dein Bildschirm teilst. Ich würde gerne sehen, was du so unter deinen „Liked“-Videos hast.

B *sichtlich überrascht*: Oh, das mach ich selten. Okay.

I: Also, wir machen das nur, wenn es okay für dich ist.

B: Joa, da dürfte jetzt eigentlich nichts Schlimmes zu sehen sein.

Da die Befragte mit dem Handy gekypet hat, funktionierte das Bildschirmteilen nicht. Sie wurde dann angeleitet TikTok am Laptop zu öffnen (das war für sie das erste Mal, dass sie TikTok im Browser geöffnet hatte) und den Bildschirm abzufilmen.

Beobachtung: das Abfilmen mit dem Handy war sehr praktisch, da ich dadurch auch kurz das Zimmer sehen konnte. Das Zimmer ist kaum dekoriert, lediglich ein Teppich ist auf dem Boden, ein Staubsauger an der Seite und an der wand steht ein Fernsehregal mit Fernseher. Die Befragte hat eienn acer-Laptop.

B: Ich melde mich gerade an, und muss noch Fragen beantworten, dass ich kein Roboter bin ... daran scheitere ich oft. ... Uuund jetzt geht es los, okay jetzt kommen schon die ersten Hundevideos.

I: Zeig mir doch einfach mal ein/zwei Videos, die dich zum Liken gebracht haben.

B: Das sind gar nicht mal die Hundevideos, das ist ja witzig.

Gezeigt wurden ein Comedy-Video (während eine Truppe Polizisten vorbei läuft steht ein schätzungsweise ende 20-jähriger direkt daneben und trompetet die Starwars-Melodie zum Auftritt von Darth Vader, Leute im Hintergrund lachen dazu) und ein „Skill“-Video (Ein Synchronsprecher – schätzungsweise Anfang/Mitte 30 – spricht den gleichen Satz in unterschiedlichen Akzenten).

I: Also anhand der Standbilder unter deinen „Liked“-Videos, sieht alles schon eher nach Comedy aus, würdest du das so bestätigen?

B: Ja, Ja auf jeden Fall.

I: Gut, dann war das der kleine Exkurs zu TikTok am Laptop. Dann machen wir mal gleich weiter. Wie du's ja auch selbst nutzt, ist TikTok natürlich eher als Handy-App gedacht. Wenn du im Normalfall die App öffnest, wie nutzt du die App? Bleibst du auf dem Feed, der sich direkt öffnet, oder wechselst du zum Feed, mit den Leuten, denen du folgst? Wie ist da so dein Rhythmus?

B: Ich bleib eigentlich auf der rechten Seite, also nicht bei den Leuten, denen ich folge, und scrolle da eigentlich auch einfach nur runter.

I: Und likest und kommentierst du dann auch?

B: Liken tue ich sehr selten, und kommentieren tue ich nicht.

I: Und weißt du, dass du auch gezielt nach Hashtags suchen kannst, nutzt du das?

B: Ja weiß ich. Es ist aber eher so, dass ich dann unter einem Video ein Hashtag sehe und wenn ich dann mehr dazu sehen möchte, zum Beispiel zu einer Challenge, dann drücke ich auf den Hashtag und schaue mir an, wie andere das machen.

I: Und zum Thema: Leuten folgen, machst du das, oder hast du das mal gemacht, oder klickst du eher nicht auf den „folgen“-Button?

B: Also ich folge Leuten, aber in überschaubarer Anzahl würde ich sagen.

I: Sind das dann eher Leute, die du kennst, oder folgst du wegen der Inhalte, die dir gefallen haben?

B: Ne, also das sind keine Leute, die ich kenne. Also es ging dann um den Inhalt.

I: Okay. So viel dann erst mal zu TikTok, wir kommen gleich wieder darauf zu sprechen. Jetzt würde ich erst mal deinen Alltag kennen lernen. Wir haben jetzt gerade Dienstag 11:20Uhr, wie war dein Tag heute bis jetzt?

B: Oh also, ich habe heute Urlaub, insofern bin ich spät aufgestanden und habe jetzt erst mal nur gefrühstückt. Heute ist eher ein untypischer Tag, normalerweise würde ich jetzt auf der Arbeit sein und schon bisschen was erledigt haben.

I: Ja gut, dann ist heute kein gutes Beispiel für einen typischen Tag, aber schön, dass du heute Urlaub hast und deine Zeit mit mir verbringst. Wenn du an einem regulären Arbeitstag in den Tag startest, hast du sowas wie eine Morgenroutine, gibt es einen typischen Ablauf?

B: Ja, also ich brauch morgens sehr lange. Vom Wecker-klingeln bis zum Aufstehen vergeht schon mal eine Dreiviertelstunde. Dann mache ich mir Frühstück, dann schau ich nebenbei Nachrichten und dann bewege ich mich ganz langsam Richtung Bad, Anziehen und so weiter. Also es dauert alles sehr lange und das ist meine Morgenroutine würde ich sagen. Und dann habe ich einen sehr, sehr kurzen Arbeitsweg und bin eigentlich auch schon in drei Minuten da.

I: Wie gehst du zur Arbeit, zu Fuß, mit dem Fahrrad?

B: Genau, ich gehe.

I: Du hast gesagt, du hörst/schaust nebenbei Nachrichten, über welches Medium machst du das?

B: Ja, ich schaue am Fernseher.

I: Gibt es sonst irgendwelche Medien, die du während deines morgens in die Hand nimmst, oder aufrufst? Wann ist zum Beispiel der erste Blick aufs Handy?

B: Das Handy nutze ich dann, während ich frühstücke und Nachrichten gucke und so weiter. Das ist dann so ne dreier-Kombination, leider. Also ich höre im Hintergrund die Nachrichten und dann check ich Sachen am Handy ab. Linke Hand, rechte Hand mit Frühstück, wechselt sich ab.

I: Und was checkst du dann zum Beispiel?

B: Ich habe so ne blöde App, die heißt Clash Royal, da muss ich erst mal die Truhen öffnen (*lacht*) und ab und zu check ich dann auch noch die Nachrichtenlage, auch in Bezug auf Börse und Aktien. Aber das sind so die zwei Sachen. Social-Media-Kanäle mache ich am morgen nicht auf, weil das sonst ausarten würde.

I: Wenn der Tag dann weiterzieht, wir gehen davon aus, du bist zu Hause fertig, bist bei der Arbeit: Gibt es da Momente, wo du dir das Handy greifst und was schaust?

B: Ja, also ich lege so ein-zwei Stunden, nachdem ich angefangen hab zu arbeiten, das Handy auf den Tisch und schau dann schon noch ab und zu rauf. Das ist dann eher so gedacht, falls Nachrichten kommen, oder aber ich check wie die Aktien verlaufen.

I: Und dein Arbeitstag, ist der kurz, oder wie sieht das aus?

B: Naja es ist ein „nine to five“-Job würde ich mal sagen. Dadurch, dass ich keinen langen Arbeitsweg habe, ist es aber relativ überschaubar. Ich bin von neun bis 17/18Uhr auf der Arbeit.

I: Und Pause gibt's zwischendurch bestimmt auch?

B: Genau, da kann man so ne Dreiviertelstunde bis Stunde rechnen.

I: Und wie verbringst du die Pause, habt ihr eine Kantine oder bringst du dir was zu essen mit?

B: Ja wir haben eine Kantine, oder ich geh einfach raus und da gibt's dann Restaurants oder Imbissbuden, wo man sich was mitnehmen kann.

I: Und checkst du dann in der Pausenzeit zum Beispiel auch Social Media?

B: Ne.

I: Verbringst du deine Pause allein oder mit Kollegen?

B: Das ist mal so mal so. Ich würde sagen so 50:50, dass ich mich mit Kollegen treffe und an anderen Tagen, da passt das aber auch von der Arbeitszeit manchmal nicht, und da finde ich es ganz gut, dass ich die Flexibilität habe und zwischen zwei Terminen einfach mal schnell in die Kantine gehen kann und allein essen kann.

I: Und nach der Pause kommt das Handy auch wieder mit auf den Tisch?

B: Ja, genau.

I: Wie geht dein Tag dann weiter? Wie gestaltest du deinen Tag nach Feierabend?

B: Ich bin nicht happy damit, wie es derzeit ist. (*Lacht*) Es ist doch sehr gewöhnungsbedürftig nicht so richtig das machen zu können, was man normalerweise tut. Es ist eigentlich aber immer so, dass wenn ich Nachhause komme, ich erstmal was esse. Also ich koche nicht, sondern ich mache dann ne Stulle. Dann ist es wie beim Frühstück, dass ich mir was im Hintergrund anschau. Und dann kommt es drauf an was ansteht. Es kann sein, dass im Haushalt was zu erledigen ist, dass ich staubsaugen muss, Wäsche waschen muss, oder gerade den Geschirrspüler sehe, wie er ausgeräumt werden müsste. Das ergibt sich dann. Später am Abend habe ich dann meine Ruhephase, wo ich runterkommen möchte, und da nehme ich ganz gerne das Handy zur Hand und checke Social-Media-Apps. Also abends ist eigentlich so meine Social-Media-Time.

I: Und hast du ein Gefühl dafür, wie lange du deine „Entspannungs-Handy-Zeit“ machst, oder gibst du dir vielleicht bewusst eine bestimmte Zeitspanne?

B: Also ich mache das nach Gefühl, bis ich irgendwie merke: Ich habe kein Bock mehr, jetzt auf zehn Zentimeter Entfernung auf mein Handy zu gucken. Aber ich würde sagen, dass ich bestimmt ne Stunde das Handy in der Hand habe.

I: Also in deinem Tagesablauf, sind wir jetzt an dem Punkt angekommen, wo du dich entspannt hast, wie beendest du den Tag dann?

B: Also ich nehme das Handy mit ins Schlafzimmer. Ich beantworte die letzten Nachrichten. Und dann schaue ich mir entweder noch TikTok-Videos an – das ist dann die entspannte Variante, weil ich nur gucken muss – oder ich spiele noch mal ein Clash Royal Spiel. Aber in beiden Fällen merke ich dann, dass ich davon müde werde und, dass ich eigentlich ganz gut einschlafen kann dadurch. Besser, als wenn ich mich nur hinlege und warte, dass ich müde werde.

I: Das heißt, ansonsten während des Tages rufst du TikTok eigentlich gar nicht auf?

B: Genau.

I: Wenn du mal ganz frei assoziiert, wenn du TikTok hörst, woran denkst du? Nenn mir mal ein paar Schlagworte.¹¹

B: Süchtig machend, Challenges, Ohrwürmer, Überraschungseffekt, weltoffen.

I: Und gibt es Momente, wo du mal anderen was von TikTok zeigst, oder dir jemand was zeigt?

B: Ja, bisher konnte ich nur meine Schwester überzeugen zu TikTok zu kommen. Sie schickt mir, oder wir schicken uns untereinander Hundevideos.

I: Du meinst, dass du nur deine Schwester überzeugen konntest, erinnerst du dich denn noch, wer dich damals überzeugt hat?

B: Mich hat niemand überzeugt. Ich bin, vielleicht auch durch meinen Background, dass ich in der IT ansässig bin, offen für neue Sachen und interessiert, wenn es was Neues gibt. Vom Gefühl her bin ich nicht in der Altersklasse für TikTok. Beziehungsweise ist im Kopf der Menschen: TikTok, das ist doch was für Anfang 20-jährige. Deswegen, weil man das gehört hat und sich das in der Gesellschaft untersetzt hat, macht man das nicht, man gehört ja nicht dazu. TikTok haben doch nur die Jüngeren, da fallen wir ja gar nicht mehr rein. Ich habe mich davon jetzt nicht abbringen lassen, ich wollte trotzdem mal gucken, was ist das jetzt hier eigentlich und habe dann gesehen, dass es im Prinzip die Zukunft ist. Es sind kleine Videos, das ist was in vielen Teilen nachgefragt wird. Schon Bücher lesen, oder längere Artikel, dafür hat kaum noch jemand den Atem. Es geht eigentlich darum in kürzester Zeit, die Information zu bekommen, die man braucht. Deswegen denke ich TikTok ist da schon Vorreiter.

I: Weißt du noch, wann du etwa mit TikTok angefangen hast?

B: Vor sieben bis neun Monaten würde ich sagen.

I: Also so Anfang des Jahres?

P (*schmunzelnd*): Zu Beginn der Pandemie, genau. (*Lacht*) Mir war wirklich langweilig, das muss man schon sagen. Das war ein Grund.

I: Dementsprechend hast du über Medien mitbekommen, es gibt die App, und hast sie einfach mal runtergeladen?

B: Genau.

I: Dann nehmen wir noch mal einen kurzen Abstand zu TikTok und ich teile meinen Bildschirm. Ich habe hier eine Liste mit unterschiedlichen Sozialen Medien und ich würde dich gleich bitten diese nach Wichtigkeit zu bewerten. Ich möchte, dass du dir überlegst,

¹¹ Da diese Frage ab dem zweiten Interview ergänzt wurde, wurde die erste Teilnehmerin nachträglich kontaktiert, um ebenfalls darauf zu antworten. Sie hat die Stichworte schriftlich übermittelt.

wie wichtig dir die einzelnen Medien sind. Wir gehen sie Stück für Stück durch, und dann darfst du Nummern geben von eins = unwichtig bis fünf = Sehr wichtig. Geht das so, hast du Fragen, oder soweit alles klar?

B: Alles klar.

Ranking

Twitter	1	Telegram	-	Tumblr	-	Vimeo	-	TikTok	5
Facebook	1	Instagram	4	XING	4	YouTube	2	Sonstiges	-
WhatsApp	5	Pinterest	3	LinkedIn	1	Snapchat	-	-	= wird nicht verwendet

I: Zwischendurch hast du immer mal wieder länger über deine Antwort nachgedacht. Bei Xing (mit 4 bewertet) zum Beispiel. Kannst du etwas dazu sagen?

B: Ich öffne Xing oft, es ist aber nicht so, dass mich da was interessiert, oder dass es eigentlich einen Grund gibt drauf zu klicken, aber es könnte ja jemand auf meiner Seite gewesen sein.

I: Twitter und Facebook hast du mit eins bewertet, könntest du also drauf verzichten. Was meinst du, wie steht das im Verhältnis zu Instagram oder TikTok, die du mit 4 und 5 bewertet hast?

B: Facebook ist bei mir nie so richtig durchgestartet. Ich habe dann schon WhatsApp benutzt und dadurch ist Facebook für mich nie wirklich präsent gewesen. Also Facebook ist für mich eher ein Adressbuch. Da verwende ich lieber WhatsApp, um mit meinen Freunden in Kontakt zu treten. Ich nutze Facebook eigentlich nur, um mich in irgendwelchen Beachvolleyballgruppen zu organisieren. Also ich nutz das mehr so aus. Und Twitter sehe ich dann eher als Ergänzung zu Instagram oder TikTok. Es würde mich interessieren, was andere denken, aber ich nutze es selten, da mich die Kommentare durchzulesen wenig interessiert. Ich mache es nur, wenn ich im Fernsehen sowas wie Bachelor oder Bachelorette gucke. (*Lacht*) Dann lese ich mir die Kommentare auf Twitter durch, weil es amüsant ist. Aber es ist mehr so, wie du schon gemerkt hast, dass ich in Richtung lustige Videos und Kommentare gehe.

I: Also dienen dir die Sozialen Medien entweder für den Austausch mit Freunden, Familie und Bekannten, sowie WhatsApp zum Beispiel, oder aber, sowie ich dein Ranking sehe, als Unterhaltung. TikTok dann zum Beispiel, um lustige Videos zu gucken.

B: Genau.

I: Ist ja ganz spannend, dass TikTok und WhatsApp deine zwei höchst gewerteten Sozialen Medien sind und zum Beispiel YouTube sehr weit hinten ist. Hast du bei YouTube ein Profil?

B: Ich habe ein Profil, weiß aber ehrlich gesagt nicht, ob ich angemeldet bin, wenn ich was schaue.

I: Du hast YouTube mit einer 2 bewertet, demnach nutzt du es auch nicht so viel?

B: Genau.

I: Häufig verwenden ja mittlerweile viele YouTube als Fernsehersatz. Du hast einen Fernseher, lässt du den eher im Hintergrund laufen?

B: Ja genau. Also ich bin so groß geworden, habe es der Bequemlichkeit wegen auch so beibehalten. YouTube nebenbei laufen lassen, hat sich bei mir nicht etabliert.

I: Hast du denn auch Streaming-Plattformen sowie Netflix oder Amazon Prime?

B: Also ich selbst habe keinen Account, aber es begleitet mich durch andere, die immer einen hatten. Aber nutze ich schon auch.

I: Du hast schon erwähnt, dass TikTok für dich gute Unterhaltung ist, und dir tatsächlich auch beim Einschlafen hilft, beziehungsweise dir auch hilft runter zu kochen. Gabs denn auch schon Momente, in denen dich dein eigener TikTok-Konsum gestört hat?

P (*überlegt lange*): Also ich habe gemerkt, dass es an manchen Tagen doch ein großes Suchtpotential hat, dass wenn man hoch swipet man immer noch ein Video sehen will und noch ein Video – und das war doch so lustig – man kommt dann schwer raus. Da ist es mir schwer gefallen ein Ende zu finden. Es gibt dann schon ab und zu ein paar Tage, an denen mich das nervt.

I: Hast du dann auch schon mal drüber nachgedacht die App wieder zu deinstallieren?

P (*grinsend und ohne Zögern*): Nein.

I: Dementsprechend hattest du sie auch noch nicht deinstalliert?

B: Genau.

I: Du hast erwähnt, dadurch dass du aus der IT kommst, seist du sowieso neugierig auf solche Sachen und wenn es was Neues gibt, schaust du dir das gerne mal an. Ein Freund von mir hat sich aus beruflichen Gründen mit TikTok befasst und eine Freundin hat angefangen, um die TikTok-Rezepte auszuprobieren, wie ist das bei dir? Gabs da einen besonderen Grund? Etwas, was dich konkret interessiert hat?

B: Also ich habe nicht nach etwas bestimmtem gesucht. Ich habe mich einfach leiten lassen und geschaut, was mir so vorgeschlagen wird. Geschaut, was gibt's denn hier alles. Und irgendwie hat dann auch die Intelligenz dahinter erkannt, dass ich auf Hundevideos stehe und ich glaube auch emotionale Sachen sind viele dabei. Also Videos mit Überraschungsmoment und dann wird am ende viel geweint, oder wo man am Anfang noch gar nicht weiß, was das eigentlich werden soll, und am Ende ist es lustig, oder sehr waghalsig. Auf jeden Fall so, dass es einen packt zuzusehen. Ich habe das Gefühl, ich bin jetzt in dieser Straße drin, wo das Programm erkannt hat, was ich mag, und nur noch das wird mir vorgeschlagen und nichts anderes mehr.

I: Dementsprechend kommt es eher weniger vor, dass du mal was siehst, was dir gar nicht gefällt?

B: Genau.

I: Erinnerst du dich, ob das am Anfang noch anders war. Also gabs da Momente, dass du was gesehen hast und dachtest, was war das denn für ein Scheiß?

P (*überlegt*): Ne, da kann ich mich nicht dran erinnern, dass ich so einen Moment mal hatte.

I: Du nutzt die App ja jetzt schon einige Zeit, wenn du dir jetzt vorstellst, dass du Teil des Entwicklerteams von TikTok sein dürftest, gäbe es etwas, das du ändern würdest?

B: Oh Gott, ich glaube ich habe noch gar nicht alle Funktionen der App rausgefunden. Das ist bisschen das Problem, ich bin immer nur in diesem Laufband drin, dass ich hochscrolle.

I: Aber wenn du zum Beispiel an die Aufmachung denkst. Du hast schon erwähnt, es kommt immer ein nächstes Video, würdest du das ändern wollen, oder findest du das gut so, dass es immer weiter geht ohne Unterbrechung?

B: Ich habe kurz überlegt, nach jedem Video eine Unterbrechung wäre sicherlich nicht zielführend, aber vielleicht würde mir das ab und zu was bringen, wenn nach 15 Videos oder so, einfach mal so ne kleine Werbeunterbrechung oder so ist. Dann kann man sagen „Cut, ich will das Werbevideo nicht sehen“, sodass man dann die App schließt. Auf der anderen Seite kann ich mir auch nicht vorstellen, dass es sinnvoll sein könnte, so einen Break zu machen, in einer App, die so viel genutzt wird. Ich glaube nicht, dass das viel Zuspruch finden würde.

I: Du hast schon die Kürze der Videos erwähnt und, dass das zukunftsweisend sei. Findest du das gut so?

B: Ja. Also ich finde das ist gut auf den Punkt gebracht. Ich habe gar keine Lust mir zum Beispiel eine längere Story oder so anzuschauen. Für mich ist es genau richtig.

I: Du hast vorhin auch schon zur Sprache gebracht, dass TikTok als junges Medium bezeichnet wird. Ich habe hier auch eine Schlagzeile aus der Süddeutschen Zeitung, wo es hieß „Teenager am TikTok-Lagerfeuer“. Würdest du sagen, dass die Plattform tendenziell schon eher was für Teenager ist?

B: Also so ganz verstanden habe ich das noch nicht, ehrlich gesagt. Weil, wenn ich in meinen Stream gucke, sind da durchaus Sachen drin, wo ich sage, das ist was für jedermann. Jeder würde das lustig finden. Und teilweise schicken sich die Leute auf Instagram TikTok-Videos, oder WhatsApp, oder was weiß ich, aber ich glaube die Leute haben einfach ein Problem zu sagen „ich bin bei TikTok“. Also nutzen sie einfach andere Medien und schicken sich darüber TikToks. Also, ne? (*Lacht*) Aber es kommt aufs Gleiche hinaus. Ne, also das was ich sehe – ich muss hier gerade noch mal gucken, was ich sehe – da sind auch lustige Tanz-Videos dabei, ich glaube, wenn ich das meinen Eltern zeigen würde, die würden es auch irgendwie lustig finden.

I: Du hast erwähnt, dass du deine Schwester dazu gebracht hast TikTok zu nutzen. Wie sieht es sonst in deinem Umfeld aus?

B: Also bisher, habe ich jetzt keinen weiter Überzeugen können. Achso, aber ich weiß, dass ein Arbeitskollege aus der IT, das gleich „Problem“ hat, wie ich, dass er Schwierigkeiten hat gegenüber anderen offen, laut zu sagen, dass er TikTok hat. Er denkt aber, dass es durchaus eine interessante Plattform ist, und Ähnlichkeiten zu Instagram hat, was jetzt aber auch so eine ähnliche Funktion hat – da wurde etwas installiert, was TikTok-like ist – aber abgesehen von ihm, fällt mir niemand ein.

I: Ich finde das sehr interessant, dass du angesprochen hast, dass er nicht so schnell, oder direkt sagt, dass er TikTok nutzt. Wie wars denn bei dir, wenn du Leuten gesagt hast, dass du TikTok nutzt? Wie waren die Reaktionen, erinnerst du dich da an was?

B: Die Reaktionen waren eher belächelnd „haha du nutzt TikTok,“ (*lacht*) „das nutzen doch nur Teenager“. Das war so bei 90% der Reaktionen.

I: Dementsprechend war da weniger Neugierde, nach dem Motto „Zeig mal was du hast“?

B: Genau. Mit Zweien habe ich mich aber auch mal zusammen hingesetzt und durchgeswipet und mal geschaut, was da so kommt. Da habe ich aber auch gemerkt, entweder sie haben wegen

mir weiter zugeschaut, oder aber sie fanden es tatsächlich interessant, was da alles so hoch kommt an Videos.

I: Ja. Da habt ihr dann also nicht drüber geredet, ob sie wegen dir weiter geschaut haben, oder ob sie tatsächlich witzig fanden?

B: Ne, ich habe es nicht direkt angesprochen.

I: Aber erinnerst du dich, ob sie vielleicht gelacht haben?

P (*enthusiastisch*): Ja, also ich habe auf jeden Fall ein positives Feedback mitgenommen, weil sie so lange drangeblieben sind und wir immer noch ein nächstes und ein nächstes Video geschaut haben. Und sie haben auch mitgelacht, insofern glaube ich, dass sie es interessant fanden, aber soweit ich weiß, haben sie TikTok noch nicht installiert.

I: Aber demnach würdest du das auch wieder machen, dir deine Freunde schnappen und denen was zeigen?

B: Ja, Aufklärungsarbeit!

I: Ich sehe schon, du bist absolut pro TikTok, ich habe mit nichts anderem gerechnet. Wenn du dir überlegst, du hättest jetzt endloses Budget und könntest jetzt einen Werbespot machen – muss kein Spot sein, kann auch Plakatwerbung sein – wie würdest du das gestalten? Wie würdest du deine geliebte Plattform vermarkten?

B: Also ich selbst mache ein Video, für meine Follower?

I: Nicht mal. Nicht in der App. Stell dir vor du bist im Headquarter und sie sagen „du hast unendlich Budget, mach uns ne Werbekampagne“.

P (*überlegt*)

I: Ich habe schon rausgehört, dass du sagst TikTok ist was für jeden, würdest du das mit aufnehmen? Du musst jetzt hier nichts perfekt ausarbeiten, aber welche Inhalte würdest du zeigen wollen, was für ein Feeling vielleicht vermitteln?

B: Ja, also in der Werbung sieht man ja schon anhand derer, die mitspielen, an wen es gerichtet sein soll. Ich erinnere mich gerade an die Peloton Werbung, wo eine ganze Familie dargestellt wird, es sind auch farbige zu sehen und spielt in einer Großstadt. Man merkt da, wo sie hinwollen. Das wäre bei TikTok ähnlich, wobei ich da dann eher die Teeniegruppen nicht mit in einen Spot bringen würde, sondern versuchen würde das komplett durchmixt zu machen. Auch Personen aus diversen Bevölkerungsgruppen, meinetwegen auch mal ne Omi mit dazu, weil ich glaube, die würde auch das ein oder andere gut finden. Wie in der Telekom Werbung vielleicht. Dann zeigt man ihr was, oder sie scrollt über ein Pad, oder hat so ein Mobiltelefon und macht auf ganz cool, und sagt dann sowas wie „guck mal hier auf TikTok“ und zeigt den Enkeln was. Also das ganze irgendwie aufpeppen. Das mal zu den Leuten, die ich in so einen Spot mitnehmen würde, aber vom Inhalt fällt es mir ehrlich gesagt ad hoc sehr schwer, etwas zu finden.

I: Verstehe, gäbe es vielleicht ein gewisses Feature, dass du besonders findest, vielleicht auch besonders gut? Zum Beispiel, dass die Videos so kurz sind.

P (*überlegt*)

B: Ja, also ich finde das auf jeden Fall gut, dass es kurze Videos sind. Da fällt mir gerade ein, ich finde die Übersetzungsfunktion total schrecklich, das würde ich auf jeden Fall verbessern. Was würde ich da mitnehmen?

I: Oder zum Beispiel, ist der Prozess an sich ja sehr einfach und simpel, auch die Anmeldung, also würdest du vielleicht etwas in einen Slogan zum Beispiel übernehmen, dass es ganz einfach zu bedienen ist und wirklich jeder das nutzen kann, oder dass es keine großen Werbeanzeigen gibt?

B: Ja, vielleicht. Ja, vielleicht würde ich mit einbauen, dass man liken und folgen kann. Und die Zweiteilung, dass man den Feed hat von den Leuten, denen man folgt. So dass man auch sagen kann „Oma, hier kannst du mir folgen, ich habe hier jeden Tag ein Video“, oder so. Und wenn dich aber Pflanzen- oder Rezept-Videos interessieren, hast du die rechte Seite, so hast du das getrennt. Vielleicht würde ich das hervorheben.

I: Okay, zu guter Letzt, bevor wir gleich dem Ende entgegensehen: Du verwendest ja auch Instagram, mir fällt bei Instagram immer auf, dass es Wellen von Hashtags gibt, zum Beispiel Fitnessmotivation oder DIYs. So eine Welle von Hashtags, die dann gerade „en vogue“ sind. Fällt dir sowas bei TikTok auch auf?

B: Es sind glaube ich nicht die Hashtags. Ich merke bei mir die Challenges. Also am Anfang ist es so, dass ich nicht merke, dass es eine Challenge ist und dann kommt eins nach dem anderen und ich merke das ist gerade total trendy. Zur Zeit ist es dieses „how bizarre, how bizarre“, diese Songzeile, wird total oft von den Usern verwendet. Aber bei Hashtags, bin ich nicht so unterwegs.

I: Okay, du selbst produzierst keine TikToks, wenn ich das richtig mitbekommen habe?

B: Genau.

I: Hast du momentan konkrete Ziele für die Zukunft vor Augen? So generell für deinen weiteren Lebensweg?¹²

B: Ich möchte zurück nach Berlin ziehen und dort „ankommen“. Also mal längerfristig mein Umfeld haben. Wohnung, Job, Familie, Freunde.

I: Dann sind wir jetzt auch schon am Ende. Wir haben viel über dich und TikTok gesprochen, gibt es noch etwas, das du ergänzen möchtest, noch etwas, das dir wichtig wäre? Ich nehme zum Beispiel mit, dass es dir wichtig ist, dass TikTok nicht nur was für junge Leute ist.

B: Ja, also das ist der Eindruck, den ich auf jeden Fall habe. Und ich glaube auch, dass das noch in Zukunft andere Gruppen nutzen werden. Ich glaube das ist ein Trend, der sich schlecht umdrehen lässt, wenn man die App erst mal installiert hat. Und wie meine Schwester auch gemerkt hat, es hat dann schon einen großen Suchtfaktor, wenn man da erstmal am Swipen ist.

I: Wie alt ist deine Schwester?

B: Die ist sechs Jahre jünger also: 26.

¹² Da diese Frage ab dem zweiten Interview ergänzt beziehungsweise umpositioniert wurde, wurde die erste Teilnehmerin nachträglich kontaktiert, um ebenfalls darauf zu antworten. Sie hat ihre Antwort schriftlich übermittelt.

I: Schön, ich würde gerne ein paar Eckdaten noch abklären und dann würde ich dich noch darum bitten, dass ich dich noch mal kontaktieren darf, falls mir noch etwas einfällt, das ich vergessen habe.

B: Ja, das ist okay.

Alter: 32

Höchster Bildungsabschluss: Bachelor of Arts

Beruf: Prozessorganisatorin für *ein Softwareunternehmen*

Familienstand: ledig

Wohnort: Heidelberg (4 Zimmerwohnung, 3er-WG)

Aufgewachsen in: Brandenburg (zehn Jahre in Berlin gewohnt)

I: Wenn du keine weiteren Fragen hast, bedanke ich mich ganz herzlich. Hast du noch Fragen?

B: Nö, aber mich würde dann interessieren, wie das bei dir Ausgegangen ist später.

I: Ja, das ist kein Problem. Dann beende ich jetzt die Aufzeichnung.

Nach Ende der Aufzeichnung hat die Befragte noch eine kurze Anekdote erzählt. Als sie sich in einer neuen Gruppe zum Beachvolleyball traf, stellte sich ein jüngerer Teilnehmer vor. Ein anderer reagierte dann mit „Aaah TikTok und so“ und nickte ihn grinsend an.

8.2.2 Leitfadeninterview via Skype mit Befragter 2, geführt am 19.12.2020

I: Dann legen wir direkt los. Wie du ja weißt, wollen wir heute über TikTok reden und wie besprochen, zeichne ich das Gespräch auf. Aber du brauchst dir keine Sorgen machen, es gibt keine falschen Antworten. ... Wir haben heute eine etwas schlechte Verbindung (*Gesprächsteil zur Verbindung wird nicht ins Transkript übernommen, da nicht relevant für die Arbeit*). ... Auf jeden Fall, kannst du ganz beruhigt deine Aussagen treffen, in der Arbeit werden keine Klarnamen genannt, es bleibt alles anonym und vertraulich. Hast du dazu eine Frage?

B: Bis jetzt alles klar. Nur deine Verbindung ist mies. (*Lacht*)

I: Ich sag mal so. Ich versuche nicht so lange zu reden. Sodass, wenn wir eine Zeitversetzung haben, alles hoffentlich einigermaßen klar ankommt.

B: Okay.

I: Dann würde ich gerne zum Einstieg dich ein bisschen besser kennen lernen. Sprich: erzähl mir doch einfach mal, was du so arbeitest, was du neben der Arbeit machst und wie du deine Zeit so verbringst.

B: Okay. Ich arbeite im Tipi, als Tellertaxi, normalerweise. Ich habe eigentlich studiert, aber dann kam Corona. Dann kamen wir in Kurzarbeit und ich habe meinem Bruder in seinem Friseursalon geholfen. Ich habe seinen Salon gemanagt, kaufmännisch, und bin dann bisschen in die Friseurbranche eingetaucht und habe angefangen Haare zu machen. Ich arbeite eigentlich mehr, als dass ich Freizeit habe. Und wenn ich Freizeit habe, dann schlafe ich (*lacht*), chille mit meiner Family, treffe mich mit Freunden. Also so, keine Ahnung, das ganz normale Leben einfach. Oder ich chille halt auf Instagram oder TikTok.

I: Demnach arbeitest du jetzt momentan Vollzeit als Friseurin?

B: Ja, also ich arbeite als Salonmanager, aber nicht als Friseurin. Ich bin ja keine Friseurin. Also ich bin fachmännisch nicht in der Lage, also doch eigentlich schon, aber nicht so ganz. Also deinen Haarschnitt bekomme ich hin.

I: Du hast erwähnt, du hattest studiert, beziehungsweise angefangen zu studieren?

B: Ja, also ich hatte schon ein Studium zum Art Director beendet und dann habe ich angefangen auf Lehramt Deutsch und Englisch zu studieren. Als mein Bruder dann seinen zweiten Laden aufgemacht hatte, hat er Hilfe gebraucht und mein Studium kam dann etwas ins Straucheln und dann habe ich abgebrochen und den Salon hauptberuflich gemanagt.

I: Ja. Und du wohnst in Berlin, richtig?

B: Genau, ich bin in Berlin geboren und aufgewachsen.

I: Und wie wohnst du, in einer WG, oder wie ist das bei dir?

B: Ne. Es ist kompliziert. (*Lacht*) Ich habe eine eigene Wohnung, aber in der wohnt meine beste Freundin, deswegen wohne ich noch Zuhause bei meinen Eltern. Kompliziert.

I: Also praktisch gesehen wohnst du allein?

B: Praktisch gesehen, wohne ich allein.

Die Wohnsituation stellt sich im Laufe des Gesprächs eher als WG heraus. Die Befragte und ihre beste Freundin wohnen in der Wohnung, die der Befragte selbst gehört.

I: Gut, soviel erst mal zum ersten Einblick. Ich würde dich jetzt gerne um etwas bitten. Du hast bestimmt dein Handy parat? Befragte hält Handy in die Kamera. Wunderbar. Wenn es für dich okay ist, hätte ich gerne, dass du mir mal ein paar deiner gelikten TikToks zeigst.

B: Erst mal gucken: ich habe hier jetzt 48 Likes bekommen, das muss ich kurz verarbeiten. (*Grinst*) So, gelikt.

Gezeigt werden vier Videos. Im Ersten ist ein Mann, schätzungsweise Mitte/Ende 20, zu sehen, der einen komödiantischen Dialog einspricht, in dem er die Rolle eines Mannes und einer Frau (gekennzeichnet durch eine gelbe Perücke) in einer Beziehung einnimmt. Das Gespräch wird auf Deutsch geführt. Befragte lacht am Ende des Videos.

B: Also, wenn du TikTok hast, solltest du ihn dir unbedingt angucken.

Im zweiten Video handelt es sich um den gleichen TikToker, der einen Sketch darstellt in Form von drei Charakteren, die er selbst spielt. Gesprochen wird in unterschiedlichen deutschen Dialekten. Befragte lacht während des Videos und am Ende.

P (*immer noch lachend*): Sorry, ich kenne ihn persönlich, das macht es natürlich noch witziger. Ich bin mit ihm aufgewachsen und dann ist es halt viel lustiger, wenn du so ne Scheiße siehst. (*Lacht*) Und dann ist auch noch die geil, eigentlich gibt's voll viele geile Sachen:

Befragte zeigt ein Video, in dem eine Frau einen Dialog zwischen Mutter und Tochter darstellt. Die Rollen spricht sie selbst mit unterschiedlichen Stimmen auf Englisch und mit überspitztem, russischem Akzent.

P (*kichert*): Die ist Bombe. Also das war so die Comedy Fraktion, dann kommt jetzt die verzweifelte Frauen Fraktion, warte. (*Lacht*)

Zu sehen ist ein Foto von einem Mann (auf Grund der schlechten Verbindung, war der Text dazu nicht zu erkennen) nach dem Foto sieht man einen attraktiven Mann, der sich im Spiegel filmt.

I: Okay, jetzt verstehe ich auch was du meinst.

B: Genau, davon gibt's mehrere Videos, aber ich wollte nicht gleich damit starten. (*Lacht*)

I: Und sind bei dir zum Beispiel auch Tiere vertreten?

B: Wenn du damit Männer meinst? (*Lacht*) Nein, Spaß. ... In meinen Likes, eigentlich nicht. Es gibt aber auch viele traurige Sachen, die ich like, die ich auch sehr fragwürdig finde. Es gibt viele TikToks, die gemacht werden, die ich extrem schockierend finde. Die like ich auch, um sie mir wieder reinzuziehen. Aber auch, weil ich selbst TikToks mache und zu bestimmten Inhalten würde ich gerne mal Statements machen, daher like ich sie, und behalte sie, dann kann ich die irgendwann verwenden. Aber so „do it yourself“-Kram habe ich auch. Damit man vielleicht auch aus der Langeweile irgendwann mal vielleicht mit so einem Kack berühmt wird.

I: Okay, das ist schon mal für den ersten Eindruck ganz hilfreich.

P (*schaut weiterhin aufs Handy und ruft*): Ich habe Tiere! Ich habe es gerade gefunden, willst du es sehen?

I: Danke, ich denke das reicht erst mal.

P (*grinst*): Also ich habe auch Tiere ... fürs Protokoll.

I: Wenn du generell die App öffnest, gerade eben ist dir schon aufgefallen, dass du neue Likes bekommen hast, wie verwendest du die App? Bleibst du erst mal auf dem Feed, der als erstes angezeigt wird und scrollst da runter? Oder was machst du?

B: Die App öffnet sich ja normalerweise auf der „For You“- oder der „Folge ich“-Seite von alleine und, das ist unterschiedlich, und wenn ich neue Likes habe, dann ploppt das unten auf. Ich checke welches Video gelikt, oder kommentiert wurde. Dann sehe ich, welches Video ist gut angekommen. Ich bin relativ neu auf TikTok, ich mache das jetzt seit einem Monat, maximal, aber ich hatte TikTok schon, als es noch musical.ly war. Also ich habe auch Videos von musical.ly-Zeiten noch drauf, wo es nur um Lip-Syncing ging und so. Ich ärgere mich tatsächlich darüber, dass ich damals nie weiter gemacht habe, sonst wäre ich jetzt nämlich reich. (*Lacht*) Wenn ich die Likes und Kommentare gecheckt habe, dann gehe ich auf die „For You“-Page, weil mich weniger interessiert von dem, was die posten denen ich folge als die „For You“-Page. Das interessiert mich am meisten, weil ich eigentlich checken will, oder mich interessiert, wie, oder was auf die „For You“-Page kommt. Manchmal sind das voll die unnötigen, dummen Sachen. Und ich denk mir so: „Bro ... Was?“

I: Also kommen auf deiner „For You“-Page auch Sachen auf, die du gar nicht gut findest?

B: Ja, man! Extrem viele! Also wir sind ja „alt“ quasi für TikTok. (*Kichert kurz*) Es sind eher Jugendliche und Kinder vertreten als Erwachsene. Klar auf meinem „For You“-Feed sind auch mehr Erwachsens, weil ja ein Algorithmus dahinter ist, der mir zeigt, was ich sehen will. Denke ich, hoffe ich. Ich hoffe sehr, dass es so ist, dann würden Kinder auch mehr Dinge sehen, die sie cool finden und ich sehe Dinge, die ich eventuell cool finde auf meiner „For You“-Page. Wenn die „For You“-Page nicht bei allen gleich ist, ist das ziemlich gut. Aber wenn sie gleich ist, gibt es Dinge, bei denen ich manchmal sprachlos bin.

I: Okay. Würdest du denn sagen, du neigst recht schnell dazu etwas zu liken, wenn dir etwas gefällt?

B: Ja, schon.

I: Und kommentierst du dann auch?

B: Mittlerweile öfter, früher gar nicht, weil ich mittlerweile festgestellt habe, wenn man mehr kommentiert, erregt man auch Aufmerksamkeit und dadurch kann man Follower gewinnen. Das klingt voll eklig. (*Lachend:*) Also ich kommentiere nur, damit ich berühmt werde.

I: Das ist auch eine Motivation.

B: Es gibt so viele Leute auf TikTok, die nur Scheiße machen, und Millionen an Follower haben, und damit ihr Geld verdienen. Und dann gibt's Leute ... Ich will jetzt nicht behaupten ich bin übertalentierte, aber ich bin's. (*Grinst*) Ich singe seit zehn/elf Jahren und dann gibst du dir Mühe und machst keine Ahnung was. Dann gibt's 200-300 Views und vielleicht 20 Likes. Das ist für den ersten Monat schon ganz cool, aber manchmal fragt man sich, was man noch machen kann. Nicht, dass die anderen es nicht verdienen, aber manchmal fragt man sich dann schon warum? Kein Slutshaming, aber auf der „For You“-Page siehst du manchmal Frauen, die ihren Arsch oder ihre Titten zeigen und die Millionen an Aufrufen haben. Das ist kein Talent – wir haben alle Titten.

I: Ich verstehe, was du meinst.

B: Auf der anderen Seite ist TikTok auch keine Talentshow. I don't know. Aber ja, ich kommentiere, in der Hoffnung, dass ich dann Aufmerksamkeit generiere und die Leute auf meine Seite gehen, und dann hoffentlich das cool finden, was ich mache. Manchmal aber auch, weil es einfach witzig ist.

I: Und checkst du manchmal gezielt Hashtags ab?

B: Wenn ich meine eigenen Videos mache, oder wenn ich Suche?

I: Generell. Also beides.

B: Ich suche nie ein TikTok, außer bei dem einen, den ich dir vorhin auch als erstes gezeigt hatte. Da suche ich gezielt, weil ich den hart feiere. Und bei dieser „Russin“ und dem Kind „OJ“ (*Charaktere einer erwachsenen Frau*) suche ich auch gezielt, aber dann gehe ich auf deren Seite direkt. Aber ich check schon die Hashtags und sehe, die verwenden oft „#fyp“ statt „#fy“ oder so und bei den Deutschen steht auch ganz oft „#fürdich“, das war ganz am Anfang nicht so.

I: Aber du suchst nicht spezielle Inhalte, wie zum Beispiel bestimmte Challenges?

B: Ne, die Challenges werden ja eigentlich angezeigt und ab und zu steht da „#redbull“ irgendwas-Challenge, aber meistens sind diese Challenges voll unattraktiv für mich. Aber manchmal, wenn mir langweilig ist schon.

I: Okay, Dann nehmen wir jetzt erst mal wieder kurz Abstand zu TikTok. Jetzt ist heute Samstag, kurz nach elf Uhr. Was hast du bisher heute gemacht?

B: Ich bin aufgestanden, habe meinen Laptop geholt (*lacht*), ihn angeschlossen, dir geschrieben und liege noch im Bett. Für mich ist jetzt gerade morgens, normalerweise würde ich jetzt aber arbeiten.

I: Wie würdest du normalerweise deinen Arbeitstag gestalten. Hast du eine Morgenroutine vor der Arbeit?

B: Genau. Normalerweise: aufstehen, duschen, fertig machen, frühstücken. Entweder bin ich bei meiner besten Freundin, also in meiner Wohnung, so wie heute, dann würden wir zusammen frühstücken, wenn sie auch nicht so früh wegmuss. Oder ich frühstücke allein, dann ist man halt mit sich selbst, dem Essen und dem Handy.

I: Ab wann fängst du an dein Handy zu verwenden, wenn du morgens aufstehst?

B: Ab dem ersten Moment, wenn ich morgens aufwache.

I: Verwendest du den Handywecker?

B: Nein, tatsächlich wache ich so auf.

I: Ganz ohne Wecker?

B: Ja, man.

I: Spannend, glaube nicht, dass ich das könnte.

B: Doch, irgendwann kannst du das.

I: Ich würde gern mal einen typischen Tag mit dir durchspielen und auch schauen, wann du welche Medien verwendest. Vorweg die Frage, hast du noch einen Fernseher?

B: Ne, aber schon lange. Also ich habe einen Fernseher, den ich aber nicht zum TV-Schauen verwende, sondern habe in der ersten Lock-down-Phase viel geneflixt. Aber eben über HDMI-Kabel mit dem Laptop dann, einfach für einen größeren Bildschirm, oder ich habe dann auch viel auf der PS4 gechillt. Viel gezockt. Wart mal kurz...

Beste Freundin kommt kurz rein und fragt etwas

B: Ja, das war gerade meine beste Freundin.

I: Die jetzt gerade WAS gefragt hat?

B: Wie lange wir noch machen, weil sie Frühstück gemacht hat. Ich meinte, bestimmt noch ne halbe Stunde, dann meinte sie, sie isst schonmal.

I: Sehr nett.

B: Ja, man.

I: Magst du mir mal so einen typischen Arbeitstag erzählen? Wir gehen davon aus, du gehst zum Friseursalon.

B: Genau, also ausgehend davon bin ich um viertel nach zehn dort, weil wir um halb elf starten. Dann werden alle Sachen abgelegt, ich mache meinen Laptop auf, setze mich an den Tresen, das mag mein Bruder gar nicht, aber ich bin halt keine Friseurin, oder Friseur-Azubin. Ich bin halt wirklich nur für den Empfang, fürs Telefon und fürs Marketing zuständig. Ich mache hauptsächlich Marketing, also Instagram und TikTok und alles andere halt. Eine Sache, die mich zu TikTok inspiriert hat ist, dass ich geguckt habe, was für Kanäle andere Friseure nutzen, um ihr Marketing zu machen. Einer, der mich inspiriert hat das zu machen, war ein Friseur. Dann setze ich mich hin und schaue, was wir für Termine haben, was ich filmen kann, was ich schreiben und texten kann, was für Gewinnspiele könnte ich vielleicht machen. Dann ziehe ich mir nen

Kaffee, und zwischendurch mache ich wenig von dem, was ich vorhabe, und wasche stattdessen Haare, fege, packe ein, trage Ansatzfarbe auf, oder helfe mit, mach Wäsche.

I: Wie lange ist dein Arbeitsweg?

B: Wenn ich hier bei meiner besten Freundin bin, dann ist der mit dem Bus 15 Minuten und mit dem Auto fünf, und wenn ich Zuhause bin, ne Stunde.

I: Bist du dann eher mit öffentlichen Verkehrsmitteln unterwegs?

B: Genau.

I: Ist das, dann für dich auch Zeit, in der du Social Media checkst?

B: Eigentlich eher selten. Ich bin eher jemand, der im Bus chillt und dann Musik oder ein Hörbuch hört, oder Musik hört und ein Buch liest. Und ich weiß nicht, ob du das kennst, aber wenn ich Bücher lese, werde ich immer müde, egal wie spät es ist. Dann muss ich das weglegen, und mir was anderes reinziehen, damit ich wieder on Track bin. Ganz komisch. Dann checke ich schon auch Instagram, was da so abgeht, oder TikTok. Jetzt kommt bei mir noch Twitch ins Gespräch.

I: Also würdest du dich als Social Media affin bezeichnen?

B: Wenn du „affin“ und nicht addicted nennst: Okay. Ist aber nett, dass du das so ausdrückst.

I: Wir gehen mal in deinem Tag noch weiter, du wirst ja nicht bis zum Umfallen arbeiten.

B: Ne. Ich bleib aber bis zum Ende. Mein Bruder macht oft Überstunden und ich bleibe mit ihm dort. Er ist halt mein Bruder und ich kann nicht Feierabend machen, wenn er nicht fertig ist. Wir machen meistens also zusammen Feierabend, anstatt 19 Uhr meisten 20 Uhr oder 20 Uhr 30, räumen auf, dann ist es schon 21 Uhr und dann ist er manchmal so nett und fährt mich nach Hause, wenn ich in Schöneberg bei meiner besten Freundin bin, oder ich fahre dann zu mir, also zu meiner Family. Ich chille dann mit meiner Family und meinen Eltern, schau, ob meine Mum vielleicht was zu essen gemacht hat. Dann esse ich noch was. Dann gibt es zwei Möglichkeiten. Ich gehe in mein Zimmer und entweder ich mache mein Ringlicht an und drehe ein TikTok – ich versuche eigentlich jeden Tag eins hochzuladen, um halt in diesen Algorithmus zu kommen – oder ich gehe live auf Instagram. Einfach weil du da so eine social Base hast, die dir halt sonst fehlt. Als diese Ausgangssperre Anfang des Jahres war, habe ich auch ganz viel geinstagramt, und dann habe ich irgendwann gesagt, scheiß drauf, wenn ich sterbe, sterbe ich halt, ich gehe jetzt raus. Ich konnte nicht mehr. Ja, oder ich gehe schlafen.

I: Das sind so die Optionen.

B: Genau, abends lese ich halt kein Buch mehr, weil nach einem ganzen Tag Arbeit in meinen Kopf nichts mehr reinkommt.

I: Und gibt es auch Zeiten, oder Tage, an denen du versuchst deinen Social Media Gebrauch zu reduzieren? Gibt es bestimmte Tageszeiten, zu denen du sagst, da machst du nichts?

B: Ja, also wenn ich bei meiner Familie bin, bin ich gar nicht auf Social Media, dann bin ich auch selten am Handy, auch wenn ich mit meinen Nichten und Neffen spiele. Wobei ich dann das Handy manchmal nutze, um sie aufzunehmen, weil ich sie witzig finden, weil sie noch so klein sind und voll süß. Aber diese Sachen würde ich niemals hochladen oder so. Es gibt ja Leute, die das machen, um fame zu werden. Das würde ich nicht so machen. Ich mache das

einfach nur, weil es voll Spaß macht, und dann kann ich ihnen das mal zeigen, wenn sie älter werden. Genau, also wenn ich mit meiner Family bin, benutze ich Social Media eigentlich gar nicht. Null. Generell, wenn der soziale Kontakt da ist, wenn man in einer Gruppe ist, oder so, und es gibt was zu reden oder Action, dann benutz ich das wenig. Ich merke das aber auch mit meiner besten Freundin manchmal, dass wir zusammen chillen und gleichzeitig beide auf Social Media sind. Aber da ist es halt wie in einer Beziehung, du kannst nicht ständig mit jemandem quatschen. Du bist manchmal physisch bei der Person, und das reicht. (*Lacht*) Dann musst du nicht noch verbal und psychisch dabei sein. (*Lacht*)

I: Okay. Und gibt es auch Momente, in denen du dir TikTok nicht allein anschaust, sondern mit jemandem zusammen, oder wo du vielleicht jemandem etwas zeigst?

B: Ja, ja. Mit meiner besten Freundin ganz oft, oder wenn man halt, typisch, auf Klo ist. Dann sieht man was Witziges und schickt das jemandem. Ich habe auch eine WhatsApp-Gruppe mit meinen Geschwistern, da schicken wir uns gegenseitig Sachen, die todeslustig sind, oder todes-süß. Letzt hat mein Bruder einen kleinen Affen reingeschickt, der ein Packet aufmacht mit Reisverschlüssen und dann mit denen spielt. Ich denk mir dann nur so, oh mein Gott, der ist intelligenter als 90% dieser Menschheit.

I: Das klingt so als würden recht viele Leute in deinem Umfeld TikTok verwenden.

B: Ja. Also viele verwenden es halt nur, um sich zu belustigen. Vielleicht so fünf, die ich persönlich kenne machen aktiv TikToks. Meine Nichte macht aktiv TikTok, die hat über 1.000 Follower.

I: Krass.

B: Ja, ja, die ist richtig krass. Sie ist 13 und die ist schon gut unterwegs.

I: Und wie findet sie dann zum Beispiel, dass du TikTok angefangen hast?

B: Die findet das cool, ich bin ja sowieso die coole Tante für sie. Und dann findet sie das noch cooler, wenn ich mitmache. Und meine kleinere Nichte ist sieben, die macht selten mit ihrem eigenen Handy TikTok, auch voll süß, so: „Hallo Leute, ich probiere heut mal diesen Joghurt für euch aus, oder diese Bonbons, die sollen wohl sehr sauer sein“, dann isst sie die, sind überhaupt nicht sauer. Die Sachen schaue ich, weil sie halt meine Nichte ist, und meistens filmt ihre Mama sie. Das ist halt auch krass. Das finde ich schon krass, dass die so jung sowas machen.

I: Ja. So viel zu den Reaktionen von jüngeren Leuten in deinem Umfeld, wie sind denn die Reaktionen von Leuten in deiner Altersklasse?

B: Die Leute lachen. Also Freunde von mir, die das sehen. Die lachen mich nicht aus, sondern lachen, weil ich witzige Sachen poste, oder liken, wenn ich singe. Dann wird aber nicht viel dazu gesagt. Meine Eltern finden ich bin zu alt dafür. Mein jüngerer Bruder findet ich bin peinlich, und habe kein Schamgefühl. Meine anderen Freunde, in meinem Alter, machen ja selbst TikTok, also die meisten. Die versuchen alle irgendwie berühmt und reich zu werden, damit sie nie wieder arbeiten gehen müssen.

I: Würdest du sagen, dass sie das nur spaßig meinen, oder denkst du, da steckt wirklich eine Ambition dahinter?

B: Bei den meisten, hat es just for fun angefangen, mit ihren Talenten oder ihrem witzigen Dasein, ihrem Humor, und dann wurde es gehypt. Also zwei, die ich kenne, leben schon halbwegs davon. Die haben 70K Follower oder so. Das ist halt schon ne andere Hausnummer. Ich

habe auch ne Freundin, die hat vielleicht ne halbe Million Views auf ein Video bekommen, in dem sie ihr Zimmer renoviert, aber sie hat halt gar nicht weiter gemacht. Es hat sie nicht interessiert. Ist ja auch okay. Sie hat auch 7.000 Follower und könnte damit locker live gehen und damit Geld verdienen und da hat sie aber keinen Bock drauf. Sie hat aber auch zwei Kinder.

I: Du hattest damals schon mit musical.ly angefangen. Erinnerst du dich noch, wie du dazu gekommen bist?

B: Durch meinen besten Freund. Der ist Microinfluencer auf Instagram und hatte dann musical.ly, das war Lip-Syncing, und das fand ich cool, und dann haben wir das angefangen zu machen. Und dann haben wir irgendwie aufgehört und bereuen es ein bisschen.

I: Wie du ja gesagt hast haben sich TikTok und musical.ly fusioniert, beziehungsweise die Firma von TikTok hat musical.ly aufgekauft und alles übernommen. Wie gings für dich nach dem Zusammenschluss weiter?

B: Ich habe das erst mal gar nicht mitbekommen. Ich hatte kein musical.ly dann. Also ich hatte ganz lang gar kein Social Media, bis auf Facebook und Instagram und ich war auch gar nicht so aktiv. Ich bin auch ein super schlechter Poster auf Instagram. Ich habe keine Ahnung von Algorithmen und solchem Kram, für mich selbst. Für andere habe ich das gemacht, aber da planst du einen Post, aufgebaut auf Haare, oder Creme, oder was auch immer. Aber für einen selbst, sieht das aus wie Kraut und Rüben, durcheinander. Dann kam TikTok durch meine Nichte wieder, die die so viele Follower hat. Dann hat sie mir coole Videos gezeigt, die sie gemacht hat, die ich voll gefeiert habe.

I: Zu dem Zeitpunkt, hattest du TikTok nicht installiert?

B: Genau. Musical.ly war dann halt weg, deswegen hatte ich auch gar nicht mitbekommen, dass TikTok quasi musical.ly war. Ich habe das erst mitbekommen, als ich eins meiner musical.ly-Videos auf meinem Feed gefunden habe. Krass, ich habe das noch, dann war das mal musical.ly. TikTok hat extrem komische Regeln, oder die bannen halt schnell Leute, wenn du im Live(-Stream) zum Beispiel ne Kippe rauchst, dann wirst du sofort gesperrt. Dann gibt es halt ein TikToker, der davon lebt, scheinbar, und gesperrt wurde, wegen was auch immer. Dann haben die gezeigt, dass es viele E-Mails gibt, an die man schreiben kann, und da stand dann „musical.ly“-blablabla. Also ich weiß nicht ob TikTok musical.ly gekauft hat oder musical.ly TikTok, aber jedenfalls war da die Hauptfirma immer noch musical.ly.

I: Noch mal zurück zu deiner Nichte, weißt du wann das etwa war, dass sie dir das gezeigt hat?

B: Also Interesse für TikTok hatte ich glaube ich vor einem halben Jahr, da hatte ich aber nie was gemacht. Ich hatte die App, um durchzuscrollen. Man überschreitet auch eine gewisse Hemmschwelle, wenn man anfängt Videos zu posten und zu reacten und zu duetten. Es ist auch mit viel Arbeit verbunden die Sachen aufzunehmen, die man posten will. Oder letztens habe ich ein Rezept auf TikTok gesehen und nachgekocht mit meiner besten Freundin. Ich habe das versucht währenddessen aufzunehmen, ohne Hilfe, und das ist allein ohne Stativ oder Ausrüstung schwierig. Das klingt als wäre es ein riesiger Akt, aber es ist ein riesiger Akt. Dann ist mir erst mal klar geworden, nach diesem einen Video, wenn du es richtig schneiden willst und Musik unterlegen willst, und Sprüche dazu, dass es ein scheiß schwerer Job ist. Also es sieht für viele so aus, dass die TikToker easy money machen, aber das ist scheiße schwer. Es ist echt anstrengend. Dann hat man kein Bock mehr diesen Sound zu hören, den man drunter gesetzt

hat, man hat kein Bock sich noch mal tausend Mal reinzuziehen, was man gelabert hat und es richtig zu schneiden.

I: Und jetzt mit dem Hintergrund über diese Produktionsfragen, kannst du trotzdem dann, wenn du selbst TikTok schaust, die genießen, vielleicht die Arbeit sogar mehr wertschätzen?

B: Ja, auf jeden Fall. Also genießen sowieso. Weil was witzig ist, ist halt witzig, was traurig ist, ist traurig, das ist halt ne emotionale Sache. Aber du guckst halt schon ganz anders TikTok, wenn du selbst weißt, wie anstrengend es ist ein Video zu machen und derjenige hat jeden Tag so eins. Jeden Tag ein Video, wo er eine Perücke aufsetzen muss, was sagen muss, Perücke runter, aus dem Auto raus, auf die andere Seite, auf den Beifahrersitz setzen, sich noch mal von einer anderen Perspektive aufnehmen, dann wieder Perücke. Das ist schon scheiße schwer. Das ist schon mies anstrengend.

I: Ja. Ich würde jetzt gerne zwischendurch mal ein kleines Ranking mit dir zusammen machen. Ich werde dafür hier meinen Bildschirm teilen. Schauen wir mal, ob das alles hier funktioniert. So, kannst du das sehen?

B: Ja

I: Das ist eine Datei und da würde ich jetzt gerne mit dir die einzelnen Sozialen Medien, die ich aufgeschrieben habe, durchgehen und du sagst mir dann einfach eine Zahl zwischen eins und fünf. Eins steht für, ist für dich total unwichtig, da könntest du auch drauf verzichten und fünf steht dann für, ist für dich total wichtig, da könntest oder möchtest du nicht drauf verzichten. Soweit klar?

B: Jo.

Ranking

Twitter	3	Telegram	1	Tumblr	2	Vimeo	1	TikTok	3-4
Facebook	5	Instagram	5	XING	3	YouTube	1	Sonstiges	
WhatsApp	5	Pinterest	3	LinkedIn	5	Snapchat	2	- = wird nicht verwendet	

I: Fehlt dir noch was auf der Liste?

B: Jetzt noch nicht, aber Twitch ist für mich interessant. Damit würde ich vielleicht anfangen.

I: Schaust du denn schon was auf Twitch?

B: Ne. Noch gar nicht.

I: Also es ist interessant für dich, aber du verwendest es noch nicht.

B: Ja. (*Schaut sich die Liste noch an*) Ist krass.

I: Ja, es ist sehr spannend, wie fühlt sich dieser Überblick für dich gerade an?

B: Es ist heftig eigentlich, wenn man so überlegt, krass ich kann gar nicht auf Facebook verzichten. Okay, ich muss aber auch dazu sagen, ich nutze Facebook viel beruflich. Ich habe viel im Onlinemarketing gearbeitet, da sind viele Kunden in meiner Freunde-Liste. Das Wort „Freunde“, ich benutze das jetzt nicht irgendwie, wie bei Instagram, wo ich mehr persönliches preisgebe, und mit meinen Followern so chille, quatsche und live gehe, sondern ich bin halt auf

Facebook auch ein ganz anderer Schlag Mensch, weil ich ganz anderes Publikum habe und viele, viele Kunden und Geschäftsleute und Partner und ehemalige Geschäftspartner in meiner Freunde-Liste habe. WhatsApp ist natürlich mega wichtig, weil ich dadurch mit meiner Family verbunden bin, ich bin in Gruppen und wir können dadurch viel Zeit miteinander verbringen, ohne Zeit miteinander zu verbringen, das ist cool. Telegram hatte ich mal, aber ganz ehrlich, das ist unwichtig. Pinterest ist eigentlich auch schon wichtiger als drei teilweise. Ich benutze es aber noch gar nicht so doll. Ich habe zwar viele Pins und benutze das für Fotoshootings, wenn ich halt mit Models arbeite. Da macht man dann eine Pinnwand und dann sagt man „so in dem Stil wollen wir arbeiten“, oder „was hältst du von diesem Stil“, oder diesem Look. Und so kann man besser zusammenarbeiten. Oder wenn ich Projekte habe, mache ich mir quasi eine Mind-map auf Pinterest, was ich ziemlich cool finde. Aber ich bin auch der Meinung, dass Pinterest noch extrem unterschätzt wird und, dass es mega im Kommen ist. So wie damals TikTok, das hat damals keiner so richtig gesehen. Und dann kam die große Welle und der, der schon darauf geritten ist, hats halt mitgenommen und der, der noch nicht da war, muss jetzt erst mal surfen lernen auf TikTok und das kommt denke ich mal bei Pinterest auch. Ja LinkedIn ist für meine internationale Arbeit sinnvoll, da ist mir LinkedIn lieber als XING, obwohl ich bei beiden einen Premium-Account habe.

I: Und YouTube ist für dich gar nicht so wichtig?

B: Ne, YouTube war bei mir früher mega interessant. Also hättest du mich vor zehn Jahren gefragt, wäre YouTube save ne fünf gewesen. Aber mich kotzt es auf YouTube an, dass viel Werbung geschaltet wird. Das hast du zwar überall, aber da hast du es am offensichtlichsten, dass es halt um Geld geht. Du hast auch Werbung auf Facebook, aber links und rechts und zwischen den Posts versteckt, was psychologisch viel geiler gemacht ist. Und bei YouTube hast du direkt so eine scheiß Werbepause mitten im Geschehen und das nervt schon extrem. Snapchat hatte ich damals auch viel aktiver benutzt, hättest du mich vor fünf, sechs oder auch zehn Jahren gefragt, hätte ich bestimmt auch fünf gesagt, ist aber jetzt nicht so interessant für mich und ja TikTok ist jetzt nicht so lebensnotwendig, wie Facebook, oder Insta, oder WhatsApp. Aber es ist schon cool, oder wichtig. Ich muss sagen, ich habe halt Komplexe und ich habe durch TikTok auch viel überwunden. Ich bin durch TikTok, dann auf Insta öfter live gegangen, hab auf TikTok viele Videos von mir veröffentlicht, was ne krasse Überwindung ist, wenn man halt auch Komplexe hat und so, und Angst vor Meinung anderer. Ist schon cool. Aber es hat mir schon auch geholfen, auch wenn es einen Addicted-Faktor hat. Klingt voll komisch grade. Klingt als wäre es mein Therapeut. (*Lacht*)

I: Aber ich find es schön, weil ich eher auch viel Negatives gehört habe, dass es auch eher kontraproduktiv für eine gesunde Psyche sein kann.

B: Ich weiß es gar nicht, aber ich finde, es kommt darauf an, was für Inhalte du dir reinziehst. Auf TikTok gibt's auch viele, keine richtigen Therapeuten, aber so Motivationsleute und so. Das ist schon ziemlich interessant. Es gibt zum Beispiel einen, der heißt Wissensbert, da gibt's so Wissenssachen. Also mein Interesse liegt halt wo ganz anders, ich gucke voll gerne nach Interessantem, oder Wissenswertem, oder Psychologie heute oder sowas, das schaue ich gerne und bilde mich dadurch auch gerne weiter. Auch wenn es ein „Kindermedium“ ist, gibt es viele Erwachsene Leute, die geilen Content haben und nicht nur tanzen und mit ihren Brüsten wackeln, sondern was Interessantes zu sagen haben und das gucke ich mir gerne an. Dann gibt es Leute, die so eine Confidence haben, bei der du dir denkst „Bro?!“, oder „Schwester?!“, wie kannst du nur so confident sein. Und dann denke ich mir, warum nicht, warum kannst du nicht auch so sein. Dann machst du es einfach. Du wirst immer Shitstorm ernten, egal wie krass du singst.

I: Also motiviert dich das eher?

B: Ja schon. Auf jeden Fall.

I: Wenn du mal ganz frei assoziiert, wenn du TikTok hörst, woran denkst du? Nenn mir mal ein paar Schlagworte.

B: Comedy, Geld (*lacht*), also Geld verdienen mit TikTok tatsächlich, Comedy – also Comedy ist halt das absolute Schlagwort für mich, das ploppt in meinem Kopf richtig groß auf, weil ich das aber eben auch viel konsumiere auf TikTok – Musik, nicht nur wegen der Musik, die man unterlegt, sondern auch Musik machen, Arbeit, aber auch irgendwie Konsum.

I: Das ist doch schon mal ein guter Anhaltspunkt. Hast du denn bisher auch Momente gehabt, in denen du keine Lust mehr auf die App hattest und sie deinstallieren wolltest?

B: Deinstallieren nicht, also in letzter Zeit nicht. Das hatte ich damals mit musical.ly, da hatte ich keinen Bock mehr drauf und hab die App einfach deinstalliert. Ich hatte auch keinen Speicher mehr und musste mich einfach von Apps trennen. Das war so ne App, auf die ich eher verzichten konnte als zum Beispiel auf WhatsApp. Nö, aber bei TikTok hatte ich so einen Moment noch nicht. Aber ich muss dazu sagen, ich mach es jetzt erst seit einem Monat intensiv, dass ich TikTok nutze, gucke. Sonst habe ich die Videos von meiner Nichte gecheckt und das wars. Andere Sachen habe ich gar nicht gesehen. Ich war auch nie auf der App drauf. Ich habe ihre Videos gesehen gelikt und das wars, wenn sie mir die Links dazu geschickt hat. Mit der Zeit war man dann auf TikTok und es gab dieses „For You“. Ich habe das „For You“ am Anfang gar nicht verstanden. Ich habe mich immer gefragt warum da „Für Dich“ steht, was „Für Dich“? Dann habe ich es irgendwann verstanden und dachte, alles klar, du bist alt.

I: Alter ist ein gutes Stichwort, ich habe je nach Zeitung immer wieder Titel gelesen, die auf das Alter anspielen. Einer war zum Beispiel von der Süddeutschen Zeitung „Teenager am TikTok-Lagerfeuer“, auch abgezielt darauf, dass es die Plattform für Teenager schlecht hin sei. Wie siehst du das?

B: Ja, auch. Das war Facebook für uns auch. Wir waren auch Teenies, als wir mit Facebook angefangen haben, oder StudiVZ oder SchülerVZ oder so. Was so richtig Oldschool ist. Ich sehe bei TikTok sehr, sehr, sehr, sehr viele Erwachsene oder ältere Menschen. Ich sehe auch Anwälte, die TikTok haben. Großes Beispiel: Lenzen und Partner. Oder einen, den ich sehr feiere, den kenne ich schon seit seinem ersten TikTok-Video: Herr Anwalt, den kann ich nur empfehlen. Der hat super geilen Content. Der macht das spielerisch und super interessant und der labert nicht nur Scheiße. Also sind schon viele ältere oder halt erwachsene Menschen. Und als Plattform ist es glaube ich für den Konsum cooler für Teenager, aber für Arbeit, Reichweite, Marketing ist es geiler für Erwachsene. Also eine der geilsten Plattformen, die es gibt, in Bezug auf Marketing, Reichweite generieren, Fame bekommen, als Marke. Eine Marke werden, als Unternehmen eine Brand kreieren, dafür ist TikTok schon ziemlich krass. Ich würde jedem Unternehmen empfehlen sich TikTok zu machen, egal was die machen, auch wenn es nur super trocken um Finanzen geht, ich würde es jedem empfehlen.

I: Dann mit Hintergedanken an eine bestimmte Zielgruppe?

B: Es gibt halt für alles eine Zielgruppe, das habe ich bei Instagram gelernt, du siehst das auf TikTok aber noch viel krasser, dass es zu jedem scheiß Thema Videos gibt. Es gibt nichts, wozu es keine Videos gibt, also auch auf Toilette gehen wird dort thematisiert. Was ich halt doch krass finde, dass viele Leute ihre Schamgrenze verlieren. Es gibt schon schamlose Geschichten dort. Aber ansonsten, die Masse an Menschen, die das verwendet ist so groß. Das coole ist, es

muss ja niemand verwenden, um sich die Videos reinzuziehen. Sagen wir ich verwende es und du nicht, ich kanns auf WhatsApp teilen. Ich schick es dir, du kannst es dir trotzdem angucken ohne die App zu haben, oder du kriegst ein Link. Jeder hat Internet aufm Telefon, du kannst es dir trotzdem reinziehen. Und so hast du halt eine riesige Reichweite, du kannst jeden damit erreichen eigentlich, jeden. Ich kann kein Instagram live als WhatsApp schicken, ich kann kein Facebook live als WhatsApp schicken, oder ein Facebook-Video. Also nicht einfach so, du musste es erst mal runterladen, oder einen Link kopieren, auf drei Punkte klicken. Bei TikTok ist da ein Pfeil zu WhatsApp, bam verschickt. Das ist voll vereinfacht und damit erreichst du einfach jeden. Und es gibt für alles eine Nische auf TikTok, für alles.

I: Du scheinst ja schon mal gut begeistert zu sein. Wenn du dir jetzt vorstellen würdest, du wärst Teil des Entwicklerteams von TikTok und du hättest die macht etwas zu verändern, würdest du etwas verändern, und wenn ja, was?

B: Ja auf jeden Fall. Ich würde ein Support-Team erstellen. Also für D-A-CH zum Beispiel oder für Europa, USA, da gibt es kein eigenes Support-Team, wo man als Nutzer anrufen kann, wenn man zum Beispiel gebannt wurde ohne Grund. Das habe ich bei zwei TikTokers jetzt erlebt. Der eine war während seines Lives auf Omegle, das ist scheinbar auch irgend so eine online-Plattform, auf der man halt mit fremden Leuten Videochatten kann und da plopte ein Typ auf, der nackt war, und er hat sofort sein Handy weggedreht, weil Nacktheit auf TikTok verpönt ist und du wirst sofort gesperrt. Der Typ wurde gesperrt und er verdient sein Lebensunterhalt damit. In der Zeit von Corona, wo du nicht so leicht an einen Job kommst und du dir deinen Lebensunterhalt auf eine bestimmte Sache aufbaust, und du gebannt wirst und du erreichst niemanden, kein Support-Team, nichts. Du hast eine Million Follower, das ist schon ziemlich schwierig. Gerade wenn du Business damit machen willst. Die Plattform verdient ja auch Geld damit. Wenn ein User damit Geld verdient, hängt das ja nur damit zusammen, dass die Plattform auch Geld verdient. Andere User müssen diese Münzen kaufen, für eine gewisse Summe, das Geld geht an TikTok, und man kann dann halt im Live Geschenke machen an den TikToker. Ich denke mal, dass das so wie MeetMe funktioniert. Es gibt eine App, die ist ähnlich wie TikTok und heißt MeetMe, da kannst du halt auch live gehen, und da bekommst du Geschenke. Du kannst direkt live gehen, egal ob du ein, oder zwei oder 2000 Follower hast. Und ab einem bestimmten Geschenkwert, kannst du es gegen Geld eintauschen, so stelle ich mir das bei TikTok vor. So weit bin ich noch nicht dahinter gestiegen, aber ich stelle mir das halt so vor. Du kaufst Münzen, TikTok bekommt Summe X, und du musst eine gewisse Anzahl an Geschenken haben, damit du es gegen Geld eintauschen kannst. TikTok hat am Ende am meisten davon, aber es ist auch nice, wenn man als User was davon hat. Und ich finde es schade, wenn beide Seiten davon profitieren, also TikTok und der User, der halt auch eine gewisse Reichweite hat, dass da kein Support-Team dahintersteht, dass es maschinell geblockt wird. Ich finde es gut, dass sie so ein System haben, dass da direkt eine Blockade reinkommt, oder eine Warnung: Man sieht deine Zigarette im Live, mach sie raus, du wirst sonst gebannt. Viele Jugendliche sind dabei, die sollen nicht animiert werden das zu tun, oder Nacktheit zu zeigen, aber auf der anderen Seite, gibt's ganz viele TikToks, wo Frauen tanzen und man fast ihren ganzen Körper sieht und die animieren ja auch zu etwas. Ich weiß nicht was schlimmer ist, eine Zigarette zu rauchen, oder eine Frau, die absichtlich mit ihren Möpsen wackelt, um Follower zu gainen, und was das für ne Massage ist für die Jugendlichen. Ich weiß nicht was giftiger ist, dass man rauch bewirbt, quasi, physisches Gift, oder halt eben sowas und das ist psychisches Gift, weil man als junges Mädchen dann das Gefühl bekommt, wenn ich auch so bin, kann ich viele Likes und Follower bekommen und dann hat man ein ganz verqueres Selbstbild oder Frauenbild. Es wird sehr maschinell bei TikTok entschieden und ich würde mir wünschen, dass da ein Support-Team dahintersteht. Die haben das Geld, die können Leute bezahlen. Und damit

würde der Wert, des Produkts, also der App steigen. Das ist wie, wenn ein Friseur eine Tresenkraft hat, oder halt keine.

I: Gäbe es sonst Funktionen innerhalb der App, die du ändern wollen würdest?

B: Ich würde beim Stich eine Funktion ändern. Du hast ein Video, und wenn du es stichst, kommt die erste Hälfte und du kannst ergänzen, aber es wäre cooler, wenn man die erste Hälfte hätte, was ergänzen könnte und dann die zweite Hälfte käme. Wenn man sich das besser legen könnte, könnte man flexibler oder auch kreativer sein. Genau.

I: Wenn ich so an die Inhalte denke, fällt mir schon auch auf, dass es häufig amateurhaft wirkt. Weißt du wie ich meine? Und trotzdem ist es unheimlich lustig, wie geht's dir?

B: Gestern hat mir meine beste Freundin einen Typen gezeigt (*lacht*), der ist einfach so ein Idiot alter, aber der ist so witzig. Ich glaube der ist sich gar nicht im Klaren darüber, wie lustig er ist. Der haut Sprüche raus, die richtig gut passen. Ich habe ja auf Lehramt studiert, für zweieinhalb oder drei Semester. Und er sagt so, „Krass“, mit witzigem Sound noch unterlegt, „da wirst du Akademiker und studierst dein Leben lang, um am Ende mit nem verfuckten Fahrradhelm zur Arbeit zu radeln, wie ein Hurensohn.“ (*lacht*) Und irgendwie dachte ich mir so, krass, wenn ich an die ganzen Lehrer denke, die mit dem Bike zur Schule kommen, stimmt das (*lacht*) irgendwie. Ist schon heftig. Also es gibt viele Amateursachen, die sehr, sehr witzig sind. Ich glaube nicht, dass die Sachen gescrriptet sind. Ich glaube viele Sachen sind nicht gescrriptet. Auch bei Ru, das ist der mit der Perücke. Ich glaube er hat ne Idee, so könnte meine Freundin austicken zu dem und dem Thema, ich mache jetzt ein Video dazu und dadurch wirkt das so authentisch. Es wird in dem Moment gemacht. Das ist so, wie wenn ich Poetryslam mache, ich setzte mich jetzt nicht hin und überlege hundert Jahre, oh wie slame ich jetzt und was reime ich, sondern ich saß gestern im Bus und mir sind die ersten drei Sätze eingefallen, ohne Grund, das passiert einfach und daraus entsteht jetzt ein Poetryslam, zum Beispiel.

I: Ich verstehe, was du meinst. Wir neigen uns dem Ende zu. Ich würde gerne ein letztes Gedankenspiel mit dir machen. Wenn du dir vorstellst, du darfst wieder Teil des TikTok-Teams sein und müsstest eine Werbung entwerfen für TikTok, was würdest du in den Fokus nehmen, welche Funktionen würdest du vielleicht betonen, wie würdest du das gestalten?

B: Ich würde gar nicht eine Funktion gestalten. So eine Werbung, die ich im Kopf habe, gabs glaube ich schon mal bei der Telekom, dass ganz viele Leute Videochatten und daraus entsteht ein großes Bild. Dann entsteht aus den Videochats und Bildern ein großes T, mit dem pinken Telekomhintergrund. Ich würde das glaube ich ähnlich machen mit TikTok, weil es einfach eine geile Community ist und ich würde das auch als Community bewerben. Ich glaube damit erreicht man heutzutage am meisten, weil die Leute sich nach sozialen Kontakten sehnen und nach Austausch. Gerade jetzt zu Corona, wo alles so beschränkt ist. Ich würde das als Community bewerben, so „sei Teil der Community“. Dann würde ich ganz viele Videos nehmen und einblenden und dann im schnelldurchlauf zeigen und das wird immer kleiner und immer mehr und dann käme das T mit dunklem Hintergrund. Das wäre meine Idee für ne Werbung, also ich würde daraus ne Community-Werbung machen.

I: Und würdest du auf ein bestimmtes Alter zielen wollen, also sowohl wen du ansprechen möchtest als auch wen du zeigen wollen würdest.

B: Wahrscheinlich eher 16+/17+. Muss nicht unbedingt erwachsen nach dem Gesetz sein, aber schon etwas älter als ... sieben. Weil ich mir auch vorstellen kann, dass Jugendliche heutzutage

mit 16 weitaus reifer sind als wir früher mit 16. Also keine Ahnung, frag mich in zehn Jahren, dann ist ein sieben Jähriger auch reifer als eine 16-Jährige heute. Also 16+ denke ich mal, und dann unbegrenzt. Da ist halt für jeden was dabei. So wie im Dorf, von jung bis alt.

I: Wem würdest du denn TikTok empfehlen?

P (*überlegt lang*): Gute Frage. Schwierige Frage. Ganz schwierige Frage, ich weiß es nicht. Kann ich dir so gerade gar nicht beantworten. Wenn du so darüber nachdenkst ist es schwierig. Wenn du sagst, ich würde es Leuten empfehlen, die Komplexe haben, die könnten auch noch mehr Komplexe bekommen. Das hängt halt mit dir zusammen, ob du dadurch motiviert wirst, oder, wie du gehört hast, eher runtergezogen wirst.

I: Naja und du hast ja schon gemeint, du würdest es keinem sieben-Jährigen empfehlen, eher ab 16+, also würdest du eher weniger sagen, dass es was für Kinder sein könnte?

B: Es ist schon witzig für Kinder, aber wenn es die Eltern kontrollieren, ist natürlich cool. Also Kinder können halt, weil sie so unbeholfen sind und spontan, und nicht darauf achten, wie sie aussehen oder sich bewegen, am witzigsten sein. Am ehrlichsten, am echtsten. Andererseits gibt es da auch die Frage von Pädophilie im Internet oder Cybergrooming. Wenn du einem sieben- oder zehn-Jährigen das Handy in die Hand drückst – und es gibt ja schon ganz viele, die so jung Handys haben, ich sehe das bei meinen eigenen Nichten und Neffen, die sind sechs und sieben und haben auch Handys – und es keine Sperrzeit gibt, und alles runtergeladen werden kann, dann ist das super gefährlich. Generell finde ich, dass Kinder im Internet eigentlich nichts zu suchen haben. Wobei meine eigene Nichte jetzt auch TikTok hat, das macht sie halt nur zum Spaß, aber auf der anderen Seite gibt es halt Pädophile, ob jetzt online oder offline. Ob auf Instagram oder TikTok, und auch wenn dein Konto privat ist, es gibt tausend Wege das zu hacken, und sich reinzuziehen, runterzuladen und zu verkaufen. Allein der Gedanke, dass sich jemand drauf einen runterholt, wenn er meine Nichte sieht. Allein der Gedanke ist schon grotten eklig und abartig. Ich habe erst neulich auf TikTok gesehen, dass sich eine Mutter dort angemeldet hat, um darüber zu reden, was ihrer Tochter passiert ist. Die hat drei Videos gepostet, wo sie auf Papier geschrieben hat, was passiert ist, weil sie darüber nicht reden konnte. Ihre zehn-, oder sieben-Jährige Tochter, hat jemanden auf Instagram kennen gelernt, der behauptet hatte er sei 14 und hätte sich in sie verliebt, blablabla. Sie hatte Sperrzeit und wollte extra Minuten haben. Die Mutter hat nein gesagt, und untypisch für die ruhige Tochter, hat sie bockig reagiert, geschrien und geweint. Das kam der Mutter komisch vor. Als die Tochter geschlafen hat, hat die Mutter das Handy genommen und gesehen, dass sie mit diesem Typen auf WhatsApp schreibt, der ihr Bilder von seinem Penis schickt, der sie bittet, sich zu fotografieren, erst angezogen, dann in Unterwäsche und dann nackt, dann auch Nahaufnahmen von ihren Genitalien und das zu schicken. Das ist echt krass, ich habe fast geheult, als ich das gesehen habe. Die Mutter ist zur Polizei gegangen und die Tochter ist dann auch in psychologische Behandlung. Ich find keine Worte dafür, der Typ ist über 40.

Ist halt auch super interessant, du kannst viel Wissenswertes über TikTok erfahren. Letztens habe ich gesehen, dass sich Pädophile eine eigene Flagge gemacht haben, die so aussieht wie die LGBTQ-Flagge nur nicht so knallbunt, sondern in Babyfarben, Babyrot, Babyblau, aber der komplett gleiche Aufbau, und wollen damit Akzeptanz bekommen, sowie die Homosexuelle- und LGBTQ-Szene. Und die wollen als vollwertige Mitglieder der Gesellschaft akzeptiert werden. Da bedienen sie sich der LGBTQ-Farben in süß, das ist schon richtig heftig, das habe ich auch erst durch TikTok erfahren. Da war keine Schlagzeile zwischen all den Corona-Geschichten, dass das irgendwie in den Medien war oder so.

Es ist ne coole App, aber für Kinder, ich glaube nicht. Kleine Kinder, sollten auf jeden Fall kein TikTok haben.

I: Ich würde zum Ende gerne mal noch auf deine eigene Produktion eingehen, wenn du selbst Videos machst, achtest du auf gewisse Dinge? Auf welche Dinge achtest du?

B: Ja, also es kommt drauf an, was ich mache. Wenn ich singe achte ich darauf, dass ich den Ton treffe, klar. Wenn ich was Witziges mache, dann dass die Szenerie irgendwie stimmt, also ich musste schon oft TikToks löschen und neu aufnehmen, das dauert auch richtig lang. Gerade wenn du Lip-Syncing machst und derjenige spricht schnell, dann ist das übertrieben schwer. Auf genug Licht achte ich, und darauf, dass ich nicht aussehe wie der Tod. (*Grinst*) Es kommt halt drauf an. Es gab ein Trend, dass alle die Einzelheiten ihres Gesichtes zeigen und zeigen was für einen schönen Mund, und Nase und Augen sie haben, wie können sie dann insgesamt so hässlich sein. Ich habe das umgedreht und ungeschminkt gemacht mit der Message, dass wir insgesamt alle schön sind. Das war mir dann egal wie ich aussehe. Wenn ich inhaltliche Sachen poste, achte ich auf den Inhalt und auf Grammatik. Ich rede nicht einfach so. Das ist mir wichtig, weil es mich aufregt, wenn ich bei anderen höre, dass sie schlecht oder nicht gut Deutsch reden.

I: Ich würde jetzt gerne noch mal kurz auf deine Lebenssituation zusprechen kommen. Wir sind ja dieses Jahr alle ein bisschen überrollt worden, sage ich mal. Wie siehts denn in deinem momentanen Alltag aus, in deiner Lebenssituation? Kommst du zurecht, fehlts dir an was? Wie zufrieden bist du gerade?

B: Also, wenn du mich im ersten Lockdown gefragt hättest, da war ich die ersten zwei Wochen sehr depressiv und habe jeden Tag ungelogen von zehn bis 22 Uhr nur Netflix geschaut, bin dann nur aus dem Zimmer gegangen, um was zu essen zu machen, bin ins Zimmer gegangen habe da allein gegessen. Da war meine Angst zu groß die Familie zu treffen, weil meine Eltern Risikopatienten sind. Und dann habe ich gedacht, scheiß auf alles, ich geh jetzt einfach raus. Das war eine ziemlich geile Zeit. Die Stadt war so leer, aber es war richtig geil, die Leute haben Musik auf ihrem Balkon gespielt mit Bassanlagen. Neukölln, war richtig, richtig cool. Der jetzige Lockdown ist erst seit zwei, drei Tagen für uns, deswegen, kann ich es dir gerade gar nicht so sagen, wie ich mich fühle. Irgendwo entspannt, weil ich seit ich 15 bin nie nicht gearbeitet habe. Okay ich war ein Jahr arbeitslos, aber das zählt nicht in fast 15 Jahren, finde ich. Man entschleunigt extrem. Also Corona ist ein krasser Fluch, weil es viele Menschen das Leben gekostet hat, aber andererseits ist die Lockdown-Phase, in der man zuhause sein muss – muss und nicht darf – auch irgendwo ein Segen, weil man entschleunigen kann und Zeit mit sich verbringen kann und reflektieren kann, wer man ist, was man will und, ob das, was man die letzten Jahre gemacht hat, wirklich das ist, was man will. Das ist schon ziemlich krass. Also ich bin schon ziemlich happy gerade. Ich finde es zwar ziemlich traurig, dass wir grade nicht arbeiten können, aber ich mache eine Weiterbildung jetzt in der Zeit und meinen Führerschein fange ich jetzt an. Ist wohl jetzt auch in der Diskussion, ob der Lockdown bis April gehen soll, dementsprechend, ja.

I: Wie ist es denn für dich gerade finanziell, wenn ich fragen darf?

B: Ich muss einen Hartz-IV-Antrag stellen. Ich bekomm jetzt Kurzarbeitergeld, ich habe bei meinem Bruder ja nur ausgeholfen und habe nur vom Tipi gelebt. Ich habe im Sommer in der Sicherheit gearbeitet im Mauerpark, da habe ich gutes Geld verdient und ich hatte die Hilfe im ersten Lockdown von der IBB, weil ich Fotografin bin und selbständig bin und keine Aufträge, keine Hochzeiten, kein gar nichts mehr bekommen habe. Das half mir schon. Und jetzt lebe ich halt nur vom Kurzarbeitergeld vom Tipi, was halt nichts ist. Das sind 60% oder 70%, sind 350

Euro, die ich bekommen habe. Und ich muss halt einen Hartz-IV-Antrag stellen. Aber das ist voll okay. Ich habe damals mein privates Studium gemacht und 15.000 Euro dafür bezahlt, ich hatte eine im Kurs, die hat das vom Jobcenter gezahlt bekommen, die war 55 und ich war 18 oder so und ich finde das fehlinvestiert vom Staat. Er gibt 15.000 Euro für jemanden aus, der in zehn Jahren in Rente geht, statt das in jemanden zu investieren, der jung ist und noch 50 Jahre in die Rentenkasse einzahlt. Ich hatte mich damals geschämt Hilfe vom Staat anzunehmen, auch wenn ich sie gebraucht hätte. Ich bin lieber arbeiten gegangen. Das war für meinen Kopf und meinen Körper kacke. Jetzt bin ich alt genug, um zu sagen, dass ich mich nicht dafür schäme, das zu machen. Ich würde nicht nur Hartz-IV beantragen, sondern vom Jobcenter auch finanzieren lassen, worauf ich bock habe. Die finanzieren, dass irgendwelchen Lackaffen, und ich kenne genug, die dann privat arbeiten und schwarzarbeiten, die „Unterstützung“ bekommen. Und Kurse für Wimpernverlängerung und ähnliches kosten auch fünf bis sechstausend Euro, oder Makeup-Artist 20.000 Euro. Das zahlt der Staat, dann sagen die, sie finden keine Jobs und arbeiten schwarz, dann checkt der Staat das nicht. Und ich denke warum soll das jeder Vollidiot finanziert bekommen, der nicht mal was zurückgibt. Und so gehe ich eigentlich mit voller Freude ins Hartz-IV, muss ich dir ehrlich sagen. Klingt voll abartig...

I: Aber ich finde es gut, dass du das so positiv sehen kannst und du machst auf mich eh einen sehr ausgeglichenen Eindruck.

B: Ich liege auch noch im Bett, hallo? (*Grinst*) Ist schon krass, ich hätte jetzt eigentlich schon mindestens zehn Köpfe gewaschen.

I: Wir sind jetzt an unserem Ende angelangt, gibt es noch etwas, das dir gerade einfällt, was du loswerden möchtest?

B: Ich finde es voll cool, dass du das machst, und dass du dich damit beschäftigst und, dass du darüber deine Bachelorarbeit machst. Was studierst du noch mal?

I: Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

B: Wie geil.

I: Ich würde dich noch darum bitten, dass ich dich noch mal kontaktieren darf, falls ich etwas vergessen habe.

B: Jeder Zeit.

I: Und dann würde ich gerne deine Eckdaten noch mal festhalten:

Alter: 29

Höchster Bildungsabschluss: Abitur

Beruf: Selbständige Fotografin und Graphikdesignerin

Familienstand: ledig (geschieden)

Wohnort: Berlin

Aufgewachsen in: Berlin

I: Dann würde ich an dieser Stelle die Aufnahme beenden. Vielen, vielen Dank schon mal.

8.2.3 Leitfadeninterview via Skype mit Befragter 3, geführt am 21.12.2020

I: Ich bin, wie du schon weißt, Silvia. Ich studiere an der FU in Berlin und mache jetzt gerade meine Bachelorarbeit zu TikTok und in Zuge dessen habe ich mir eine sehr spezielle Zielgruppe ausgesucht, die mich interessiert. Hier kommst du ins Spiel. Ich zeichne das Interview, wie vorher abgesprochen auf, es wird aber in der Arbeit keine Klarnamen

geben. Du hast eine sehr besondere Stellung, auf die wir gleich zu sprechen kommen in deiner Arbeit. Ich werde nicht deinen genauen Beruf nenne, nur eben, den Bezug zur Musikbranche, sodass alles anonym bleibt. Vorweg, es gibt in diesem Fall keine falschen Antworten, das ist heute keine Wissensabfrage, sondern es geht zwar auch um TikTok, aber vor allem um dich persönlich. Dementsprechend kannst du da ganz entspannt antworten.

B: Okay, und sag mal arbeitest du eigentlich mit TikTok zusammen für deine Bachelorarbeit?

I: Nein, das ist alles unabhängig. Hast du soweit Fragen?

B: Nö, schieß einfach los mit deinen Fragen.

I: Na wunderbar, dann würde ich gerne dich ein bisschen besser kennen lernen, sprich: erzähl einfach was du arbeitest und was du neben der Arbeit so machst.

B: Also ich mach PR und Social Media für [REDACTED] (*ein musikbezogenes Unternehmen*) und neben der Arbeit mache ich eigentlich nur was mit den Kindern (*lacht*), die du grade gesehen hast. Und ich vermisse Konzerte. Aber ich habe Journalistik studiert, bin eigentlich Diplom-Journalistin und bin halt jetzt durch [REDACTED] (*ein musikbezogenes Unternehmen*) in die PR gerutscht und habe vorher viele Jahre lang eher Gossip-Journalismus gemacht.

I: Das heißt abgesehen von der Arbeit bist du dann viel mit der Familie beschäftigt?

B: Genau, viel mit der Familie beschäftigt, aber auch Social Media, weil das ja irgendwie meine Profession jetzt ist, aber auch eine Leidenschaft. Ehrlich gesagt ich versuche immer ein paar Sachen, bin aber extrem in der Beobachterposition privat.

I: Gut. Du bist gerade am Handy, hast du zufällig Laptop, oder PC in Reichweite?

B: Ja.

I: Ich frage, weil ich gerne hätte, dass du TikTok für mich öffnest – wenn das für dich Okay ist – und mir mal ein/zwei TikToks zeigst.

B: Ich kann das auch vom anderen Handy machen, wenn du willst. (*Geht anderes Handy holen*) Okay, TikTok ist direkt offen, wenn ich es entsperre. (*Lacht kurz*)

An dieser Stelle wurde die Verbindung kurz unterbrochen und der Anruf wurde neu gestartet.

I: So du hast jetzt ein Handy parat?

B: Habe ich.

I: Bist du da gerade mit deinem Account angemeldet?

Erneut kurze Verbindungsstörung und Unterbrechung damit Befragte sich von ihrem beruflichen Account ab- und mit ihrem privaten Account anmeldet. Einstieg wieder ab der Frage „kannst du mir mal zeigen, was du so gelikt hast“. Befragte scrollt durch ihre Likt-Liste und filmt den Handybildschirm ab.

B: Also schau mal, das sind so die gelikten Videos von mir, aber nach welchen Kriterien soll ich da jetzt was aussuchen? Sind nicht so viele auf jeden Fall.

I: Ja, du hast sie alle geliebt, deshalb gehe ich mal davon aus, dass du alle gut findest, die du geliebt hast.

B: Ja, absolut.

I: Für mich geht's einfach nur darum einen Eindruck zu bekommen, was du dir so anschaust, was dir so gefällt.

B: Ah okay, alles klar, also das hier...

Befragte zeigt den Bildschirm des Handys, auf dem ein älterer Herr eine Regenbogenflagge aus seinem Fenster hängt, in Schrift steht dazu geschrieben „My Dad's kids are both gay, yet he supported Trump in 2016“, „Then last year my mum died and it changed everything“, „He started asking how he could support the LGBTQ+ community“

B: ... ist ein Vater der Trump-Wähler war und hat dann die LGBTQ-Flagge rausgehungen. Das fand ich gut, er war dann kein Trump-Wähler mehr. Dann dieser Typ...

Ein leicht bärtiger Mann um die 30 filmt zuerst sich selbst, mit dem eingeblendeten Satz „BACK IN QUARANTINE DAY 146“. Danach zeigt er seinen Weihnachtsbaum, und eine Modelleisenbahn, die um den Baum herumfährt, die er vermutlich selbst so installiert hat.

B: ... der zeigt seit der Quarantäne jeden Tag, was er so in der Quarantäne macht und das ist halt ziemlich witzig. Dann unsere eigenen Videos von [REDACTED] (ein musikbezogenes Unternehmen).

Gezeigt wird ein Video [REDACTED] (genauere Angaben zum Inhalt können zur Wahrung der Anonymität der Befragte nicht gemacht werden) in dem eine junge Frau Gitarre spielt und singt.

B: Und dann ist hier so ein Lehrer...

Zusehen ist ein etwa Anfang/Mitte 30-jähriger, bärtiger Mann, der vor der Kamera steht und unterschiedlich nah zu sehen ist, während er etwas erklärt. Dazu wird entsprechend auch schriftlich eingeblendet, was er sagt „You ever noticed“, „how the people who have the MOST trouble“, „distinguishing between“, „you're“, „and you're“, „are the same people“, „who will argue with you the hardest“, „about the use of singular, they/them“, ... Dieses Video haben wir nicht zu Ende geschaut.

B: ... der erklärt Grammatik, aber mit so schlimmen Wörtern, das ist ganz gut. (Kichert) Dann hier, was zum Kochen...

Befragte zeigt den Bildschirm nur kurz, man sieht wie einzelne Zutaten nahe vor die Kamera gehalten werden und in einem Behälter landen.

B: ... oder Eis aus Kichererbsen.

I: Also eine kunterbunte Mischung?

P (lacht): Eine kunterbunte Mischung. Und hier, dieser Typ...

Befragte zeigt den Bildschirm, wieder nur kurz. Man sieht die Gesamtzahlen für Republikaner und Demokraten gegenüber gestellt im Close-up von der Präsidentschaftswahl 2020 in den USA. Ein Mann kommt seitlich gedreht von der Seite ins Bild. Das Alter des Mannes ist schwer zu schätzen, er hat fast schulterlanges Haar, der Bart ist abrasiert, zu erkennen am Barthaaransatz.

B: ...Das ist ein Amerikaner, der in Bayern wohnt. Er erzählt auch was über die Wahlen in den USA, aber vor allem über sein Leben in Bayern und wie er seine Kinder zweisprachig erzieht. Das ist ziemlich witzig. Der ist auch Musiker. Und hier, dieser Musiker...

Befragte, zeigt erneut nur einen Teil des Videos, auf dem ein junger Mann zu sehen ist, der eine Mütze trägt und in einer Wohnung Cajón spielt. Dazu wird Text eingeblendet, der auf Grund der Größe und der Internetverbindung nicht zu lesen ist.

B: ...ist letztens aus LA nach New York gezogen und zeigt jetzt, wie er seine Tage mit seiner Freundin in New York verbringt. Es ist wirklich kunterbunt.

I: Es ist wirklich kunterbunt. Ja, spannend. Wenn du denn normal die App öffnest am Handy, du hast ja sowohl einen beruflichen als auch einen privaten Account, wie verwendest du TikTok? Bist du eher mit dem privaten, oder dem beruflichen Account unterwegs?

B: Ich bin eigentlich immer nur mit dem privaten Account unterwegs, außer ich muss selbst was posten. Also wenn ich selbst ein TikTok für die Arbeit mache, da habe ich jetzt schon mehr TikToks gemacht als privat, dann poste ich das einfach nur und gucke dann, wie unser Hashtag performt. Das ist alles, was ich da mache. Und privat sehe ich zuerst die „For You“-Seite und dann scrolle ich halt durch die „For You“-Seite die ganze Zeit.

I: Und kommentierst und likest du auch?

B: Ich like, aber ich kommentiere nicht.

I: Und es gibt ja auch die Funktion, dass du gezielt nach Hashtags suchen kannst. Verwendest du das?

B: Das mache ich tatsächlich nur auf der Arbeit.

I: Okay, für dich privat spielt das keine Rolle?

B: Ne, nicht wirklich.

I: Na gut. Dann gehen wir jetzt erst mal wieder thematisch von TikTok weg...

B: Ah, ganz kurz noch. Da fällt mir gerade ein, dass die Hashtags für mich nur eine Rolle spielen, wenn ich denke: „das ist aber ein ungewöhnlicher Hashtag.“ Dann interessiere ich mich dafür, ob es zu manchen Hashtags tatsächlich mehr als nur ein Video gibt. Das mache ich manchmal. Also nur so als Beispiel: letztens hat eine Bekannte von mir Olli Schulz auf einem Konzert gepostet, von vor zwei Jahren oder so, und dann hat sie den Hashtag „#Ollischulztalk“ verwendet. Da bin ich dann drauf gegangen, und habe mir das angeschaut, das mache ich ab und zu.

I: Okay, verstehe. Wir kommen gleich wieder auf TikTok zu sprechen, jetzt kommen wir zurück zu dir. Wir haben heute Montag, 11:18 Uhr, wie sah dein Tag bisher aus?

B: Also ich bin aufgewacht, ich bin von den Kindern aufgeweckt worden, dann ist mein Mann mit den Kindern aufgestanden. Also heute ist eigentlich Urlaub, vor Weihnachten. Und ich habe tatsächlich (*lacht*) erst mal das Handy angemacht und eine Stunde bei TikTok abgehängt, im Bett noch. Das ist jetzt nicht die Regel (*lacht*), aber heute tatsächlich schon. Dann gab es Frühstück und wir haben irgendwas mit den Kindern gemacht, gespielt.

I: Du hast schon gesagt, heute ist jetzt nicht unbedingt ein typischer Tag für dich. Ich würde gern mal mit dir einen typischen Tag durchspielen, von morgens bis abends, aufstehen bis einschlafen, hast du zum Beispiel eine Morgenroutine?

B: Ja, also ich stehe ungefähr um 6:30 Uhr auf, dann frühstücken wir alle zusammen und machen uns alle zu viert fertig. Dann bringe ich die Kinder in Schule und Kita, ich schau aber zwischendrin schon immer mal aufs Handy. Also wenn du jetzt danach fragst. Da gucke ich einfach schon was so los war. Ich bekomme auch die ganzen Push-Nachrichten und so und gucke eigentlich als erstes morgens aufs Handy. Traurig genug. Wenn die Kinder weg sind, ist ja seit Monaten Homeoffice angesagt, da gucke ich dann erst mal meine Mails an. Dann fange ich an zu arbeiten und gucke aber bestimmt jede Stunde mindestens einmal, was so in Sozialen Medien los ist, aber auch berufsbedingt. Ich arbeite dann bis 15/16 Uhr, hole die Kinder wieder ab, spiele mit den Kindern, um 18 Uhr ist Abendessen und bis 20 Uhr werden die Kinder ins Bett gebracht. Dann setzen wir uns meistens noch vor den Fernseher und haben aber häufig noch den Second Screen dabei.

I: Und wann in deinem Tagesablauf fängst du an TikToks zu schauen?

B: Also von morgens schon und dann immer zu zwischendurch, auch wenn mir zum Beispiel eine Live-Übertragung angezeigt wird. Ich krieg ja viele Push-Nachrichten und dann schaue ich halt rein, wenn es mich interessiert. Also so richtig hängen bleiben kann ich dann nur morgens, wie jetzt, oder dann halt abends auf der Couch.

I: Und gibt es dann auch Momente, in denen andere Leute mit dir mitschauen? Zum Beispiel deine Kinder und ihr dann zusammen was schaut?

B: Ne, nur wenn ich denen was zeige. Also aber meinen Kindern zeige ich kaum was, meinem Mann zeige ich manchmal was. Aber nicht so oft.

I: Verwendet dein Mann auch TikTok?

B: Ne. Versteh ich nicht, aber macht er nicht. (*Lacht*)

I: Wir kommen nachher noch ein bisschen genauer darauf zu sprechen, aber jetzt schon mal die Frage: Wann im Alltag verwendest du andere Soziale Medien und auch andere Medien? Habt ihr eine Zeitung?

B: Ne, Zeitung haben wir nicht. Soziale Medien, verwende ich Instagram auch noch, obwohl ich das, seit ich TikTok verwende, eher langweilig finde. Da ist halt nicht so viel los und ich bin dadurch nicht so inspiriert wie durch TikTok. Instagram und Facebook bespiele ich halt einfach von der Arbeit aus. Dadurch dass meine privaten Accounts damit auch verlinkt sind, gucke ich auch nach Feierabend mal rein und bekomme auch die Push-Nachrichten und so weiter.

I: Also begleitet dich dann eigentlich schon den ganzen Tag?

B: Ja, definitiv, von morgens bis abends.

I: Gibt es denn auch gezielt Zeiten, zu denen du sagst, jetzt keine Sozialen Medien, oder vielleicht auch ganze Tage, wo du sagst, heute verzichtest du komplett?

B: Ne. (*Lacht*) Ne, das habe ich noch nie gemacht. Es gibt eher Momente, in denen ich mir denke, jetzt mach ich aber mal ein TikTok, jetzt kann ich auch mal privat ein TikTok machen.

Also ich habe auch schon Sachen auf dem Handy, wo ich denke, das muss jetzt aber mal geschnitten werden.

I: Okay. Wenn du jetzt mal frei assoziiertest, wenn du an TikTok denkst, welche Begriffe kommen dir in den Kopf?

B: Jung, schnell, witzig, neu, freundlich. Ja, sowas.

I: Erinnerst du dich denn noch, wie du damals zu TikTok gekommen bist, ob dir das damals jemand empfohlen hat? Wie war das?

B: Lass mich überlegen, es war auf jeden Fall durch die Quarantäne. Es war auf jeden Fall so im März und da gab es YouTuber, denen ich vorher gefolgt bin, die dann einfach nichts mehr auf YouTube gemacht haben und dann auf TikTok gegangen sind. Also das war nicht so ne richtige Empfehlung, ich habe dann einfach mal geguckt und bin dann hängen geblieben und habe auch am Anfang Monate lang nur geguckt. Also nicht mal so richtig mit eigenem Account.

I: Okay. Also du hattest die App runtergeladen, hast dir noch keinen Account gemacht und einfach so geschaut?

B: Ja, genau richtig. Und auch lange dann nicht verifiziert und so. Ja das habe ich lange gemacht, also was heißt lange, seit März. Aber bestimmt so ein/zwei Monate auf jeden Fall einfach nur geguckt.

I: Und erinnerst du dich, ob du vorher vielleicht über andere Medien mal irgendwelche Schlagzeilen gehört hast?

B: Also das mit, das große neue Ding, das am schnellsten wachsende Netzwerk, das ist erst mit der Zeit gekommen, als ich das schon selbst genutzt habe. Vorher kannte ich halt musical.ly und dachte, das ist jetzt wirklich nur für Kinder. Obwohl ... Naja, das war auch schon als ich es hatte, dass Trump das verbieten wollte. Ne, so richtig vorher bin ich mir nicht bewusst, dass ich irgendwas über TikTok in Schlagzeilen oder so gehört habe.

I: Okay, alles klar. Wir kommen jetzt noch mal auf andere Soziale Medien zu sprechen. Ich werde jetzt hier mal meinen Bildschirm teilen. Ich habe eine Liste gemacht und hätte gerne, dass du die einzelnen Medien bewertest. Ich zeige dir das mal.

Es gab an dieser Stelle technische Probleme und das Bildschirmteilen hat nicht funktioniert, die Liste wurde dann ohne visuelle Untermalung mündlich ausgefüllt.

I: Wir gehen die Liste gleich Stück für Stück durch und ich möchte, dass du eine Bewertung von eins bis fünf gibst. Eins steht für, ist dir unwichtig, da könntest du drauf verzichten und fünf steht für, ist dir super wichtig, da könntest du oder möchtest du nicht drauf verzichten. Soweit klar?

B: Ja.

I: Wunderbar, wenn du irgendwas nicht verwendest, sag einfach, dass du es nicht verwendest.

B: Okay.

Ranking

Twitter	4	Telegram	2	Tumblr	-	Vimeo	1	TikTok	5
Facebook	3	Instagram	5	XING	1	YouTube	5	Sonstiges	
WhatsApp	5	Pinterest	-	LinkedIn	4	Snapchat	1		- = wird nicht verwendet

I: Ich habe die Liste jetzt parallel offen, damit ich mich an deiner Bewertung orientieren kann. Deine dir wichtigsten Sozialen Medien sind WhatsApp, Instagram, YouTube und TikTok.

B: Ja, das kommt hin.

I: Kannst du da ein bisschen was zu sagen, warum sind die dir so wichtig?

B: Also bei YouTube ist es so die Unterhaltung, da gucke ich mir sehr viel Wiederholungen oder Ausschnitte aus dem Fernsehen an, gerne aber auch Creator, die direkt was für YouTube machen, das finde ich gut. Bei Instagram ist es eher die Connection zu anderen Leuten, weil ich das lange vor TikTok benutzt habe, Menschen, die ich da kenne, oder kennen gelernt habe. Deswegen könnte ich da nicht drauf verzichten, weil die einfach noch nicht bei TikTok sind. Und WhatsApp sowieso, über WhatsApp bin ich mit allen Leuten in meinem Leben in Kontakt. Und TikTok macht mir einfach wahnsinnig viel Spaß.

I: Jetzt ist ja Snapchat eigentlich auch ähnlich zu TikTok, verwendest du aber gar nicht?

B: Naja Snapchat ist ja nicht so ähnlich, weil die Videos da dann weg sind. Ich habe das zwar, und hab das früher auch benutzt, aber seit es die Instagram Storys gibt eigentlich nicht mehr. Da sind noch ein paar Leute, die ich aus den USA kenne, die das exklusiv benutzen, wo man halt in deren Leben nur über Snapchat reingucken kann, wenn man das möchte. Also als Instagram die Storys eingeführt hatte, fand ichs cooler, dass man das alles in einer App machen konnte. Jetzt mit den Reels, das finde ich zu sehr geklaut von TikTok, da finde ich TikTok schon besser, weil da nicht alles in eine App reingestopft ist. Snapchat noch dazu, ist mir dann auch einfach zu viel, bei dem, was ich alles benutze.

I: Verstehe. Ich kenne es viel aus meinem Freundeskreis, dass YouTube einfach als Fernsehersatz verwendet wird, und dass dann anstelle des Fernsehers, YouTube nebenherläuft. Wie ist das bei dir?

B: Ja. Also nicht nebenherlaufen, sondern ich schaue schon ganz konkret Videos auf YouTube an, zum Beispiel Late Night Shows in den USA. Da gucke ich mir dann die Ausschnitte an, weil du sie nicht komplett angucken kannst. Weil das hier nicht ausgestrahlt wird, gucke ich mir dort die Ausschnitte an, hauptsächlich.

I: Und wie siehts bei dir mit Streamingdiensten so aus?

B: Netflix und Amazon Prime, ja.

I: Und würdest du sagen, die verwendest du viel?

B: Ja, die verwende ich viel. Da guck ich mir bei Netflix auch alles an. Amazon Prime finde ich jetzt nich so doll, da gibt's dann einzelne Serien, die ich mir ganz gerne angucke.

I: Und du hast erwähnt, dass ihr aber auch noch einen Fernseher habt, wie würdest du da die Relation beschreiben?

B: Also ich sag mal so Streaming Dienste und YouTube und sowas 90% und Fernseher 10%. Da gibt es halt nur ganz spezielle Shows, also nur wenn das Dschungelcamp wieder läuft, weißte, oder das Sommerhaus der Stars. Nur solche Sachen gucke ich, aber sonst nichts.

I: Verstehe. Dann kommen wir wieder konkret auf TikTok zu sprechen. Gab es denn schon mal konkret Momente, in denen du gedacht hast, die App nervt dich, in denen du darüber nachgedacht hast die App wieder zu deinstallieren?

B: Ne, absolut nicht.

I: Und warum?

B: Ich fühle mich immer gut unterhalten und finde dann auch, dass der Algorithmus mich sehr schnell, sehr gut kennt. Was ich gut finde, eigentlich. (*Lacht*) Also, dass mir dann tatsächlich auch nur Videos angezeigt werden, die ich möchte, also die mich interessieren könnten, das finde ich gut.

I: Also kommt es eher weniger vor, dass dir ein TikTok vorgeschlagen wird, das dir gar nicht gefällt?

B: Na doch, das kommt schon vor, aber das swipe ich so schnell weg, dass der Algorithmus dann schon weiß, dass mich das nicht interessiert.

I: Okay, verstehe. Meinst du dein beruflicher Hintergrund hatte etwas damit zu tun, dass du jetzt TikTok nutzt?

B: Ne, glaube ich nicht. Weil wir haben jetzt TikTok bei uns eingeführt, dadurch, dass ich mich für TikTok interessiert habe. Es war eher umgekehrt. Dadurch, dass ich mich mehr für TikTok interessiert habe, ist der Fokus auf der Arbeit jetzt auch mehr auf Social Media gelandet. Das war vorher nicht ganz so, da gab es mehr andere Pressearbeit und die Website, weißte, und jetzt ist es noch mehr Social Media.

I: Verstehe. Du nutzt die App jetzt schon ein paar Monate, wenn du dir jetzt vorstellst, dass du Teil des Entwicklerteams von TikTok wärst, würdest du etwas ändern wollen, wenn ja, was?

B: Also ich finde es schlecht, dass die Untertitel aus der App heraus nicht funktionieren. Das habe ich TikTok gegenüber aber auch schon geäußert. (*Lacht und überlegt etwas länger*) Manche Funktionen sind ein bisschen unklar, warum das jetzt funktioniert und warum manchmal nicht. Weiß nicht.

I: Gäbs denn Funktionen, die du unnötig findest?

B: Ich finde zum Beispiel, dass man sich an die Aufteilung des Bildes gewöhnen muss. Dass die Caption so groß ist, und man die nicht einfach wegklicken kann. Alles was unter der Caption ist, ist einfach nicht zu sehen, das nervt mich ein bisschen, aber daran kann man sich ja gewöhnen und dann dementsprechend den Content gestalten.

I: Was sagst du in Bezug auf die Länge der Videos?

B: Das hast du ja selbst in der Hand. Also gut, 60 Sekunden natürlich maximal, aber das finde ich gut. Oft sind Dinge aber auch so langweilig die tragen keine 60 Sekunden und dann kannst

du selbst entscheiden. Deswegen, 15 Sekunden reichen mir auch manchmal. Also ich finde es gut, es muss nicht länger sein meinerwegen, dafür habe ich ja YouTube.

I: Ja. Gäbe es sonst noch Funktionen, die du von anderen Apps, die du kennst, vielleicht übernehmen wollen würdest?

B: Da gibt es bestimmt ein paar Sachen, die mir jetzt nicht einfallen. Ich habe schon das Gefühl, dass ich mir ab und zu denke, warum manches nicht geht. Das würde ich dir nachreichen, wenn ich nochmal draufkomme.

I: Wir haben vorhin schon kurz über Schlagzeilen gesprochen, ich habe hier mal eine rausgepickt, die stand in der Süddeutschen Zeitung und die betitelten einen Artikel mit „Teenager am TikTok-Lagerfeuer“. Also das Thema Alter kommt in Zusammenhang mit TikTok schon öfter zur Sprache. Wie stehst du dazu, wie schätzt du das ein? Ist TikTok eher eine Teenagerplattform, was meinst du dazu?

B: Also ich glaube so hat es angefangen. Zumindest mit musical.ly, das waren eindeutig Teenager. Aber bei TikTok gibt es so viele Creator, die zumindest in meinem Alter sind, oder auch älter und die auch Jugendliche begeistern können. Die aber auch jede Altersgruppe begeistern können und ich bin auch unterhalten von Sachen, die Teenager machen. Ich finde das ist mega kreativ, was dort rauskommt und was man mit der App alles machen kann. Welche Möglichkeiten es gibt. Und natürlich die Hoffnung dadurch viral zu gehen, was ja bei TikTok schneller geht als bei Instagram oder so. Bei Instagram wirst du durch den Algorithmus auch sehr schnell mal runter gebootet. Also durch diese Hoffnung wächst irgendwie noch mehr Kreativität bei den Leuten, ich finde das ganz nett. (*Lacht*) Also ich finde es ist keine Teenagerplattform, ich finde da ist für jeden was dabei.

I: Wie ist es denn in deinem Umfeld, gibt es andere Leute, die du kennst, die TikTok verwenden?

B: Also ich kenne ehrlich gesagt nur die Leute, die ich selbst angefixt habe mit TikTok. Die sind auch eher so in meinem Alter. Und die sind vielleicht auch eher so Instagram-Fans gewesen. Aber ich sage jetzt nicht, dass die das so schon komplett durchstiegen haben, was man mit TikTok alles machen kann. Die sind jetzt so in den Anfängen, die Leute in meinem Umfeld, die ich kenne. Ich weiß jetzt nicht, ob die das weiter behalten und am Ball bleiben, aber die finden das auf jeden Fall auch cool.

I: Kannst du mir mal erzählen, wie das so ablief, wenn du versucht hast andere für dich zu gewinnen, beziehungsweise von TikTok zu überzeugen.

Kinder sind wieder im gleichen Raum wie die Befragte.

B: Also eine meiner besten Freundinnen ist Radiomoderatorin, die ist auf Instagram sehr aktiv. Ich hatte sie vor ein paar Wochen getroffen und ihr gesagt, wir müssen jetzt unser erstes TikTok zusammen machen. Und dann war sie begeistert. Ich hatte ihr dann noch gezeigt, was es da für Funktionen gibt und so, und dann hat sie sich auch sofort angemeldet und so lief das in diesem Fall. Oder ich erzähle von TikTok, wie cool das ist und was man alles damit machen kann und was man da angucken kann und dann gucken die Leute da auch mal rein.

I: Und wie sind dann so die Reaktionen, wenn du von TikTok erzählst und den Leuten was zeigst?

B: Die sagen interessant, aber das könnte natürlich auch am Umfeld liegen. Das sind alles so Medienmenschen eher, die sich dafür auch interessieren, oder für neue Entwicklungen interessieren. Ich weiß nicht wie's wäre, wenn ich es meiner Mutter erzählen würde, zum Beispiel.

I: Die weiß es also nicht?

P (*lacht*): Ne, die weiß es noch nicht. Weihnachten will ich es ihr erzählen. Die würde es wahrscheinlich nicht verstehen.

I: Wie hatte dein Mann reagiert, als du mit TikTok ankamst?

B: Der hat Facebook gelöscht und ist gar nicht in Sozialen Medien unterwegs. Der findet das eher interessant und findet es interessant, dass ich das mache, aber das ist meine Baustelle.

I: Okay. Verstehe. Wenn du mal an den Content denkst von TikTok. Also mir scheinen die Comedy-Videos immer sehr amateurhaft, aber es ist auch immer sehr lustig, wie nimmst du das so wahr?

B: Also, (*lacht*) also einiges ist sehr cringe, und durch die Cringeness ist es sehr lustig, sag ich mal. Auch Leute, die das jetzt professioneller machen, oder angefangen haben mit dieser Amateurhaftigkeit, die werden halt immer besser mit der Zeit. Ich denke jetzt gerade an eine alte Bekannte von den USA, deren Sohn ist jetzt auch bei so einer TikTok Villa in LA, der ist unter die Creator gegangen. Die machen halt immer noch so extrem Cringe-Comedy-Videos, auf Englisch halt. Da habe ich so ein bisschen das Gefühl, vielleicht ist da der Age-Gap, dass ich das einfach nicht verstehe. Also, dass man das vielleicht wirklich lustig findet, wenn man halt ein Teenager ist. Aber das finde ich okay, das hat doch seine Daseinsberechtigung. Was ich mir auch ganz gern angucke, da gibt es mittlerweile auch ziemliche viel Creator, die das machen, sind Zaubertricks, die dann aber auch revealed werden. Also wo gezeigt wird, wie das gemacht wird. Ne also Comedy hat auf jeden Fall seine Daseinsberechtigung, interessiert mich jetzt nicht so doll.

I: Wo hast du eher dein Fokus?

B: Politisches guck ich mir ganz gerne an, obwohl da auch politische Comedy. Es gibt in den USA einfach viele Profis, die das machen und auch bei TikTok sind. Oder auch Rezepte und Vegan-Sein, das guck ich mir gerne an.

I: Machst du denn da auch mal was nach, probierst du die Rezepte dann auch aus?

B: Ich habe das auf jeden Fall mal gespeichert und würde das gerne mal machen. Aber das mache ich auch schon seit Jahren bei Instagram, ehrlich gesagt. Aber ich würde vielleicht mal ein Rezept oder so nachmachen.

I: Verstehe, was mir gerade noch einfällt, weil du meintest du hast deine beste Freundin, oder gute Freundin dazu gebracht, folgst du dann auch Leuten, die du kennst?

B: Ja, denen folge ich. Wenn ich Leute finde, die ich kenne, denen folge ich sofort.

I: Und schaust du dann auch regelmäßig nach, was die posten, ob die was posten?

B: Ja, das mache ich, aber ich bekomme ja eh eine Push-Nachricht, wenn irgendjemand ein neues Video veröffentlicht. Das ist dann teilweise nicht in Realtime, sondern ich bekomme es zwei Tage später oder so, aber wenn ich dann mal auf das Profil gucken, schau ich mir schon auch ab und zu mal an, ob es da zwischendurch noch anderes gab.

I: Wenn du dich jetzt noch mal in die Position versetzen würdest, dass du Teil des TikTok-Teams wärst, und die sagen würden, entwickle uns eine Werbung, du hast grenzenloses Budget und kannst jetzt mal überlegen, wie würdest du Werbung für TikTok gestalten?

B: Wie würde ich eine Werbung gestalten für TikTok? Moment, ich muss erst mal kurz hier weggehen. (*Kindergelächter im Hintergrund*)

Kinder folgen Mama in die Küche

B: Okay, dann gestalte du mal eine Werbung für TikTok, Anni.

Anni: Nein. Ich weiß gar nicht wie's geht.

B: Du weißt gar nicht wie's geht? Na dann zeige ich dir das dann.

Lachen

B: Oh man, ne Werbung für TikTok, also ich meine, gibt es nicht schon total viele. Gibt es nicht einiges an Werbung zu einzelnen Hashtags.

I: Ich kann dir ja mal noch ein paar Anhaltspunkte geben, gäbe es zum Beispiel bestimmte Personengruppen, die du in der Werbung zeigen würdest?

B: Also ich würde es auf jeden Fall so darstellen, dass es nicht nur für Teenager ist, sondern dass es tatsächlich die ganze Bandbreite ist, dass es irgendwie auch die Mutti ab 50 ist, die erklärt wie man sich cool schminkt, oder so. Oder wie man sich kleiden kann, um sexy auszu-sehen. Solche Sachen. Ich würde auf jeden Fall die ganze Bandbreite zeigen.

I: Und wenn du dir überlegst, wem du TikTok empfehlen wollen würdest, wer wäre das? Also welchen Leuten würdest du sagen, schau dir mal TikTok an?

B: Also wahrscheinlich tatsächlich eher so Medienaffine oder Social Media affine Leute bis 40. Ich glaube darüber hinaus ist es, denke ich, schwierig, wenn du dich von vornerein nicht dafür interessierst, das zu durchsteigen oder dran zu bleiben.

I: Und würdest du zum Beispiel auch sagen es sollte eine höhere Altersgrenze geben?

B: Joa, aber ich mein, was heißt jetzt Altersgrenze? Das ist ja jedem freigestellt.

I: Da habe ich mich schlecht ausgedrückt. Also ich meinte als Startalter, momentan ist die App ab zwölf Jahren freigegeben.

B: Achso, als Startalter. Also ehrlich gesagt, finde ich zwölf schon ein bisschen kritisch. Zwölf ist schon bisschen niedrig, für das, was dir dort auch gezeigt werden kann. Das muss schon angeleitet sein durch Eltern, durch Erziehungsberechtigte.

I: Ich wollte gerade sagen, jetzt hast du ja selbst auch Kinder, wann würdest du es denen denn erlauben?

B: Ich meine, die sind ja nun noch ganz klein. Das kommt dann auch drauf an, wie reif sie dann sind, aber ich würde vielleicht auch sagen ab zwölf aber dann machen wir das zusammen. Also ich würde sagen, wenn du dich dafür interessierst, dann machen wir das zusammen. Das machen einige Eltern mit ihren Kindern. Jetzt würde ich sie auf keinen Fall auf TikTok zeigen, weil sie gar nicht die Wahl hätten, oder es gar nicht selbst entscheiden könnten. Und dann würde ich sie, sobald sie sich dafür interessieren, an die Hand nehmen.

I: Okay. Du hast vorhin schon die Hashtags angesprochen. Ich beobachte bei Instagram zum Beispiel häufiger, dass es Wellen an Hashtags gibt, die gerade im Trend sind. Beobachtest du sowas bei TikTok auch?

B: Ja, also da gibt's natürlich so Hashtags und Trends, ich finde, die sind dann aber auch von TikTok gesteuert. Die haben dann irgendwelche Verträge, dann gibt es Werbehastags. Dann die ganzen Jahreszeitenhashtags „#dieweihnachtsbäckerei“ das ist ja nicht von allein viral gegangen.

I: Aber verwendest du die dann auch?

B: Jo, klar, (*lacht*) weil ich natürlich auch will, dass dann meine Videos noch mehr gezeigt werden und es gibt sicherlich Leute, die auf Hashtags klicken und dann mal runterscrollen. In der Hoffnung, dass irgendjemand das Video sieht – mache ich durchaus.

I: Dann kommen wir noch auf deine eigene Produktion zu sprechen, machst du sowohl für dich privat als auch für den Account von der Arbeit Videos?

B: Ja.

I: Und worauf achtest du dann?

B: Also ehrlich gesagt für mich privat teste ich noch so ein bisschen aus, da gucke ich einfach was könnte ich jetzt in dieser Situation als Content machen, dass es kurzweilig ist. Oder einfach nur irgendeine verrückte Idee. Letztens habe ich einfach nur ein Rezept gemacht und bei mir selbst in der Weihnachtsbäckerei Plätzchen gebacken und habe es dann zusammengeschnitten und dann overvoict. Das ist aber eigentlich nur so: ich teste das mal aus. Vielleicht tanze ich auch mal, keine Ahnung. (*Lacht*) Ich probiere mich durch die TikTok-Trends, wenn ich Zeit habe.

I: Okay.

B: Und auf der Arbeit ist es so, dass man Sachen erklären muss, die wir machen. Dann achte ich halt darauf, dass es qualitativ ein bisschen hochwertiger ist.

I: Also ist es für dich eher auch so ein Spielraum?

B: Ja. Definitiv, Spielraum, aber auch dadurch, dass es jetzt so neu ist und es noch keine wirkliche Strategie gibt, also von der Arbeit aus auch. Und privat sowieso.

I: Ich würde jetzt zum Ende hin, wo wir gerade auch angelangt sind, noch mal auf deine Lebenssituation zu sprechen kommen. Du hast schon erzählt, dass du jetzt gerade im Homeoffice bist. Wie ist es denn momentan für dich jetzt, auch mit der Familie? Wie zufrieden bist du gerade? Läuft das alles so?

B: Ja, es läuft gerade einigermaßen. Jetzt gerade vor Weihnachten, ich weiß nicht, das ist vielleicht total uninteressant für deine Bachelorarbeit, aber jetzt ist gerade eine besondere Situation vor Weihnachten. Wir wollten eigentlich zu Oma und Opa fahren und eine Erzieherin von meinem Sohn ist Corona-positiv. Deswegen müssen wir jetzt in Quarantäne sein. Das ist schon anstrengend, andererseits habe ich jetzt gerade Urlaub, deswegen ist das schon okay. Aber die Wochen vorher, sind die Kinder noch in die Schule und die Kita gegangen, man hat sich dann mit der Situation arrangiert. Und ehrlich gesagt, ich finde das Homeoffice ganz gut. Ich finde das ganz nett, weil man einfach die Wege zur Arbeit und zurück einspart. Was ich mache, kann man sehr gut von Zuhause aus machen, wenn die Internetverbindung gut ist.

I: Das heißt aber unterm Strich, ist Corona, ich sage mal für deine finanzielle Absicherung, kein Beinbruch gewesen?

B: Ne, absolut nicht, ganz im Gegenteil. Vor allem auch für das Arbeitsaufkommen für [REDACTED] (ein musikbezogenes Unternehmen).

I: Ja, das ist doch schön zu hören.

P (*lacht*): Ja.

I: Zu guter Letzt, hast du denn noch irgendwelche konkreten Ziele für die Zukunft, wie es für dich weiter gehen soll?

B: Du meinst jetzt im Allgemeinen, oder bei TikTok?

I: Genau im Allgemeinen, also beruflich zum Beispiel?

B: Also beruflich, habe ich tatsächlich gesagt, dass ich mich jetzt noch mehr auf Social Media konzentriere. Jetzt denke ich, bin ich eigentlich so langsam zu alt für Social Media, da noch mal so richtig beruflich durchzustarten, aber ich denke nicht. (*Lacht*) Ich denke, das ist alles so ne Kopfsache und würde mich da jetzt gerne noch stärker drauf fokussieren, also auch durch TikTok tatsächlich. Das wäre so ein Wunsch von mir.

I: Und jetzt mit deiner Familie, bist du da so ganz glücklich, seit ihr da so gesettelt?

B: Ja. (*Lacht*) Einigermaßen, also so wie man gesettelt sein kann. Wir ziehen so alle zwei bis drei Jahre um. Wir sind erst vor drei Jahren aus den USA hergekommen und mein Mann ist Amerikaner und deswegen scharren wir ein bisschen mit den Hufen, wie's jetzt weiter geht. Deswegen keine Ahnung, also so richtig gesettelt sind wir nicht.

I: Okay, spannend.

B: Aber wir sind halt eine Familie von vier Leuten. Aber so richtige Zukunftspläne, ne. Wir denken immer in so drei/vier Jahres-Abschnitten.

I: Gut, jetzt haben wir lange über dich und TikTok gesprochen, gibt es jetzt noch etwas, das dir auf der Seele brennt, was du noch sagen möchtest?

B: Ne, aber wenn mir noch irgendwas einfällt, was ich noch ändern würde an der App, oder wenn ich jetzt Entwickler wäre, dann würde ich das auf jeden Fall noch mal nachreichen.

I: Ja, sehr gerne.

B: Mir ist so, dass da einige Sachen waren, die mir so aufgefallen sind, die mir jetzt nicht spontan eingefallen sind.

I: Ich würde auch meinerseits noch drum bitten, wenn mir noch was einfällt, dass ich dich noch mal kontaktieren darf.

B: Ja, auf jeden Fall.

I: Dann würde ich jetzt zum Schluss noch mal checken, dass ich alle Eckdaten richtig habe.

Alter: 39

Höchster Bildungsabschluss: Universitäts Diplom

Beruf: PR und Social Media (*für ein Musikbezogenes Unternehmen*)

Familienstand: verheiratet, zwei Kinder im Kita- und Grundschulalter
Wohnort: Berlin, Wohnung am Kurfürstendamm
Aufgewachsen: in Thüringen, häufig umgezogen

I: Dann habe ich soweit keine weiteren Fragen und bedanke mich an dieser Stelle recht herzlich.

8.2.4 Leitfadeninterview via WhatsApp-Videocall mit Befragter 4, geführt am 23.01.2021

I: Vorab, wie du ja weißt, wird es heute um TikTok gehen. Es wird aber keine Wissensabfrage, also es gibt keine falschen Antworten. Und vor allem geht es um deine persönliche Erfahrung, Einschätzung, Meinung, also kannst du ganz frei ohne irgendwelche Bedenken sagen, was du denkst. Alle Angaben, die du machst, werden vertraulich behandelt und anonym verarbeitet. Dein Name wird nirgends genannt und es werden keine privaten Details irgendwo stehen, sodass man Rückschlüsse auf dich ziehen könnte. Hast du soweit fragen?

B: Ja, für was genau machst du das eigentlich, für dein Studium?

I: Genau, das ist für meine Bachelorarbeit, die habe ich auf TikTok fokussiert und mache deshalb eine Nutzerstudie und in Zuge dessen mache ich diese Befragungen über TikTok. Wie genau das aussieht, wirst du ja gleich erfahren.

B: Okay.

I: Ich würde gerne direkt einsteigen. Zuerst zu dir persönlich. Ich würde gerne ein bisschen über dich erfahren. Erzähl mal, was du arbeitest und was du in deiner Freizeit machst. Wie gestaltet sich so dein regulärer Alltag?

B: Jetzt im Moment, oder sonst ohne Corona?

I: Lass uns erst generell anfangen und dann auf deine aktuelle Situation zu sprechen kommen.

B: Bevor das mit Corona so angefangen hat, habe ich im Power Plate Studio gearbeitet. Das ist diese Wackelplatte im Fitnessbereich und ansonsten bin ich im Verein auch noch Geräteturnertrainerin, mit Wettkämpfen und allem. Gelernt habe ich tatsächlich Schauspielerei. (*Lacht kurz*) Ich war auf der Schauspielschule in Stuttgart und mittlerweile habe ich drei Kinder, alles Schulkinder. Ja, so viel dazu.

I: Und hast du dann jetzt im Moment gar keine Arbeit?

B: Das ist genau das Problem. Nein, leider nicht, weil alles, was ich so gemacht habe, zu gemacht hat. Keine Studios mehr, kein Sport, nichts.

I: Warst du denn festangestellt, oder war das eine freiberufliche Tätigkeit?

B: Als Selbstständige war ich dort, so wie ein Personaltrainer in die Richtung. Das bleibt halt alles jetzt weg.

I: Das ist ja jetzt auch schon recht lange. Ich sage immer noch dieses Jahr, aber es ist ja schon 2021.

B: Ja, schon seit einem Jahr.

I: Das ist schon eine sehr lange Zeit... Hast du denn jetzt ein Laptop oder ähnliches griffbereit? Befragte hält ein Handy in die Kamera. Handy, perfekt. Hast du da TikTok drauf installiert?

B: Ja, habe ich.

I: Dann hätte ich gerne, dass du TikTok für mich aufrufst und dann mal auf deine Seite gehst, wo die ganzen Likes sind, also die TikToks, die dir gefallen.

B: Moment...

An dieser Stelle musste kurz unterbrochen werden, um das Handy zu tauschen. Denn das Handy, mit dem das Gespräch geführt wurde, war das auf dem die Befragte mit ihrem eigenen Account angemeldet ist. Leider gab es irgendwelche Verbindungsprobleme, sodass nach dem Handywechsel die Seite mit den gelikten TikToks nicht geladen hat. Die Befragte hat trotzdem ein Video auf ihrer Startseite gesehen und gezeigt, das sie gelikt hatte.

Zusehen ist eine hübsche, gestylte Frau, mit langem, braunem Haar, die einen Kinderiegel isst. Es ertönt die Stimme eines Kindes, das „Mama“ ruft, woraufhin die Frau sich schnell den ganzen Riegel und das Verpackungspapier noch dazu in den Mund schiebt.

I: Du sagtest ja, du likst Sachen, die du dann vielleicht nachmachen kannst (wurde während der Verbindungsprobleme beiläufig erwähnt). Dann gehe ich mal davon aus, dass das eher Sachen sind, die in die Comedy-Richtung gehen. Dein Content ist humoristisch angelehnt.

B: Genau, das macht mir am meisten Spaß. (*Lacht*)

I: Gibt es denn viele Videos unter deinen gelikten? Machst du das häufig?

B: Ne, also tatsächlich like ich nur, wenn ich denke, vielleicht könnte ich das nachmachen. Nur die Videos like ich eigentlich auch. (*Lacht herzlich*) Oder halt auch von Freunden, oder meiner Tochter, die macht ja auch sehr viel auf TikTok. Klar, die natürlich auch.

I: Kommentierst du auch Sachen?

B: Sehr, sehr selten. Also tatsächlich bin ich gar nicht viel auf TikTok, um mir die Videos anzuschauen. Ab und an noch, das war früher mehr, zu der Zeit, zu der ich mit meiner Tochter zusammen viele Videos gemacht habe. Also ich habe eigentlich durch meine Tochter angefangen. Das war so unser gemeinsames Ding. Wir haben zusammen TikToks gemacht. Das hat Spaß gemacht, dann haben wir weiter gemacht und ich dann auch allein. Ich habe zwar Videos ab und zu angeschaut, aber dann gar nicht groß kommentiert. Also da bin ich nicht so aktiv, dass ich mit denen kommuniziere. Interessiert mich ehrlich gesagt nicht so arg. (*Lacht*)

I: Okay. Und wie ist es dann, wenn du normalerweise die App öffnest, was machst du dann? Du schaust gar nicht groß Sachen, sondern schaust wie werden deine Videos geschaut, oder was machst du?

B: Ne, also wenn du rein gehst, hast du die Seite mit den Leuten, denen du folgst und dann alle anderen auf der „For You“-Seite. Ich geh meistens zuerst auf die Seite von denen, denen ich folge, weil da viel Videos von Freunden und von den Kindern vom Turnen sind. Die gucke ich mir alle an und wenn ich dann noch Lust habe, schaue ich noch auf die „For You“-Seite.

I: Und suchst du auch manchmal gezielt nach Hashtags, oder Challenges?

B: Nein, tatsächlich nicht. Es ist ja so, dass je nach dem was du gelikt hast, dir entsprechend TikToks gezeigt werden, nach deinem Geschmack. Mein Freund hat zum Beispiel ganz andere TikToks in seinem Feed als ich. Dem wird auch ganz Anderes vorgeschlagen. Das ist schon interessant, da schaue ich dann ein bisschen durch, aber ich suche nach nichts Gezieltem.

I: Okay. Dann gehen wir erst mal wieder weg von TikTok, darauf kommen wir später wieder zu sprechen. Heute ist Samstag, wir haben 17:15 Uhr, wie sah dein Tag bisher heute aus?

B: Ja, heute habe ich einen sehr schönen Tag, weil ich mit den Kindern nicht allein Zuhause bin. (*Lacht*) Ich bin jetzt nicht Zuhause, ich bin bei meinem Freund. Die Kinder sind unten beschäftigt. Wir waren spazieren, haben gekocht, also Samstag ist eigentlich immer ein ganz guter Tag. (*Lacht*)

I: Ja. Du hast schon gesagt, dass du gerade nicht in dem Arbeiten kannst, was du eigentlich machst. Ich würde trotzdem gerne, wenn es so etwas gibt, einen typischen Tag in der Woche mit dir mal durchspielen. Angefangen beim Aufstehen, hast du eine Morgenroutine? Ich kann mir gut vorstellen, dass dich vielleicht sogar deine Kinder wecken?

B: Ne, das nicht. Unter der Woche, wenn sie Schule haben muss ich alle wecken, die schlafen eigentlich gern ein bisschen länger. Im Normalfall, wenn jetzt kein Lockdown ist, stehe ich so um sechs Uhr auf, gehe kurz ins Bad, mache mich ein bisschen fertig und wecke dann die Große. Dann mache ich ihr was zu trinken, oder, wenn sie will, etwas zum Frühstück. Dann geht sie ziemlich zügig zur Bushaltestelle, zur Schule, da winke ich ihr noch vom Balkon. (*Lacht*) Dann wecke ich die zwei Kleinen, die sind in der ersten Klasse. Die haben im Moment etwas später Schule, also können sie ganz gehillt in den Morgen starten. Dann bringe ich die zur Schule. Dann würde ich, wenn ich das Power Plate Training hätte, entweder direkt dort hinfahren, nachdem ich alle weggebracht hätte, oder manchmal hatte ich abends Training, da müssen dann meine Eltern einspringen und auf die Kinder aufpassen. Mittags hole ich die Kinder wieder, davor oder danach koche ich, dann werden Hausaufgaben gemacht, und am besten gehen wir dann noch raus, treffen uns mit Freunden und dann ist der Tag eigentlich schon ziemlich voll.

I: Ab wann fängt es denn bei dir an, dass du das Handy mal rausholst und vielleicht mal Social Media oder Nachrichten checkst?

B: Also WhatsApp habe ich generell die ganze Zeit laufen. Da schreiben Freunde und von der Schule läuft viel über WhatsApp. Aber, dass ich mich wirklich hinsetze und TikToks anschau oder auf Instagram gehe, das ist dann abends, sobald die Kinder im Bett liegen und ich habe dann Ruhe. Wenn ich dann Lust habe – wenn ich nicht gerade auf Netflix bin. (*Lacht*) Dann ist es Netflix, Instagram oder WhatsApp oder TikTok. Irgendwas mit den Medien. (*Lacht*)

I: Habt ihr denn auch noch einen klassischen TV-Anschluss?

B: Ja, natürlich, das habe ich, ganz normal. Da geht auch Netflix, aber tatsächlich läuft der bei mir nie. Die Kinder haben das mal laufen, aber ich nicht. Wenn ich Netflix schaue, mache ich das über den Laptop und mittlerweile sogar übers Handy. Warum auch immer – der Fernseher ist da.

I: Ja, man entwickelt so seine Routinen. Du hats gesagt, dass abends die Zeit ist, in der du mal entspannt TikTok schauen kannst, oder mal auf Social Media rumhängst. Setzt du

dir abends, bevor du schlafen gehst, ein Limit und sagst vielleicht, dass du dir eine Stunde gibst, oder machst du das eher nach Gefühl, bis du keine Lust mehr hast?

B: Bis ich keine Lust mehr habe. Dadurch, dass ich den ganzen Tag mit den Kindern und allem anderen beschäftigt bin, ist abends meine Zeit, und dann mache ich einfach auf was ich Lust habe. (*Lacht*)

I: Okay. Wenn du jetzt mal frei assoziiert, wenn du an TikTok denkst, was kommt dir da in den Sinn? Hast du da ein paar Schlüsselbegriffe? Was ploppt als erstes in deinem Kopf auf, wenn du „TikTok“ hörst?

B: Tatsächlich Gemeinsamkeiten mit meinen Kindern. Also wir haben das TikTok angefangen, als unser gemeinsames Ding. Wir hatten als Familie Spaß TikToks zu drehen. Und das ist das Wort, was mir als erstes einfällt, wenn ich „TikTok“ höre. So hat es gestartet. Ansonsten natürlich „Spaß“ und einfach abschalten. Man guckt die TikToks ohne nachzudenken. Man guckt sich das an, man lächelt, man findets doof, dann macht man weiter. Das ist das Schöne an TikTok, einfach weiter machen. (*Lacht*)

I: Und wann habt ihr angefangen?

B: Warte, ich kanns dir sagen. (*Befragte scrollt durch die App*) Das erste TikTok...

Befragte scrollt immer noch

I: Ist ein bisschen her?

B: ... war im Januar 2020.

I: Okay, also doch auch eine lange Zeit.

B: Ja, ein Jahr jetzt. Vor einem Jahr hatten wir angefangen.

I: Und wie lief das dann? Du meinst, deine Tochter hat dich drauf gebracht? Hat sie dich gefragt, ob sie das machen darf, oder wie war das?

B: Ja, natürlich. Also ich habe TikTok vorher nicht gekannt. Durch meinen Neffen haben wir das kennengelernt, weil er da 14 war und er mit ihr das erste TikTok gemacht hat von seinem Handy aus. Dann sind sie zu mir gekommen, haben es mir gezeigt und gefragt, ob sie es reinstellen dürfen. Ich fand das TikTok total schön, mir hat es gefallen und ich habe gesagt, dass ich kein Problem damit habe und sie es reinstellen können, das war aber noch privat. Dann wollte meine Tochter immer mehr und mehr TikToks drehen und sie hat sich die App runtergeladen und dann habe ich mich mit ihr natürlich beschäftigen müssen und geschaut, was ist das genau. Dann hat sie Videos gedreht. Ich habe den Zugang auf meinem Handy, also ich überwache das und sehe was sie reinstellt, was sie kommentiert und was die Leute schreiben oder so. Das war von Anfang an so ausgemacht, das ist auch okay. Daraufhin durfte sie ihre TikToks drehen, aber musste mir das immer zeigen, bevor sie es reinstellt und fragen, ob es okay ist. Und dann hat sie mich gefragt, ob ich nicht auch mal will. (*Lacht*) Dann dachte ich, okay, dann machen wir mal. Dann hat sie von mir ein TikTok gemacht. Dann habe ich mir auch sogar einen Account zugelegt. Wir haben das dann reingestellt und festgestellt, dass das Spaß macht und dann haben wir das zusammen gemacht. Wir haben ein TikTok mit allen drei Kindern gemacht und das ist dann so gut gelaufen, das hat über 5.000 Likes bekommen, (*lacht*) dann hat es natürlich besonders viel Spaß gemacht. (*Lacht*) Wir hatten tatsächlich Tage, gerade während der Corona-Zeit, wo wir nicht wussten, was wir machen sollten, und dann habe ich zu den Kindern gesagt: „Wisst ihr was, jeder darf sich ein TikTok aussuchen, was die Mama

nachmachen soll.“ Und umgekehrt, oder was wir gemeinsam drehen. Sie haben geschaut, was ausgesucht und das haben wir dann tatsächlich gemacht. Wir haben ein Corona-Lied. Das war ziemlich am Anfang, das habe ich aber privat gestellt. Ich zeig es dir mal kurz.

Befragte zeigt ein Video, in dem man die Befragte neben ihren stehenden Kindern auf dem Boden knien sieht und eine Männerstimme singt „Ey Corona, wir ham kein Bock mehr. Corona tschau, Corona tschau, Corona tschau, tschau, tschau. Zu wenig Nudeln, für zu viel Panik, also tschau, Corona, tschau.“ Passend zum Text machen die Befragte und die Kinder Mundbewegungen, die Kinder werfen Nudeln, alle spielen panisch und winken zum Schluss in die Kamera.

B: Also solche Sachen haben wir dann gemacht. Wir hatten halt Spaß, waren zwei Stunden beschäftigt, alle hatten Spaß. Einer war der Kameramann und wir hatten das meist auf der Terrasse gemacht und mal im Garten oder so.

I: Ja schön, ist doch auch mal eine kreative Art und Weise Zeit zu verbringen.

B: Ja, auf jeden Fall. (*Lacht*)

I: Gut. Ich würde dir jetzt gerne eine Liste mit Sozialen Medien zeigen. Und ich hätte gerne, dass du sie danach bewertest, wie wichtig sie dir sind. Also du gibst eine Zahl von eins bis fünf. Eins steht für, ist dir unwichtig, da könntest du drauf verzichten und fünf steht dann für das Gegenteil, da könntest du, oder möchtest du, nicht drauf verzichten. Wenn du etwas nicht verwendest, dann sag das einfach.

B: Okay.

Ranking

Twitter	-	Telegram	-	Tumblr	-	Vimeo	-	TikTok	4
Facebook	1	Instagram	3	XING	1	YouTube	3	Sonstiges	
WhatsApp	5	Pinterest	2	LinkedIn	-	Snapchat	4	- = wird nicht verwendet	

I: Da ist ja alles sehr im Rahmen. Das ufert nicht aus.

B: Nein. Ich habe ja auch gar nicht die Zeit dazu, dass es ausufern könnte. (*Lacht*)

I: Ja, also WhatsApp ist dir am wichtigsten, gefolgt von Snapchat und TikTok. Was machen diese Medien für dich so herausragend?

B: Über WhatsApp kommuniziere ich mit allen, also bei mir läuft tatsächlich alles über WhatsApp. Und Snapchat ist interessant, weil die Kinder immer irgendwelche, lustige Bilder schicken. Auf Instagram habe ich eine Zeit lang sehr viele Fotos von mir reingestellt, das war eine Zeit lang mein Hobby, mittlerweile ist es mir auch nicht mehr so wichtig, aber es gab eine Zeit, zu der ich sehr aktiv war.

I: Würdest du sagen, dass TikTok vielleicht Instagram ein bisschen abgelöst hat?

B: Ja, also der Spaßfaktor bei TikTok ist natürlich viel höher.

I: Da wirkt Instagram langweilig?

B: Ja, Instagram ist langweilig. Eigentlich ist es langweilig. Die Leute, mit denen ich zu tun habe, stellen ihre Sachen auch in den WhatsApp-Status, da sehe ich das dann schon. Ich folge

500 Leuten auf Instagram, mir folgen über 600 Leute auf Instagram und wenn ich dann immer die Storys angezeigt bekomme, dann nervt mich das nur noch. Du kannst das zwar ausblenden, aber ich habe keine Lust 500 Leute auszublenden, oder zu schauen, wen ich ausblenden kann. Das ist mir einfach zu anstrengend. Deswegen schaue ich da gar nicht mehr so oft rein, oder wirklich nur die Hand voll Leute, die ich kenne. Da schaue ich mir die Storys an und like die Bilder und den Rest wische ich weg.

I: Verstehe. Gab es auch mal Momente, in denen du darüber nachgedacht hast, TikTok wieder zu deinstallieren.

B: Nein. (*Grinst*) Kein einziges Mal bisher. (*Lacht*)

I: Und du hast erwähnt, dass du noch nichts von TikTok gehört hattest, bevor deine Tochter es dir gezeigt hat?

B: Ne, tatsächlich gar nichts. Also in meinem Alter, wer erzählt mir da schon was über TikTok? Die meisten machen keine TikToks in dem Alter. Das kam dann wirklich über meine Tochter und meinen Neffen.

I: Dementsprechend hattest du auch gar keine Idee, was dich da erwartet, oder eine Idee, was dich da genau interessieren könnte?

B: Nein, überhaupt nicht. Ich habe mir das unvoreingenommen angeschaut und fands dann eigentlich ganz amüsan.

I: Nun, jetzt verwendest du die App schon eine Weile. Wenn du dir vorstellst du könntest Teil des Entwicklerteams sein und du hättest die Chance etwas an der App zu verändern, gäbe es da etwas, das du verändern wollen würdest?

B: Ja, definitiv. Ich finde manchmal werden Videos veröffentlicht, die da eigentlich gar nicht reingehören. TikTok ist glaube ich ab 14, wenn ich mich nicht täusche.

I: Je nach App Store sogar ab zwölf oder 13.

B: Ja, okay, sogar noch früher. Da gibt es tatsächlich dann Videos, die ich nicht okay finde. Da hätten sie besser drauf achten müssen. Dann wurden aber zum Beispiel Videos von meiner Tochter gesperrt, bei denen ich nicht verstanden habe, warum die gesperrt wurden, weil da nichts mit Haut oder so zu sehen war. Ich weiß es nicht. Aber Sachen von anderen Leuten, die vielleicht auch Sachen sagen, die nicht okay sind, die bleiben und bekommen ihre ganzen Likes und das finde ich blöd. Das hätten sie anders regeln müssen. Wenn ein zwölf-Jähriger Sachen zugeschickt bekommt, mit Inhalten, die ab 18 oder 16 sein sollten, auch fürs Verständnis, dann mag ich das nicht.

I: Verstehe. Gibt es abgesehen davon noch mehr? Funktionen oder so?

B: Eigentlich nicht. Also ich bin ein Typ, der keine Probleme mit Datenschutz hat. Ich habe nichts zu verheimlichen, von daher ist für mich alles andere okay.

I: Okay. Ihr habt tatsächlich früh angefangen. Der große Hype um TikTok kam ja erst etwas später im Jahr 2020. Es gab in den Medien dann auch oft Auseinandersetzungen darüber, wie jung die Leute auf TikTok sind, und dass es eine sehr junge Plattform ist. Ich habe dann in Zeitungen unterschiedliche Schlagzeilen gelesen. In der Süddeutschen Zeitung gab es ein Titel, der hieß „Teenager am TikTok Lagerfeuer“, fokussiert also auch die Jugendlichkeit der App. Wie stehst du dazu? Wie nimmst du das wahr?

B: Das stimmt auf jeden Fall, es sind viele junge Leute auf der Plattform, und lauter hübsche Leute. (*Lacht*) Was auch vielleicht nicht gerade vorteilhaft für die Kinder ist, wenn sie dann nur hübsche Mädels und Jungs sehen. Es sind wenig Ältere. Wobei, was heißt wenig, es gibt schon einige, aber im Vergleich sind es schon weniger. Die Mütter oder Väter, die ich gesehen habe, die Sachen reinstellen, finde ich ziemlich lustig, mir gefällt es, was die da machen.

I: Also, die Frage ist auch, findest du es wäre gerechtfertigt zu sagen, dass nur junge Leute das nutzen und verstehen können?

B: Nein, das auf keinen Fall. Ich finde das ist für Alle. Die jüngeren beschäftigen sich halt mehr damit. Die anderen haben vielleicht weniger Zeit, oder kennen es vielleicht gar nicht. Aber ich denke sonst, ist das für alle, die Lust haben. Es gibt ja auch TikToks mit ganz alten Leuten, also mit Omas und so, das finde ich mega. (*Lacht*)

I: Mal abgesehen von deinen Kindern, sind noch mehr Leute in deinem Umfeld, die auch TikTok nutzen?

B: Tatsächlich sehr wenige, also wie schon erwähnt, in meinem Alter gibt es wenige, die TikTok nutzen. Die sehen meine TikToks dann nur, weil ich sie auf Instagram in meinen Status reinstelle. Also eine Hand voll vielleicht, die ich kenne.

I: Und wie reagieren sie auf deinen TikTok-Gebrauch?

B: Viele finden es lustig, denen gefallen meine TikToks. Manche sagen gar nichts dazu. (*Lacht*) Die denken dann vielleicht, die hat drei Kinder (*Befragte macht ein Handzeichen neben dem Kopf im Sinne von „verrückt im Kopf“*) und was ist los mit der? (*Lacht*) Andererseits kennen mich die Leute so. Ich bin kein konservativer Typ, ich bin ein bisschen gaga. (*Lacht*) Von daher hat es gar nicht so viele gewundert, was ich da eigentlich treibe.

I: Dann gab es keine komischen Kommentare, als du das erste TikTok geschickt hattest?

B: Nein, wenn dann gar keine Kommentare. (*Lacht*)

I: Wir kommen noch einmal auf die Inhalte von TikTok zu sprechen. Es gibt Comedy-Videos, die etwas amateurhaft wirken, aber sehr lustig sein können. Wie nimmst du die Inhalte wahr?

B: Ja, also oftmals ist die Stimme ja gar nicht die eigene, sondern ein anderer Sound, den man verwendet. Dann wird viel mit Mimik gearbeitet, das bekommen wirklich viele auch gut hin. So amateurmäßig ist da gar nicht so viel, die Leute machen das eigentlich ganz gut. Viele gute Videos sind drin.

I: Und kommt es vor, dass du Sachen siehst, bei denen du dich fragst, was das ist und warum das hier ist?

B: Ja, es gibt vieles, das ich einfach nur doof finde. Da verstehe ich auch nicht warum das die Leute machen. Ich gucke halt gerne Sachen an, die lustig sind. Wenn die mit Depri-Geschichten kommen oder so, dann ist das nichts für mich. Ich mache das weg und denke nicht groß drüber nach. TikTok ist für mich jetzt nichts, was ich in mein Leben einbaue und drüber nachdenke. Ich schau es mir an zum Abschalten, drehe mit meinen Kindern, oder auch allein, das macht Spaß und das wars dann auch.

I: Gut. Ich hätte gerne, dass du dich noch mal in die Rolle versetzt, dass du Teil des Entwicklerteams bist, und ihr jetzt eine Werbung gestalten dürft. Wenn du jetzt die Freiheit

hast eine Werbung für TikTok zu gestalten, ganz nach deinem Geschmack, wie würdest du vorgehen? Was würdest du vielleicht in den Fokus setzen?

B: Hm, das ist eine gute Frage. Das ist schwer. Aber ich würde auf jeden Fall den Spaßfaktor in den Vordergrund stellen, dass die Leute das gar nicht so ernst nehmen und auch gar nicht so ernste oder deprimierende Sachen reinstellen. Weil es doch viele jüngere benutzen, müsste man vielleicht doch auf die Schiene von denen gehen. Ja, hm.

I: Um dir vielleicht noch einen Anhaltspunkt zu geben: wenn man Werbung macht, überlegt man ja auch immer, was die Zielgruppe ist, wen möchte man ansprechen? Wen würdest du ansprechen wollen, oder wem könnte TikTok gefallen?

B: Ich würde sagen ab 16 aufwärts, bis vielleicht 30. Ich denke das ist die Altersgruppe, wo man am meisten ansprechen könnte. Meine TikToks sind für die Altersgruppe vielleicht eher uninteressant. Die Jüngeren machen mich wahrscheinlich auch nur so weg. (*Befragte macht eine zügige Wischbewegung mit dem Finger nach oben und lacht*) Wenn, dann müsste man die Altersgruppe ansprechen, wahrscheinlich ist es jetzt gerade auch so. Ich habe aber auch noch nie eine Werbung für TikTok gesehen, gibt es Werbung für TikTok?

I: Ja, gibt es schon, aber da wird auch mit Marken zusammengearbeitet zum Beispiel. Wenn ich TikTok schaue, fallen mir auch die Hashtags auf und Titel, ich klicke da dann manchmal auf die Hashtags, um zu sehen, was da noch so veröffentlicht wurde. Wie ist das bei dir?

B: Ich mach das gar nicht. Also ich schaue mir zwar an, was sie für Hashtags verwenden, und weil mich interessiert, wie viele Leute sie mit diesem Hashtag erreicht haben, aber ich gehe nicht drauf und schaue was dahintersteckt. Das hat mich bisher nicht so interessiert.

I: Nimmst du da auch Inspiration, was du selbst für Hashtags verwenden könntest?

B: Ja, definitiv. Zuletzt war das zum Beispiel „#over30“ also über 30, das hat mir gefallen und dann habe ich das auch mal versucht. (*Lacht*)

I: Hast du denn Ambitionen bestimmte Ziele bei TikTok zu erreichen, oder bleibt das eher „just for fun“?

B: Also es ist mehr „just for fun“, aber als wir dieses eine TikTok gedreht hatten, das so viele Likes hatte, und das so viele Leute gesehen haben, das hat sich schon gut angefühlt. Das muss ich ganz ehrlich zugeben. (*Lacht*) Also, wir hätten schon Lust da dann richtig weiter zu machen, aber es ist halt zeitintensiv. Also TikTok ist zeitintensiv. Du musst dir was überlegen, du musst die Schnitte machen, Pause machen, viele Sachen auch erst mal rausbekommen, wie man das Handy am besten dreht und welche Einstellungen man macht. Und du brauchst natürlich die richtige Idee, oder etwas, was du nachmachen kannst. Die meisten TikToks, wenn du nicht gerade schon bekannt bist, werden dann auch nicht gelikt.

I: Da muss dann schon der Inhalt überzeugen.

B: Genau.

I: Du hast schon gesagt, dass es euer Familiending geworden ist, schaut ihr dann auch manchmal zusammen TikToks an.

B: Die schicken mir ständig TikToks, zu meinem Account und sagen „schau dir das mal an Mama“, oder sie zeigen es mir direkt. Aber so Momente, dass wir alle zusammen auf der Couch sitzen und gemeinsam TikTok schauen, gibt es eher weniger.

I: Du hast auch erwähnt, dass dein Freund TikTok hat, schickt ihr euch Sachen hin und her?

B: Ja, wenn mal was lustig ist.

I: Also nutzt du die Funktion von TikTok Sachen weiterzuschicken häufiger?

B: Das auf jeden Fall. Ich mag auch die TikToks, die du direkt in deinen WhatsApp-Status stellen kannst, oder weiter verschicken kannst, ohne den Link. Da bei mir im Freundeskreis keiner TikTok hat, bringt der Link nicht so viel. Aber das finde ich ganz cool, wenn man das einfach weiterleiten kann und die Leute sich das auch ohne TikTok anschauen und drüber lachen können.

I: Wenn du selbst TikToks drehst, hast du schon gesagt, dass es manchmal schwierig ist, den richtigen Winkel zu finden. Gibt es sonst Dinge, auf die du bei der Produktion achtest?

B: Oftmals schaue ich, was im Hintergrund zu sehen ist. Ich möchte nicht zu viel von mir zeigen, wie ich wohne, oder Fotos, oder ob die Kinder gerade irgendwo rumspringen. Aber sonst nichts weiter.

I: Deine Tochter macht ja auch viel auf TikTok. Wie alt ist sie denn?

B: Die ist erst zehn. (*Lacht*) Noch nicht erlaubt eigentlich.

I: Aber du erwähntest ja auch, dass du sie nicht allein damit lässt.

B: Genau, du kannst auf TikTok zwei Profile anlegen und dann kann ich von meinem Handy aus rein gehen und sehen, was sie treibt. Ich vertraue ihr auch, aber sicher ist sicher.

I: Das heißt, wenn deine anderen Kinder irgendwann mal in dem Alter sind, dass sie auch selbst etwas machen könnten, würdest du es wahrscheinlich genau so machen?

B: Genau, dann würde ich es so machen. Also die Jüngeren, haben natürlich auch schon Interesse daran. Was sie machen dürfen, ist TikToks zu drehen und sie für sich zu speichern, dann sind sie auch schön beschäftigt, und suchen sich ein tolles Lied aus, aber die dürfen das nicht reinstellen und für alle öffentlich machen.

I: Das klingt ja nach einer großen Freizeitbeschäftigung der ganzen Familie. Hast du denn abgesehen davon noch andere Dinge, die du gerne in deiner Freizeit machst?

B: Ich muss zugestehen, dass ich ja momentan gar nicht so viel Zeit habe. Ich bin im Moment halt auch allein und mit drei Kindern, habe ich nicht so viel Zeit für mich. Ich mach generell gern Sport, und alles was damit zu tun hat. Das mag ich – und wenn es nur draußen laufen ist. Wir sind mit den Kindern zusammen sehr viel draußen, das machen wir eigentlich jeden Tag.

I: Wir neigen uns tatsächlich jetzt schon dem Ende. Bevor wir das beenden, möchte ich aber noch ein bisschen über die jetzige Situation sprechen. Du hast schon erwähnt, dass wegen Corona jetzt alles ein bisschen schwieriger ist. Hast du denn konkrete Pläne und Wünsche für die Zukunft?

B: Ja gut, ich wünsche mir, dass ich wieder arbeiten gehen kann (*lacht*), dass die Schulen wieder los gehen, dass alles ein bisschen leichter wird. Auch im beruflichen würde ich gerne mehr machen. Jetzt könnte ich, wenn Corona wieder ein bisschen vorbei ist, im Bereich Fitness und Ernährung wieder sehr viel machen, weil viele Fitnessstudios die Krise wahrscheinlich nicht überleben werden. Da werde ich schauen, dass ich vielleicht als Personaltrainer oder -coach Fuß fassen kann. Aber das geht auch alles erst, wenn die Schulen wieder losgehen. Solange die Schulen nicht starten sitze ich mit drei Kindern Zuhause und mache Homeschooling. (*Lacht*)

I: Also im Moment besteht dein Alltag nicht nur aus dem Mama-Sein, sondern auch aus Lehrerin-Sein?

B: Ja, genau.

I: Und hast du jetzt Schwierigkeiten dich über Wasser zu halten, sowohl psychisch als auch finanziell, oder hast du genug Rücklagen?

B: Also finanziell ist es nicht so einfach, da fehlt natürlich einiges an dem, was sonst reinkommt. Es ist machbar, es ist okay, wir können trotzdem gut leben, du kannst ja auch gerade nicht so viel ausgeben. Aber klar, was an die Psyche geht, wenn die Kinder Zuhause mal weinen und fragen, ob wir nicht mal wieder Schwimmen oder Schlittschuhlaufen gehen können, das trifft einen natürlich dann auch. Das ist schwierig. Ich finde die Kinder leiden darunter am meisten, und wenn die leiden, leidet man als Eltern natürlich mit.

I: Um so mehr freue ich mich, dass du dir trotzdem die Zeit für mich nehmen konntest.

B: Habe ich gerne gemacht.

I: Gibt es denn jetzt nach dem Gespräch über deinen Alltag und über TikTok, noch etwas, das du ergänzen möchtest, oder loswerden möchtest?

B: Nein, da würde mir jetzt nichts einfallen. (*Lacht*)

I: Vollkommen in Ordnung. Gut, ich möchte dich noch drum bitten, dass ich dich noch einmal kontaktieren darf, falls ich etwas vergessen haben sollte.

B: Das kannst du gerne machen, ja.

I: Und dann würde ich jetzt gerne noch ein paar Eckdaten von dir abgleichen:

Alter: 39

Höchster Bildungsabschluss: Berufskolleg (Fachabitur)

I: Und dann die Ausbildung fürs Power Plate?

B: Ne, ne, ne. Dann habe ich eine Lehre als Industriekauffrau gemacht. Dann habe ich zwei Jahre als Sekretärin gearbeitet. Dann hatte ich keine Lust mehr im Büro zu arbeiten, habe gekündigt und bin nach Stuttgart auf die Schauspielschule. Da habe ich Schauspiel und Psychologie gehabt. Das zählt auch als staatlich anerkanntes Studium, oder staatlich anerkannte Ausbildung. Danach habe ich ein paar Schauspielsachen im Theater gemacht. Während des Studiums, habe ich Promo gemacht, um Geld zu verdienen. Das mit dem Power Plate hat sich dann mit den Kindern erst ergeben, weil ich nicht mehr die Zeit hatte richtig arbeiten zu gehen. So habe ich mich in die Fitnessschiene bewegt, weil ich da auch immer Interesse und Spaß dran hatte. Und ich denke, wenn die Kinder größer sind, werde ich auch wieder schauen, dass ich wieder was mit Schauspiel machen werde.

Beruf: Selbstständig als Fitnesscoach (aktuell, aber durch Corona gerade arbeitslos)
Familienstand: Trennungsjahr (Scheidung, in neuer Beziehung mit einem Freund)
Wohnort: Niefern-Öschelbronn (Wohnung wird verkauft, aber Befragte hat Zeit, um etwas Neues zu suchen)
Aufgewachsen in: Mühlacker, zehn Jahre in Stuttgart gelebt (mit dem ersten Kind zurück in die Nähe der Eltern)

I: Kannst du mir noch sagen, wie alt deine Kinder sind?

B: ich habe Zwillinge, die sind sechs Jahre alt, Junge und Mädchen. Und die größere ist zehn.

I: Dann sind wir jetzt durch. Ich bedanke mich recht herzlich.

B: Gerne, hat Spaß gemacht.

I: Schön. Falls du noch mal Fragen haben solltest, oder du noch etwas wissen möchtest, sag Bescheid.

B: Mache ich.