

Matthias Völcker, Sascha Landeck, Katharina Poltze, Melanie Schreck und Denise Heinemeyer

Dating-Apps im intersubjektiven Geschehen

Tinder, Grindr und Co. als Optionen der Beziehungsinitiierung

Dating-apps in intersubjective occurrence

Tinder, Grindr and Co. as options in relationship formation:

Zusammenfassung

Wir beschäftigen uns in diesem Aufsatz mit Phänomenen netzgängiger Beziehungsinitiierung und der Relevanz von Dating-Apps im intersubjektiven Geschehen. Neben der skizzenhaften Aufarbeitung eines komplexen und ambivalenten Forschungsstandes stellen wir die Ergebnisse einer Interviewstudie mit Nutzer*innen solcher Apps vor. In der Auswertung des empirischen Materials, welches wir mithilfe der Grounded Theory-Methodologie (GTM) realisierten, eröffnen wir Einblicke in technologisch vermittelte kommunikative Prozesse und arbeiten die (inter-)subjektive(n) Bedeutung(en) solcher Apps heraus.

Schlagwörter: Online-Dating, Dating-Apps, Beziehungsinitiierung, Grounded Theory

Abstract

This paper investigates the phenomenon of online dating, whereby the relevance of dating apps in intersubjective contexts are examined. In addition to the illustration of a complex but ambivalent state of research, the paper presents the results of an interview study. In the evaluation of the empirical material, which we realized with the help of Grounded Theory Methodology (GTM), we open up insights into specific, technologically mediated communicative practices and work out the (inter-)subjective significance of such apps.

Keywords: Online dating, dating apps, Relationship initiation, Grounded Theory

1 Einleitung

Mit der Einbettung von Smartphone-Technologien in den Alltag und der Persistenz des Internets eröffnen sich Gelegenheiten permanenter Konnektivität und der Vernetzung. Dabei finden Handelnde im Konnex technologischer Entwicklungen und mobilen App-Anwendungen zahlreiche Optionen vor, um soziale Beziehungen einzugehen bzw. diese zu pflegen. Nicht ohne Grund wird das Smartphone in der Forschungsliteratur als sozio-technologische Schnittstelle und Multifunktionsgerät beschrieben [Computing, Digitalisierung medialer Formate, kommunikative Vernetzung], welches neben dem Telefonieren und dem Austausch kurzer Textnachrichten eine ganze Reihe anderer, kommunikativer Handlungen ermöglicht bzw. in diese eingebunden ist. Hierzu gehören auch Phänomene netzgängiger

Partner*innensuche, worunter neben Dating-Webseiten in jüngerer Vergangenheit Dating-Apps zählen. Unter Online-Dating verstehen wir folgend internetgestützte Formen der kurz- und langfristigen Suche nach (intimen) sozialen Beziehungen, wobei Nutzer*innen sich wechselseitig in einem Pre-Face-to-Face-Geschehen mit Blick auf ihre Tauglichkeit bewerten, selektieren, auswählen und ggf. (netzgängige) Kommunikationsprozesse initiieren.

Der vorliegende Aufsatz leistet zur Erforschung der intersubjektiven Bedeutung von Dating-Apps einen empirischen Beitrag. Wir untersuchen, wie Nutzer*innen mobile Dating-Anwendungen aufgreifen und die Herstellung von Intimität und Nähe in der Entwicklung zwischenmenschlicher Beziehungen betreiben, wobei wir damit verbundene Praktiken, Facetten und Merkmale des digital-kommunikativen Geschehens aus der Perspektive der Nutzer*innen rekonstruieren. Grundlage hierfür ist eine Interviewstudie mit Nutzerinnen und Nutzern solcher Apps im Alter von 17–42 Jahren. Einleitend werden wir den Forschungsstand und die Komplexität des Forschungsfeldes knapp umreißen (2). Daran anknüpfend werden Forschungsdesign, Untersuchungsmaterialitäten und das Vorgehen bei der Auswertung skizziert (3), bevor Forschungsergebnisse vorgestellt (4), diskutiert und reflektiert werden (5).

2 Dating-Apps als komplexer Forschungsgegenstand: Von liquiden Beziehungen und der mediatisierten Suche nach Intimität

Dating-Webseiten, wie auch für die Anwendung auf mobilen Endgeräten konzipierte Apps, gewinnen für Nutzer*innen im Rahmen von Kontakthanbahnung und Beziehungsformierung an Bedeutung. Die Rolle traditioneller „Matchmaker“, wie Familie, Peers oder auch Dating-Agenturen, wurde mit Verbreitung und Permanenz des Internets und entsprechend netzgängiger Angebote sukzessive zurückgedrängt. Dating-Apps können als letztgängige Form mediatisierter Beziehungsanbahnungsprozesse interpretiert werden, stellen per se jedoch kein neues Phänomen dar, sondern umfassen Entwicklungen, die bis in das 19. Jahrhundert zurückreichen, von Zeitungsanzeigen zu Formaten des Video-Datings in den 1980er Jahren (vgl. etwa Woll/Young 1989) und ersten webbasierten Anwendungen in den frühen 1990er Jahren. Mit Beginn der 2000er Jahre haben sich Webseiten mit komplexen Suchalgorithmen etabliert, die auf der Grundlage vielzähliger Daten kommunikative Prozesse zwischen Nutzer*innen eröffnen sollten. Seit den 2010er Jahren gewinnen nun wiederum Apps für die Verwendung auf mobilen Endgeräten an Bedeutung, die als aktuellste Version eines technologisch vermittelten Matchmakings beschrieben werden. Dating-Apps „brought about a small revolution in the way individuals meet, interact, and sometimes fall in love with each other“ (Lutz/Ranzini 2017, S. 1). Anstelle komplexer Suchalgorithmen auf der Basis von Nutzer*innendaten fokussieren solche Apps visuelle Materialitäten und greifen auf die geographische Einbettung des Global Positioning Systems (GPS) als Kernmerkmale ihrer Funktionalität zurück. Dating-Apps werden daher auch als *Location-Based-Real-Time-Dating-Systeme* (LBRTD) beschrieben. Im Unterschied zu Dating-Webseiten, die v.a. für die Anwendung an Heimcomputern ausgelegt

sind, eröffnen Apps in Verbindung mit dem Smartphone permanente Zugriffs- und Nutzungsmöglichkeiten, die niederschwellig sind und die Initiierung multimediale Kommunikationsprozesse ermöglichen (vgl. David/Cambre 2016, S. 3).

Dating-Apps sind Plattformen der zielgerichteten und interessengeleiteten Partner*innensuche. Schrock (2015) verweist auf vier Vorteile von *Apps und Mobile Media*: Portabilität, Erreichbarkeit, Lokalität und Multimedialität ebenso wie die Vermeidung von Kontakten „from the dating-pool who are likely to be poor relationship partners in general“ (Finkel u.a. 2012, S. 48). Dating-Apps werden von Social Network Sites (SNS) unterschieden (vgl. Ellison/boyd 2013, S. 159; kritisch Light 2014, S. 14). Begründet wird dies u.a. damit, dass solche Apps nicht mit dem Ziel der Aufrechterhaltung und Pflege sozialer Netzwerke genutzt würden, sondern vielmehr Mittel der Kontakthanbahnung seien, wobei die Face-to-Face-Begegnung ein Ziel der Nutzung darstelle, was mit spezifischen Praktiken in der Herstellung von Visibilität, Selbstinszenierung wie auch Informationsmanagement verknüpft sei (vgl. Blackwell/Birnholtz/Abbott 2015, S. 1118). Illouz (2018) betont die Relevanz visueller (Bild-)Medien, die in der entkörperlichten, digitalen Kommunikation v.a. der Aufmerksamkeitsgenerierung zuträglich seien (vgl. Miguel 2016, S. 2). Selektions- und Auswahlentscheidungen erfolgen, orientiert an visuellen Eindrücken, bei einigen dieser Apps durch taktiles Wischen (to swipe) auf dem Display. Nach links bedeutet Ablehnung, nach rechts Interesse, wobei die „design philosophy is reflected in the features of the software, where people’s profiles are similar to a deck of playing cards, and love, sex and intimacy are the stakes of the game“ (Hobbs/Owen/Gerber 2017, S. 272). Dabei wird Online-Dating z.T. in der Forschungsliteratur als Phänomen liquider Formierung intimer Beziehungen und als Ausdruck gesellschaftlicher Transformationsprozesse interpretiert. Der Medienwandel fungiert in dieser Perspektive als Ausgangspunkt für komplexe Veränderungen von Alltag, Kultur, Gesellschaft und Subjektformierungen v.a. hinsichtlich des kommunikativen Handelns wie auch von Identitätskonstruktionsprozessen (vgl. Krotz 2017, S. 23). Mit Blick auf netzgängige Formen der Beziehungsinitiierung stellt Bauman (2003) kritisch fest, würden die Handelnden im Rahmen ihrer Dating-Aktivitäten auf einen Onlinemarktplatz treten (vgl. für die Relevanz von Marktmetaphern Ward 2016, S. 92) bzw. zugespitzt solche Plattformen „an embodiment, or visualisation, of the sexual marketplace“ (Thompson 2018, S. 71f.) repräsentieren, wobei Intimität und Emotionen als Facetten von Aufmerksamkeitsökonomien verhandelt werden, die verwertungsorientiert entwickelt, entworfen und distribuiert werden würden (vgl. Illouz 2018). Dabei sei der Zustand des driftens charakteristisch, welcher in „[...] einer Gesellschaft, die aus Episoden und Fragmenten besteht“ (Sennett 2007, S. 31) zum Dauerzustand avanciere, was auch zwischenmenschliche Beziehungen, Intimität und Liebesbeziehungen bzw. die Suche danach umfassen würde, die in kapitalistisch organisierte Verwertungszusammenhänge überführt würden: „Liquid love may involve connecting, but even more importantly it involves the ability to disconnect; to unfriend; to hit delete“ (Germann-Molz 2012, S. 12). Forschungen über Dating-Apps zeigen zwar, dass solche Interpretationen immer wieder aufgegriffen, gleichwohl aber vor dem Hintergrund empirischer Erkenntnisse in ihrer Einseitigkeit kritisiert und zurückgewiesen werden. Auch wenn Dating-Apps häufig und vereinfachend mit der Initiierung sexueller Begegnungen assoziiert und stigmatisiert würden, verweisen Forschungen auf ein komplexes Phänomen, welches diverse Nutzer*innengruppen, divergierende Nutzungsmotive und vielfältige kommunikative Praktiken umfasst (vgl. Hobbs/Owen/ Gerber 2017, S. 279ff.).

Zahlreiche Forschungen haben sich mit Dating-Apps als Forschungsgegenstand beschäftigt. Untersucht werden etwa Nutzungspraktiken, die Relevanz von Technologien als Mediatoren in der Gestaltung intimer Beziehungen (vgl. Ranzi/Lutz 2017), veränderte Modi sexueller Sozialität im Kontext technosozialer Dynamiken wie auch technologisch induzierte Veränderungen des intersubjektiven Geschehens (vgl. Burchell 2015) und der Hybridisierung von physischen und digitalen Räumen (vgl. etwa Miles 2017). Forschungen haben darüber hinaus Facetten des Dating-Prozesses untersucht sowie spezifische Nutzer*innengruppen identifiziert (vgl. etwa Thompson 2018). Neben zahlreichen Untersuchungen zu Nutzungsmotiven, Fragen von Selektion und Auswahl von Kommunikationspartner*innen (vgl. Peetz 2019) werden Merkmale der Eindruckserzeugung und des Impression-Managements in Nutzer*innenprofilen und anwendungsbezogenen Kommunikationsprozessen als Ermöglichungsräume der Sichtbarmachung und Inszenierung von Identitätsfacetten erforscht (vgl. etwa Lemke/Merz 2018; Miller 2015). Darüber hinaus haben zahlreiche Forschungen auf eine Vielzahl intersubjektiver Herausforderungen und Probleme des Online-Datings verwiesen, etwa im Zusammenhang mit Fragen sexuellen Risikoverhaltens (vgl. etwa Bauermeister u.a. 2011) wie strafrechtlich relevanten Aspekten z.B. sexueller Belästigung, Sexting- und Stalking-Phänomene und sexuellen Gewalterfahrungen (Shaw 2016; Thompson 2018).

Gleichwohl können in der Erforschung solcher Apps und verbundener Praktiken Leerstellen identifiziert werden, etwa im Rahmen von Initiierung, Gestaltung und Entwicklung kommunikativer Prozesse. Forschungen, die etwa untersuchen, *wie* Intimität im App-induzierten kommunikativen Geschehen entsteht und sich entwickelt sind bisher ein Randthema der Forschung (vgl. etwa Peetz 2019; Sumter/Vandenbosch/Lighenberg 2017) sowie auch entsprechende Konzeptualisierungen des App-basierten Pre-Face-to-Face-Geschehens im Zusammenhang mit Beziehungsmodellen weitgehend unerforscht geblieben sind. LeFebvre (2017) argumentiert beispielsweise mit Blick auf die Beziehungseskalationslogik von Knapp/Vangelisti (2010), dass netzgängige Formate traditionelle Face-to-Face-Beziehungsmodelle und Initiationskonzeptualisierungen modifiziert hätten, wobei mit Blick auf die Nutzung von Dating-Apps eben jene Pre-Face-to-Face-Prozesse stärker in Forschungen zu berücksichtigen seien. App-Nutzer*innen arbeiten im Kontrast zu Face-to-Face wie auch Dating-Webseiten mit erheblich reduzierten Informationen, entwickeln gleichwohl spezifische Strategien in einer an elektronische Interaktionen gewöhnten Welt. Weiterführend zu erforschen wäre hier, wie im technologisch induzierten Geschehen Eindrücke intendiert werden, wie andere Nutzer*innen ausgewählt, v.a. aber, wie kommunikative Prozesse initiiert und gestaltet werden. *Diese Fragen und die Suche nach empirisch fundierten Antworten standen im Zentrum vorliegender empirischer Forschung*, wobei wir einige Ergebnisse dieser Untersuchung folgend darlegen. Einleitend werden wir die verwendete Interviewmethode skizzieren (3.1), das Auswertungsprozedere knapp umreißen (3.2) und anschließend Ergebnisse präsentieren und diskutieren (4).

3 Dating-Apps aus der Perspektive ihrer Nutzer*innen

Im Rahmen unserer Untersuchung führten wir 20 verstehende Interviews. Im Mittelpunkt stand das Erkenntnisinteresse Dating-Apps und App-induzierte Beziehungsinitiierungsprozesse und kommunikative Praktiken zu erforschen. Dabei stützten wir uns in der Bearbeitung des Materials auf die Kodierschritte der Grounded-Theory-Methodologie, wie sie von Strauss und Corbin (2010) vorgeschlagen und in den methodisch-methodologischen Diskurs eingeführt worden sind. Die Rekrutierung der Studienteilnehmer*innen orientierte sich am Verfahren des Theoretischen Samplings. Für die Erhebung war von Relevanz, dass mithilfe der Interviews Nutzer*innen verschiedener Dating-Apps erfasst und ihre Aussagen dabei helfen sollten, das Untersuchungsphänomen facettenreich zu erschließen und verstehen zu lernen. Das Sample bzw. die Auswahl von Teilnehmer*innen war nicht von vornherein festgelegt, sondern wurde vor dem Hintergrund der Forschungsfrage und der iterativen Ausrichtung des Forschungsprozesses beständig erweitert. Beispielsweise umfasste dies zu Beginn des Forschungsprozesses Nutzer*innen der App Tinder, wobei im Forschungsverlauf ein Bedarf an weiterführenden Materialitäten erkennbar wurde, da Nutzer*innen z.T. mehrere Apps, mit verschiedenen Motiven parallel verwendeten, entsprechend andere Apps und ihre Nutzer*innen einbezogen, unterschiedliche Kommunikationsstrategien identifiziert und durch Erweiterungen des Samples neue Einsichten eröffnet wurden.

3.1 Datenerhebung mittels verstehender Interviews

Die Datenerhebung wurde in einem mehrmonatigen Prozess realisiert, begonnen im Dezember 2017 wurden Interviews bis in das Frühjahr 2018 geführt. Die eingesetzten Verstehenden Interviews (vgl. Kaufmann 1999) sind *eine Interviewtechnik*, wobei der Gesprächsverlauf eine Offenheit intendiert, die auf die narrativen Angebote und situativen Entwicklungen des Gesprächsverlaufs ausgerichtet ist. Die Methode fokussiert Handeln in seinem Ablauf, seinen Ursachen und Wirkungen erklärend zu erschließen und Phänomene facettenreich zu erfassen. Zwar sind auch hier Interviewleitfäden üblich, jedoch ist kein „starrer“ Gesprächsverlauf intendiert. Leitfäden dienen der Orientierung und Schwerpunktsetzung. Vielmehr noch aber setzt die Interviewtechnik auf die narrativen Angebote der Interviewteilnehmer*innen und damit unvorhersehbare Entwicklungen und thematische Einsichten im Gesprächsverlauf.

3.2 Das empirische Material und die Kodierschritte der Grounded-Theory-Methodologie

Die Auswertung des Materials erfolgte mithilfe der Kodierverfahren der Grounded-Theory-Methodologie. Im iterativ angelegten Auswertungsprozess wurden im Rahmen von offenem, axialem und selektivem Kodieren, Codes, Konzepte und

Kategorien wie auch Zusammenhänge zwischen diesen schrittweise erarbeitet. Noch während der Phase der Datenerhebung wurde das Material in Form von Gesprächstranskripten inhaltlich aufgebrochen: Es wurden Textpassagen herausgearbeitet, in welchen relevante Aussagen über das Untersuchungsthema formuliert wurden. Hierzu gehörten beispielsweise Textstellen, in welchen

- a) Aussagen über Nutzung, Nutzungsverhalten und Motive mit Blick auf die Verwendung von Dating-Apps geäußert wurden,
- b) Aussagen über die Relevanz solcher Anwendungen dargelegt und Beschreibungen bzw. Darstellungen von Erfahrungen im Umgang mit Apps eröffnet wurden,
- c) Aussagen mit Blick auf Auswahl und Selektion anderer Nutzerinnen und Nutzer getroffen wurden wie
- d) Aussagen darüber, wie Kommunikationsprozesse initiiert und gestaltet werden, wie Interaktionen sich entwickeln, gelingen bzw. auch misslingen können.

Fundstellen wurden lokalisiert, mit Codes, also inhaltlichen Beschreibungen, Benennungen bzw. (typisierenden) Sprachausdrücken versehen, die anschließend zu Konzepten und in Form von Memos zusammengefasst wurden und die Bildung von ersten Arbeitshypothesen und auch von Konzepten erlaubten. Diese wurden durch Erhebung und Hinzuziehen weitere Interviews immer weiter verfeinert, aber auch irritiert, verworfen oder modifiziert, erweitert, kontrastiert, teilweise bzw. vollumfänglich auch revidiert und Teilergebnisse immer weiter verdichtet. Diese Konzepte wurden anschließend gruppiert und Beziehungen herausgearbeitet, v.a., um zu übergreifenden kategorialen Eigenheiten und Einsichten zu gelangen und Zusammenhänge darlegen zu können. Dies erfolgte v.a. mit dem Ziel, eine Systematik, mit Blick auf Nutzungspraktiken, Motive, Formen der Selbstdarstellung und Profilbildung, Kommunikationsverhalten über die App wie auch Verhaltensweisen und Einstellungen nun auf einer abstrakteren Ebene zu erarbeiten. Abstrahierungen standen dann auch im Mittelpunkt des axialen Kodierens, hier jedoch v.a. mit Blick auf die Erarbeitung und Dimensionierung von Kategorien wie auch von Beziehungen zwischen diesen. Kategorien wurden ins Verhältnis gesetzt, zusammengefasst, übergreifende Themen identifiziert und diese inhaltlich angefüllt. Von erheblicher Bedeutung war hierbei auch das für die Grounded-Theory relevante Konzept theoretischer Sensibilität, was u.a. die Fähigkeit meint, „Einsichten zu haben, den Daten Bedeutungen zu verleihen, die Fähigkeit zu verstehen und das Wichtige vom Unwichtigen zu trennen“ (Strauss/Corbin 2010, S. 25). Hierfür wurden verschiedene Quellen herangezogen [etwa: (Fach)-Literatur, Erfahrungen, eine kontinuierliche Bearbeitung der Daten oder (theoretische) Konzeptualisierungen, also über Daten in theoretischen Begriffen nachzudenken]. Solche Präkonzepte können für die Forschung durchaus nützlich sein und zu neuen Einsichten führen.

Die folgenden Ausführungen fokussieren einen Ausschnitt und sind nicht als umfängliche theoretische Erklärung bzw. Theorie über das Dating-App-Phänomen zu verstehen, sondern insbesondere auf Merkmale des Initiierungsgeschehens begrenzt. Die Darstellung orientiert sich an, während der Analyse gewonnenen, Kategorien und Zusammenhängen.

4 Ergebnisse

Mithilfe der Analyse der Aussagen unserer Informant*innen rekonstruieren wir, wie diese Dating-Apps im intersubjektiven Geschehen verwenden, welche Funktionen solche Anwendungen aus ihrer Perspektive erfüllen und wie kommunikative Prozesse gestaltet werden. Einleitend skizzieren wir in verdichteter Form, in welchen Zusammenhängen und mit welchen Motiven unsere Interviewten Dating-Apps verwenden (4.1). Neben Auswahl und Verwendung einer bzw. der parallelen Nutzung mehrerer Apps und der Zentralität visueller Bildmedien legen wir anschließend die Spezifika der Suche und Auswahl anderer Nutzer*innen, wie auch von Initiierung und Gestaltung kommunikativer Handlungen dar (4.2.1–4.2.3). Abschließend tragen wir die Ergebnisse zusammen und diskutieren diese (5).

4.1 Motive von App-Auswahl und -Nutzung

Unsere Interviewten benennen und kennen zahlreiche mobile Dating-Anwendungen, sowohl für die Smartphonennutzung entwickelte Apps von Dating-Webseiten, wie Parship, Elitepartner oder PlanetRomeo, als auch ausschließlichen LBRTD-Apps, wie Tinder, Lovoo oder Grindr. Auswahl und Nutzung einer bzw. der parallelen Verwendung mehrerer Apps gehen z.T. umfängliche Erprobungsphasen voraus, wobei aus einem breiten Angebot Funktionen eruiert, mit Intentionen der Nutzung abgeglichen und Anwendungen ausgewählt werden. Hinsichtlich der Nutzung solcher Apps und damit verbundener Motive konnten nur wenige altersspezifische Unterscheidungen identifiziert werden, wobei jüngere Nutzer*innen eher mehrere App-Anwendungen verwenden, während ältere ihre Nutzung in der Verwendung einer spezifischen App konkretisieren. Nutzungsmotive unterscheiden sich hingegen kaum.

Für Einstieg und Nutzung wird immer wieder auf die Rolle signifikanter Bezugspersonen, v.a. der Peers, verwiesen, deren Erfahrungen (und Erfolge) als ausschlaggebend für die eigene Nutzung angeführt und Dating-Apps gleichwohl als zeitspezifischer Trend charakterisiert werden. Die App-Nutzung wird darüber hinaus mit intrapsychischen wie intersubjektiven Bedürfnissen begründet, die sich z.T. überschneiden. Immer wieder betont wird, dass Dating-Apps als Gelegenheiten eines als unverbindlich charakterisierten Zeitvertreibs verwendet und dabei auch Phasen der Langeweile überwunden werden können, wobei die Attraktivität solcher Apps, begründet in ihrer Visualität sowie auf Selektion ausgerichtete Handlungsaufforderungen, als Formen der Unterhaltung interpretiert werden. Apps offerieren Steigerungen der Quantität von Kontakt(möglichkeit)en, wobei auch Reaktionen auf das eigene Profil in Form von Kontaktanfragen bzw. „Matches“ als eine der App immanente Anerkennungswährung interpretiert und als Form situativer Selbstwirksamkeitserfahrungen gedeutet werden. Verknüpft wird dies damit, im intersubjektiven Geschehen unbekannte Andere kennenzulernen bzw. ein in seiner weiteren Entwicklung unvorhersehbares (kommunikatives) Geschehen einzuleiten und ggf. fortzuentwickeln. Diese interaktionalen Motive sind sowohl ausschließlich auf das Schreiben in der App, also ohne Intention einer späteren Face-to-Face-Begegnung, begrenzt, werden aber auch als Ausgangspunkt für die Initiierung langfristiger Partnerschaften, Freundschaften und Paarbeziehungen wie auch ausschließlich sexueller Begegnungen genutzt.

4.2 Selektion und Auswahl Anderer und die Zentralität visueller Medien

Mit der Installation einer/mehrerer Apps, der Einrichtung eines Profils, der Auswahl eines/ Profilbilds/mehrerer Profilbilder und der Spezifizierung selektiver Suchkriterien – sexuelle Präferenz(en), geografische Distanz und Alter – folgen Suche und Auswahl anderer Nutzer*innen. In der Genese differenter Beziehungsformen sind diese mit empirisch nachvollziehbaren Herstellungspraktiken verknüpft und an die medialen und kommunikativen Eigenheiten der Apps gekoppelt. Der Initiierung kommunikativer Handlungen gehen Auswahl-, Bewertungs- und Selektionsprozesse voraus, die (überwiegend) an Bildmedien orientiert, ein technologisch induziertes Passungsverhältnis („to match“) von zwei/mehreren Personen intendieren. Einerseits gibt es Apps, die auf der Grundlage visueller Eindrücke textbezogene, kommunikative Handlungen unmittelbar ermöglichen. Andere Apps fokussieren hingegen die wechselseitige Zuwendung von Kommunikant*innen über die selektive Beurteilung visueller Medien und (wenigen) Profilinformationen, sie gamifizieren bzw. gestalten den selektiven Vorgang als spielerisches Geschehen (vgl. Opper 2019, S. 97ff.). Bildmedien sind sowohl im Kontext von Selbstdarstellungs- und Imagebildungsprozessen in den eigenen Profilbildern bzw. Profilen von Bedeutung (4.2.1), wie diese in Bewertungen anderer als vordergründiger Selektionsgegenstand fungieren (4.2.2).

4.2.1 Selbstdarstellung und Impression-Management in Profilen und Profilbildern

Die Arbeit am eigenen Profil als primäres Vehikel der Selbstdarstellung funktioniert v.a. unter Rückgriff auf Bildmedien, was sowohl spezifische Motive, Bildformate, Posen, den Einsatz von Accessoires, Präferenzen für Kamerafilter bzw. spezifische Orte und Situationen/situative Gegebenheiten umfasst. Visuelle Medien sind auf die Evozierung von Eindrücken bei anderen ausgerichtet. Es werden Bilder verwendet, „die mir natürlich auch selber gefallen und ich hätte auch Kriterien, welche Bilder ich nicht gut finde auf Tinder“ (Thorsten, Z. 298–299). Neben netzgängigen, visuellen Selbstthematisierungen „ich sag jetzt mal so Selfies die man auch auf Facebook findet und auf Instagram“ (Isabella, Z. 477–478), gehören hierzu auch Bilder „wo man sieht, dass derjenige vielleicht nicht grade unbedingt für das Bild posed“, sondern „irgendwie normal, die vielleicht irgendwie mal zufällig zustande gekommen sind“ (Thorsten, Z. 331–332). Bilder adressieren ein abwesendes Gegenüber, wobei Seheindrücke und die Unmittelbarkeit der Wahrnehmung von Bedeutung sind wie mithilfe von Bildern Facetten der Identität, aber auch emotionale Eindrücke zum Ausdruck gebracht und inszeniert werden. Unsere Interviewten suchen in ihren Profilbildern einen Lebensstil visuell zum Ausdruck zu bringen bzw. für sich in Anspruch zu nehmen, die aus ihrer Sicht als typische Muster und Merkmale ihrer Sinnggebung und der Stilisierung des Selbst fungieren, wobei sie ein visuelles Storytelling betreiben, worauf Christiana exemplarisch verwies, die sich „extra von ner Photographin“ (Christiana, Z. 179) fotografieren ließ, woraus unterschiedliche Bildmotive resultierten, die Facetten und Eigenheiten ihrer Persönlichkeit visuell zu erfassen suchen: „[W]itzig einmal schick auf jeden Fall und aber immer angezogen“ (Christiana, Z. 180–181). Die Reihung solcher Bilder bzw. Bilderserien aus den „unterschiedli-

chen Lebenslagen“ (Johanna, Z. 275) werden zur Herstellung aktiver Sichtbarkeitsleistungen verwendet. Differenzen werden markiert, eine nicht austauschbare Inszenierung der Persönlichkeit intendiert, um im Sichtbarkeits- und Valorisierungswettbewerb zu bestehen. Dabei werden im infrastrukturellen Setting der Apps mit reduzierter Informationsdichte insbesondere Bilder gebraucht, um Hinweise, Eigenheiten aber auch Facetten des Selbst bildhaft darzulegen bzw. zu fokussieren, wobei die Bildauswahl selbst das Resultat eines reflexiv-selektiven Auswahlprozesses ist. Bilder zeigen bzw. verweisen auf etwas, also so „ganz normale Bilder [...], also jetzt nichts irgendwie, was keine Ahnung großartig in Szene gestellt oder sonst irgendwas, sondern halt einfach ganz normale Bilder so aus dem Alltag“ (Robert, Z. 142–144). Robert etwa geht es darum, anderen zu zeigen wer er ist, ein „lebenslustiger Mensch, mag Sport, dies, das [...] also nichts großartig[es]“ (Robert, Z. 145–146). Bilder aus dem Alltag verweisen auf das aus seiner Sicht Relevante, wobei als „normale Bilder“ klassifizierte Bildmedien auf Alltäglichkeit verweisen und er jenseits spezifischer Inszenierungsabsichten visuell zum Ausdruck bringt, wer er ist bzw. wie er gesehen, wahrgenommen und beurteilt werden will. Dabei geraten bei der Bildauswahl auch kleinste, aber subjektiv als hochgradig bedeutsam befundene Details in den Blick. Auch Laura erzählte davon, dass sie ausschließlich Bilder verwendet, „*wo ich irgendwie was mache* und nicht nur ich in meinem Bikini oder sowas, sondern irgendwie, *wo ich grade, keine Ahnung, mit Freunden zusammensitze* oder sowas“ (Laura, Z. 343–345). Sie verwies mehrfach darauf, wie wichtig es für sie sei, dass ihre verwendeten Profilbilder nicht nur Situationen abbilden, sondern im Bild eine Ähnlichkeitsbeziehung dargelegt wird, die aus ihrer Sicht als authentisch bewertete Persönlichkeitseigenschaften darlegen *und* diese visuell auszudrücken, was für sie v.a. damit verknüpft ist, sich als sozial aktiv und involviert in Bildern zu erzählen. Bilder werden als Gelegenheiten verstanden, Eindrücke als Eigenheiten eines erzählenden Selbst darzulegen, als Sender*in, Gestalter*in, Sprecher*in und eben auch als Ich aufzutreten. Unsere Interviewten suchen mit Hilfe ihrer Bilder spezifische Außenwirkungen herzustellen, die situative Eindrücke ermöglichen und „ein Bild [sind], das die anderen übernehmen können“ (Goffman 1986, S. 10). Als visuelles Ausdrucksmittel intendieren sie die Evozierung eines Images und sind als Facetten einer, auf visuelle Konstruktion ausgerichteten, kommunikativen Handlung zu verstehen, die als Zeichenträger und visuelles Ausdrucks- und Kommunikationsmittel fungieren. Als Bestandteil der Profile liefern primär visuelle Bildmedien in Verbindung mit (wenigen) textuellen Beiträgen kleine Versatzstücke, die in der Montage verschiedener Elemente ein einzigartiges Bild entwerfen bzw. darauf verweisen.

4.2.2 Visuelle Materialitäten als Komponenten von Selektions- und Auswahlentscheidungen

Neben den eigenen Profilbildern und ihren Funktionen, ausgewählte Impressionen des Selbst darzulegen bzw. visuell zu kontrollieren, sind Bildmaterialitäten in Auswahl- und Selektionsprozessen Anderer von Bedeutung. Damit verbundene Bewertungspraktiken zeichnen sich durch drei charakteristische Eigenheiten aus: Bewertungen erfolgen erstens einseitig, sind zweitens binär organisiert – bewegen sich zwischen Zustimmung/Ablehnung, zwischen „Hot or Not“ (Anna, Z. 17) – und werden als beschleunigt erlebt. Bewertungen und Auswahl erfolgen „einfach unglaublich schnell, zack der nächste, zack und so weiter“ (Johanna, Z. 524), dabei

„guckst [du] dir was an: ‚Nee, gefällt mir nicht. Weg, weg, weg, weg‘. Das ist dann halt auch echt eher so, dass man na mal echt 95 Prozent nach links wischt und vielleicht echt mal so 5 Prozent nach rechts wischt“ (Karina, Z. 640–643). Bewertungen werden im Sinne eines Bewertungs- bzw. „Matchspiels“ (Karina, Z. 357) durch Fingerbewegung auf dem Smartphonedisplay umgesetzt und mit Zuschreibungen von Attraktivität und Sympathie aufgrund visueller Eindrücke begründet, wobei die Auswahl „anhand der Fotos, also wenn der sympathisch war auf den Fotos aber ich hab mir auch alle Fotos angeguckt, erstmal am ersten Bild, da konnte man eh schon sagen könnte *Oh, der sieht nett aus, sieht nicht nett aus*“ (Sarina, Z. 703–706). Bewertungen sind an Kriterien orientiert, die als Geschmacksurteil den Selektionsvorgang strukturieren, wobei Bildformate aber auch Motive Grenzziehungen bedingen bzw. als Ausdruck klassenspezifischer Geschmackspräferenzen fungieren, „so Spiegelfies oder sowas, vor allem, wenn man noch den ich weiß nicht, mit freiem Oberkörper, die hab ich meistens aus Prinzip immer weggewischt“ (Anna, Z. 507–508). Profile, die selektive Auswahlkriterien aufweisen, werden typisiert, als nicht authentisch klassifiziert und aus dem Selektionspool spielerisch durch Fingerbewegung entfernt, etwa „der Typ, der braun gebrannt mit Sixpack am Strand posiert, sonder[n] halt wirklich eher, der sich da, oder, der mir vorkam als stellt er sich so da[r], wie er auch ist und nicht wie er gerne sein möchte“ (Laura, Z. 253–255).

Dabei werden Profilbilder Anderer als situative Abbilder interpretiert, wobei Selektions- und Bewertungsprozesse zugleich auf Dispositions- und Klassifikationssysteme verweisen. Visuelle Bewertungen sind an Chiffren und sozialen Stereotypen orientiert, die im Kontext beschleunigter Eindruckserzeugungen als *Priming-Effekte* implizite Annahmen und ein Wissen darüber, *wie und wer* ein Gegenüber ist, miteinander verknüpfen. Im Geschmacksurteil wird klassifiziert, nicht zuletzt auch derjenige, „der die Klassifikation vornimmt“ (Bourdieu 1987, S. 25). Exemplarisch sei hier auf zwei (kurze) Interviewpassagen von Petra und Thorsten verwiesen, die jenen Klassifikationsprozess verbalisierten, wobei Petra, stellvertretend, von dem von ihr entwerteten „Klischeeasi [erzählte], von praktisch gebräunter Typ, der im Tanktop vor seinem BMW steht“ (Petra, Z. 736–738). Das visuell Sichtbare wird mit stereotypen Zuschreibungen assoziiert und kategorial [„Klischeeasi“] als soziales Urteil konkretisiert. Dabei operieren visuelle und textuelle Eindrücke als performativer Bewertungsmaßstab, wobei das visuell Sichtbare anhand von Motiven, Posen und Facetten der Selbstdarstellung mit impliziten Annahmen über Nähe und Distanz zur eigenen Stellung im sozialen Raum entworfen wird. Hierbei werden in visuellen Bewertungen die Vorstellungen darüber, was als sozial anerkannt und schön erscheint, objektiviert. Dies führt dann etwa dazu, dass Nutzer*innen abgelehnt werden, wenn das „Foto sehr unauthentisch wirkt, irgendwie Tiere oder Kuscheltiere auf Fotos find ich auch ganz schlimm [oder so] Poserbilder“ (Thorsten, Z. 305–307). In der Sichtbarkeit von Tieren/Kuscheltieren bzw. der Kategorisierung des „Poserbildes“ spitzt sich das soziale Urteil zu, werden hier doch unerwünschte Eigenheiten mit Blick auf Fragen des Geschmacks *und* der sozialen Stellung antizipiert. Dabei werden visuell sichtbare Eigenheiten im Lichte eigener Geschmackspräferenzen bewertet und ggf. negiert, was Thorsten exemplarisch an, aus seiner Sicht typischen, Merkmalen des Poserbildes konkretisierte, wie „oberkörperfrei, Bizeps anspannen und so, [...] weil mich halt andere Sachen interessieren“ (Thorsten, Z. 308–313). Bewertung in Form von Ablehnung konkretisiert sich hier in einer am Körper und mit dessen Inszenierung assoziierten Geschmacks- und Klassenzuschreibung, wobei

mithilfe der Interpretation von Zeichen und Symbolen, Orientierungen hervorgebracht und zur begründeten Reflexion des eigenen Geschmacks als Facetten sozialer Distinktion ausgeführt und reproduziert werden.

4.2.3 „Das ist dann ein so-ins-schreiben-kommen“: Kommunikative Praktiken in Dating-Apps

Bildmedien und wenige textbezogene Profilinformationen sind Ausgangspunkt des Pre-Face-to-Face-Geschehens, die ein technologisch induziertes Matching fokussieren und auf die Eröffnung textbezogener Kommunikationsprozesse ausgerichtet sind, die durch Emojis, Bilder und GIFs ergänzt werden. Diese Chat-Kommunikation ist als sequentielle Ordnung rekonstruierbar [a) Initiation; b) Intensivierung und Integration], wobei in kommunikativen Handlungen eine Zweifelhait konstituiert wird und mit der kommunikativen Hervorbringung von Kongruenzen bzw. Differenzen konvergiert, während der gesamte Kommunikationsverlauf permanent bewertet und Andere auf ihre Tauglichkeit überprüft werden.

a) *Die Initiationsphase*: Initiation markiert den Beginn kommunikativer Handlungen und wird in den Gesprächen als neuralgische wie fragile Phase charakterisiert. Ausgangspunkt ist ein als „Ansprechen“ (Petra, Z. 526) bzw. als „den ersten Schritt machen“ (Isa, Z. 1653–1654) klassifizierter Anfang. Ablauf und Inhalte weisen Ähnlichkeiten auf, wobei Isabella, exemplarisch, den Verlauf als „Standardgespräch[e]“ (Isabella, Z. 521) charakterisierte und Sonja es so zusammenfasste, dass sie „diese ganzen Gespräche schon 1000-mal gehört“ (Sonja, Z. 980–981) habe. Kommunikation ist an der Erfüllung von Reziprozitätserwartungen orientiert. Das bedeutet, dass kommunizierte Inhalte, die Kommunikant*in A äußert, mit Erwartungen der Wechselbezüglichkeit an Kommunikant*in B einhergehen, was den weiteren Austausch visueller Medien, v.a. aber eine auf Wechselseitigkeit ausgerichtete Offenlegung und Eruiierung von als „Kerninformationen“ (Petra, Z. 453) deklarierten Gesprächsinhalten umfasst, etwa „wie alt man is und was man macht, die Hobbies, also so diese Standardsachen“ (Rebecca, Z. 758–759). Fokussiert werden biographische Merkmale, die im Material als Facetten einer als *Checklistenorientierung* kategorisierten Erschließung rekonstruiert wurde, wobei Informationen eruiert und bewertet werden. Fragen-Antworten-Gegenfragen sind darauf ausgerichtet, Informationen zu erhalten und die potentielle Eignung zu ergründen. Dabei berichten unsere Informant*innen auch von der Entwicklung standardisierter Kommunikationsroutinen „so [...] mit Standardfloskeln: ‚Hey, na, wie geht's?‘, ‚Was machst du heute‘, ‚Heut ist doch Freitagabend. Wieso bist du denn zu Hause oder hast nichts zu tun oder sowas und sitzt bei Tinder‘“ (Laura, Z. 199–202). Konträr zu den eigenen Absichten stehende Aussagen können den Abbruch kommunikativer Handlungen bedingen, etwa „relativ direkte Anfragen, so körperliche auf Sex bezogen und daher hab ich dann auch das Zurückschreiben in der Regel vermieden“ (Johanna, Z. 151–152). Initiation ist darauf ausgerichtet ein Gespräch „ins Rollen“ (Sonja, Z. 476) zu bringen, wobei alle Äußerungen permanenter Beobachtung und Bewertung unterstehen und Gelingen bzw. Fortentwicklung kommunikativer Beziehungen von der Bemessung von Quantität und Qualität von Antworten abhängen.

Kontrastierend stehen hierzu initiiierende Kommunikationshandlungen, die die Nutzung solcher Apps vordergründig mit Motiven sexueller Begegnungen be-

gründen. Charakteristisch hierbei ist, dass biographische Informationen in den Hintergrund treten. Vielmehr entwickeln Nutzer*innen fokussierte Kommunikationsstrategien, „dann warn die Gespräche auch n bisschen anders und dann war das Ganze auch n bisschen da hat mich nicht so viel zur Person interessiert und das war auch eher schon eher son alles oder nichts Prinzip“ (Thorsten, Z. 427). Thorsten klassifizierte diese qualitativen Unterschiede als eine im Chatverlauf kommunikativ etablierte „klare Kante“ (Thorsten, Z. 415), als Grenzziehung. Chat-Kommunikation und daraus potentiell resultierende Begegnungen um „sexuelle Abenteuer“ (Yasmin, Z. 114) zu erleben, „sexuelle Erfahrungen“ (Pauline, Z. 62–63) zu sammeln oder „Sex-Dates zu haben“ (Thomas, Z. 1163) ist auf eine einmalige Begegnung fokussiert und wird entsprechend konzeptualisiert. Der kommunikative Austausch adressiert das Gegenüber als sexuelles Subjekt, „du willst ficken, gibste mir deine Nummer, komm isch vorbei“ (Thomas, Z. 735). Gesprächsinhalte sind auf Angaben in Profilen begrenzt, wobei Kommunikation sich durch Distanzierungen gegenüber persönlichen Themen und biographischen Verwicklungen auszeichnet, wobei „im Gespräch also da ham mich die Leute auch einfach nich so intre[ssiert] also so vom ganzen Hintergrund was machen die, wer sind die bla was ham die für Probleme“ (Thorsten, Z. 450–451). Kommunikation ist darauf ausgerichtet, Nutzer*innen emotional möglichst unbeeinflusst zu lassen. Chat-Gespräche sind auf Gestaltung, Rahmung und den Ablauf der Begegnung fokussiert, was sexuelle Präferenzen oder die Aushandlung des Ortes umfasst, also „das klär ich halt alles vorher ab ne auf was die stehen und ich mach halt auch ganz klar dass ich halt keinen Fetisch habe nicht auf SM stehe und all so nen scheiß ne“ (Thomas, Z. 469). Fokussiert wird *die sexuelle Begegnung*, die von anderen Bereichen des sozialen Lebens getrennt entworfen wird. Chat-Kommunikation ist auf Passung und Rahmung und innerhalb kurzer Zeit auf die Ermöglichung dieser Begegnung ausgerichtet.

b) *Intensivierungen und Integration*: Im Kontrast hierzu entfaltet sich Kommunikation im Kontext von Motiven der Anbahnung und Entwicklung von Beziehungen, freundschaftlich oder partnerschaftlich orientierter, durch schrittweise Entfaltungen, was im Material mit Intensivierungen in differenten kommunikativen Facetten rekonstruiert wurde. Intensivierung meint sowohl Kontakthäufigkeit wie auch Inhalte, denn „man schreibt sich dann wirklich auch jeden Tag“ (Anna, Z. 865). Der Austausch von biographischen wie identitätsbezogenen Merkmalen, die als Facetten eines chatbezogenen Gesprächs (vgl. Berger/Kellner 1965) wechselseitige Zugänge zur sozialen Wirklichkeit der Kommunikant*innen eröffnen (sollen), ist hierbei unerlässlicher Bestandteil. Im Verlauf eines solchen Gesprächs entdecken Nutzer*innen „viele Übereinstimmungen“ (Anna, Z. 1058–1059), „gemeinsame Interessen“ (Johanna, Z. 479), beschreiben ein wachsendes Vertrauensverhältnis, wobei man den/die Andere/n „so nach und nach halt auch besser kennenlernt“ (Anna, Z. 547). Intensivierung meint zugleich aber auch die Entwicklung kognitiver Repräsentationen, was unsere Interviewten als „Bild im Kopf“ (Isabella, Z. 653) bzw. als textuell-visuell interpretierte *Impressionen* beschreiben, ein Bild über das Gegenüber, welches man „vor Augen hat wie derjenige is“ (Petra, Z. 974–975). Im Kontrast zu Face-to-Face sind Eindrücke jedoch ausschließlich durch Bild(er) und Text vermittelt, fehlen nonverbale Signale, die im Kommunikationsverlauf nur vereinzelt durch Smileys und Emojis aufgefangen werden können. Dabei füllen Nutzer*innen Leerstellen mit Überattributionen, sie berichten von Idealisierungen, was für sie durchaus auch mit der Evozierung

von Gefühlen für ein Gegenüber, einem Eindruck von Nähe und Vertrautheit, einhergehen kann „so als würde ich ihn kennen“ (Johanna, Z. 1246). Kommunikation nimmt hier hyperpersonale Züge an (vgl. Walther 1996, S. 17ff.), wenn man sich „mit Schmetterlingen im Bauch freut denjenigen dann auch zu treffen“ (Petra, Z. 978). Dies kann auch in (vermeintlicher) Vertrautheit und Nähe resultieren, was Marie an einem Chatbeispiel verdeutlichte:

„Ja, er macht auch gerne Wellnesswochenenden und ich auch. Und dann haben wir so gesagt: ‚Joa, könnten wir ja mal eins machen‘. [...] Ja. Er hat dann so rumgeflaxt und dann: ‚Ja, dann machen wir doch mal eins‘, ne, so, ja ok. Und dann habe ich dann natürlich irgendwann, weil ich so das Gefühl hatte, Termin wird hier abgesprochen und: ‚Ja, es sind auch noch Zimmer frei‘ und aber, ne. Das ist dann tatsächlich irgendwie geschrieben habe: ‚Sage mal, wollen wir uns nicht erstmal irgendwie auf’n Kaffee vorher treffen, ob das überhaupt passt‘ (Marie, Z. 503–515).

Die Chat-Situation entfaltet für Marie retrospektiv eine eigenwillige Dynamik, was für sie mit Sympathie und Vertrautheit für ihr Gegenüber verknüpft war und sich in der Planung eines gemeinsamen Wellnesswochenendes konkretisierte bzw. zuspitzte. Marie unterbrach durch Verweis auf die essentielle Notwendigkeit einer Face-to-Face-Begegnung diese Eskalation, insistierte vielmehr auf die Notwendigkeit eines vorangehenden Treffens, offerierte ihrem Gegenüber zugleich eine, jene Begegnung vorbereitende, Option, wobei „erstmal Telefonnummern ausgetauscht [wurden]. Und [wir] haben dann über WhatsApp geschrieben“ (Marie, Z. 576). Exemplarisch wird hier mit dem Wechsel des Kommunikationsmediums auf eine, auch durch andere Interviewte beschriebene, Kommunikationsstrategie verwiesen, die als *integrative Leistung* interpretiert wurde, die die eigentliche Face-to-Face-Begegnung vorbereitet: Denn die Chat-Funktionen der Apps werden nur für einen begrenzten Zeitraum verwendet, „zwei drei Tage auf jeden Fall immer nur über Tinder und wenn ich dann dachte ‚ok das könnte in Richtung Treffen gehen das läuft so halbwegs‘ auch über Whatsapp“ (Petra, Z. 268–270). Die App sei ausschließlich „für den ersten Kontakt“ (Maria, Z. 233), wobei andere Nutzer*innen ausgewählt, kommunikative Prozesse eingeleitet und auch intensiviert werden, die dann darin resultieren, dass „man sich ja auch noch entscheiden [kann, d.V.] magst du die Person oder nicht und dann werden entweder Nummer ausgetauscht oder nicht“ (Maria, Z. 233–235). Der Wechsel des Kommunikationsmediums (Messenger-Anwendungen; das Eingehen von Freundschaften auf Social Network Sites) wird in der sequenziellen Eskalationslogik zur Vorbereitung der Begegnung vollzogen. Dieser Wechsel kann mit Steigerungen der Kontakthäufigkeit einhergehen, weil „auf WhatsApp is es halt einfach is halt irgendwie anders [...] is n anderes Gefühl“ (Isabella, Z. 526–528), aber auch zum Abbruch kommunikativer Handlungen führen, „sag ich mal Facebook oder WhatsApp gewechselt hast gibts halt auch so Sachen da hat das bei Lovoo wunderbar funktioniert mitm schreiben aber wennde dann auf Facebook oder WhatsApp gegangen bist dann isses weniger geworden“ (Christiana, Z. 264–266). Dabei funktioniert der Wechsel des Kommunikationsmediums *integrierend*, denn das „bringt das ganze nochmal auf n persönlicheres Level“ (Sonja, Z. 796–797), denn „da ging das von beiden Seiten aus das Interesse so richtig erst los so dass man sagt: ‚Ja man trifft sich‘, [...], weil wir dann anders geschrieben [haben]“ (Isabella, 510–513). Begründet wird dies mit der Rahmung und Situierung des kommunikativen Geschehens, denn auf WhatsApp „schreib ich halt auch mit meinen Freunden, mit meiner Familie das is halt irgendwie find ich persönlicher als wenn ich mit denen über Tinder schreibe“ (Sonja,

Z. 802–804). Kommunikation wird als ehrlicher und authentischer eingeschätzt und das Gegenüber in einen als intim und vertraulich eingestuften kommunikativen Zusammenhang integriert.

5 Fazit

Mit der Aufnahme kommunikativer Beziehungen werden die Modalitäten der sinnbedeutsamen Selbst- und Weltverhältnisse wechselseitig betrieben. Location-Based-Real-Time-Dating-Apps fungieren als *Mediatoren*, die von Nutzer*innen (adaptiv) aufgegriffen und als Initiierungsgelegenheiten in der Entwicklung zwischenmenschlicher Beziehungen genutzt werden. Apps offerieren und eröffnen einen Kommunikationsraum. Charakteristisch für das damit verbundene und hier untersuchte Pre-Face-to-Face-Geschehen ist eine (1) an Merkmalen des Geschmacks orientierte Auswahl, Bewertung und Selektion anderer Nutzer*innen, die als Grundlagen der Initiierung textbezogener Kommunikationsprozesse fungieren, wobei in Chats (2) Entwürfe und Impressionen einer Offline-Realität wechselseitig kommuniziert bzw. entworfen werden. Kommunikation betrifft a) zwei anfangs sich Unbekannte, die sich aufgrund der Zuschreibung von Attraktivitäts- und (antizipierten) Geschmacksmerkmalen (visuell) bewerten, wechselseitig auswählen und b) ein text-visuell bezogenes kommunikatives Geschehen einleiten, welches sich durch c) Evaluations- und Bewertungsprozesse und Etappen des Kommunikationsablaufs auszeichnet, wobei ein d) Passungsverhältnis intendiert ist, welches idealiter in eine Face-to-Face-Begegnung mündet. Bewertungen erfolgen in einem technologisch vermittelten Rahmen, wobei die Zuschreibung von Attraktivität und Passung in einen Wert transformiert werden, der differenziert, ob ein Gegenüber als attraktiv/unattraktiv, als passend/unpassend klassifiziert und selektiert wird. Gleichwohl sind solche Apps auch als Netzwerk der Möglichkeiten zu interpretieren. Man muss sich nur für eine App entscheiden, diese herunterladen, sich registrieren, ein Profil anlegen und auf die Suche begeben. Apps eröffnen Steigerungen der Ermöglichung von Interaktionen und etablieren – Pre-Face-to-Face – Beziehungen mit potentiell bedeutsamen Personen, wobei mittels des Gebrauchs textbezogener Symbole wie auch visueller Medien Formen der wechselseitigen Realitätsverarbeitung eröffnet werden. Dabei entwickeln Handelnde in der deutenden Aneignung/Interpretation einer sich entfaltenden Kommunikation eine symbolisch vermittelte Ordnung, an der sie sich im kommunikativen Geschehen orientieren und Beziehungen entwickeln und gestalten.

Aus der Perspektive ihrer Nutzer*innen sind solche Anwendungen zuvorderst Gelegenheiten, um mit anderen in medienvermittelte, kommunikative Interaktionen zu treten, mediatisierte (Online-)Beziehungen zu etablieren und damit gleichwohl auf die ihnen immanente Herausforderung verweisen: der Überführung der per App etablierten kommunikativ-symbolischen Ordnung in den physischen Raum und der physischen Begegnung. Die digital arrangierte Kommunikation ist dabei immer auch auf ihre Grenzen verwiesen. In einer synästhetischen Netzöffentlichkeit operieren solche Apps daher als eine Technologie, die einerseits (begrenzte) Formen kommunikativen Handelns eröffnen und bedingen, andererseits aber auch als Facetten der Vergesellschaftung das isolierte Nebeneinander in den sozialen Wechselwirkungen in ein Mit- und Füreinander gestalten können,

also in der wechselseitigen Bezugnahme die Bedingungen schaffen, die zwischenmenschliche (Offline-)Beziehungen eröffnen. Apps sind Mediatoren, ein Optionenraum, unter deren Zuhilfenahme (physische) Begegnungen und die Fortentwicklung zwischenmenschlicher Beziehungen zwar eingeleitet, gleichwohl die Handelnden nicht vor der Komplexität des „Realitätstest“ – der Face-to-Face-Begegnung – und der Übersetzung mediatisierter Formen von Nähe und Vertrautheit befreit sind. Gleichwohl die Ergebnisse unserer Forschung Einblicke in das damit verbundenen Initiierungsgeschehen eröffnen, so bleiben dennoch Leerstellen, deren weitere Erforschung erhebliches Potential mit Blick auf Gestaltung und Formierung zwischenmenschlicher Beziehungen in netzgängigen Kontexten offerieren. Im vorliegenden Untersuchungszusammenhang wurde das Phänomen anhand der Narrationen unserer Proband*innen untersucht. Zukünftige Forschungen könnten dies erweitern und etwa *textuelle wie visuelle Dokumente der App-Nutzung (Chatprotokolle etc.)* zum Forschungsgegenstand machen, um Ebenen visueller und textueller Kommunikation jenseits der bloßen Erzählungen über diese systematisch in den Blick zu bekommen und so zu weiterführenden Einsichten zu gelangen.

Literatur

- Bauermeister, J./Leslie-Santana, M./Johns, M.M./Pingel, E./Eisenberg, A. (2011): Mr. Right and Mr. Right Now: Romantic and Casual Partner-Seeking Online among Young Men who have Sex with Men. In: *AIDS and Behavior*, 15. Jg., H. 2, S. 261–272. <https://doi.org/10.1007/s10461-010-9834-5>
- Bauman, Z. (2003): *Liquid Love: On the Frailty of Human Bonds*. Blackwell.
- Berger, P./Kellner, H. (1965): Die Ehe und die Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Abhandlung zur Mikrosoziologie des Wissens. In: *Soziale Welt*, 16. Jg., H. 3, S. 220–235.
- Blackwell, C./Birnholtz, J./Abbott, C. (2015): Seeing and being seen: Co-situation and impression formation using Grindr, a location-aware gay dating app. In: *New Media & Society*, 17. Jg., H. 7, S. 1117–1136. <https://doi.org/10.1177/1461444814521595>
- Bourdieu, P. (1987): *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*. Frankfurt a.M.
- Burchell, K. (2015). Tasking the everyday: Where mobile and online communication take time. *Mobile Media & Communication*, 3. Jg., H. 1, S. 36–52. <https://doi.org/10.1177/2050157914546711>
- David, G./Cambre, C. (2016): Screened intimacies: Tinder and the swipe logic. In: *Social Media & Society*, 2. Jg., H. 2, S. 1–11. <https://doi.org/10.1177/2056305116641976>
- Ellison, N./boyd, D. (2013): Sociality Through Social Network Sites. In: Dutton, W. (Hrsg): *The Oxford Handbook of Internet Studies*. Oxford, S. 151–172. <https://doi.org/10.1093/oxfordhdb/9780199589074.013.0008>
- Finkel, E./Eastwick, P./Karney, B./Reis, H./Sprecher, S. (2012): Online Dating: A Critical Analysis From the Perspective of Psychological Science. In: *Psychological Science in the Public Interest*, 13. Jg., H. 1, S. 3–66. <https://doi.org/10.1177/1529100612436522>
- Germann-Molz, J. (2012): *Travel Connections: Tourism, Technology, and Togetherness in a Mobile World*. London. <https://doi.org/10.4324/9780203123096>
- Goffman, E. (1986): *Strategische Interaktion*. München/Wien.
- Hobbs, M./Owen, S./Gerber, L. (2017). Liquid love? Dating apps, sex, relationships and the digital transformation of intimacy. In: *Journal of Sociology*, 53. Jg., H. 2, S. 271–284. <https://doi.org/10.1177/1440783316662718>
- Illouz, E. (2018): *Warum Liebe endet: Eine Soziologie negativer Beziehungen*. Frankfurt a.M.

- Kaufmann, J.-C. (1999): *Das verstehende Interview*. Konstanz.
- Knapp, M./Vangelisti, A. (2010): *Interpersonal communication and human relationships*. Boston.
- Krotz, F. (2017): Sozialisation in mediatisierten Welten. Mediensozialisation in den Perspektiven des Mediatisierungsansatzes. In: Hoffmann, D./Krotz, F./Reißmann, W. (Hrsg.): *Mediatisierung und Mediensozialisation: Prozesse – Räume – Praktiken*. Wiesbaden, S. 21–40. https://doi.org/10.1007/978-3-658-14937-6_2
- LeFebvre, L. (2017): Swiping me off my feet: Explicating relationship initiation on Tinder. *Journal of Social and Personal Relationships*, 35. Jg., H. 9, S. 1205–1229. <https://doi.org/10.1177/0265407517706419>
- Lemke, R./Merz, S. (2018): The prevalence and gratification of nude self-presentation of men who have sex with men in online-dating environments: attracting attention, empowerment, and self-verification. In: *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21. Jg., H. 1, S. 16–24. <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0691>
- Light, B. (2014): *Disconnecting with Social Networking Sites*. London. <https://doi.org/10.1057/9781137022479>
- Lutz, C./Ranzini, G. (2017): Where Dating Meets Data: Investigating Social and Institutional Privacy Concerns on Tinder. In: *Social Media & Society*, S. 1–12. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3319829>
- Miguel, C. (2016): Visual Intimacy on Social Media: From Selfies to the Co-Construction of Intimacies Through Shared Pictures. In: *Social Media & Society*, S. 1–10. <https://doi.org/10.1177/2056305116641705>
- Miles, S. (2017): Sex in the digital city: location-based dating apps and queer urban life. In: *Gender, place and culture*, 24. Jg., H. 11, S. 1595–1610. <https://doi.org/10.1080/0966369X.2017.1340874>
- Miller, B. (2015): “Dude, where’s your face?” Self-presentation, self-description, and partner preferences on a social networking application for men who have sex with men: a content analysis. In: *Sexuality & Culture*, 19. Jg., H. 4, S. 637–658. <https://doi.org/10.1007/s12119-015-9283-4>
- Opper, T. (2019): „Spiel, Satz und Match“. Zur kollaborativen Spezifik von Dating-Apps. In: Otto, I./Ghanbari, N./Schramm, S./Thielmann, T. (Hrsg.): *Kollaboration: Beiträge zur Medientheorie und Kulturgeschichte der Zusammenarbeit*. Paderborn, S. 97–120. https://doi.org/10.30965/9783846758403_007
- Peetz, T. (2019): Ausweitung der Paarungszone? Grenzverschiebungen digitalisierter Paarbildung. In: Kropf, J./Laser, S. (Hrsg.): *Digitale Bewertungspraktiken. Für eine Bewertungssoziologie des Digitalen, Soziologie des Wertens und Bewertens*. Wiesbaden, S. 261–273. https://doi.org/10.1007/978-3-658-21165-3_11
- Ranzini, G./Lutz, C. (2017): Love at first swipe? Explaining Tinder self-presentation and motives. In: *Mobile Media & Communication*, 5. Jg., H. 1, S. 80–101. <https://doi.org/10.1177/2050157916664559>
- Schrock, A.W. (2015): Communicative Affordances of Mobile Media: Portability, Availability, Locatability, and Multimediality. In: *International Journal of Communication*, 9. Jg., S. 1229–1246
- Shaw, F. (2016): “Bitch I said hi”: The Bye Felipe campaign and discursive activism in mobile dating apps. *Social Media & Society*, S. 1–10. <https://doi.org/10.1177/2056305116672889>
- Sennett, R. (2007): *Der flexible Mensch*. 3. Auflage. Berlin.
- Sumter, S./Vandenbosch, L./Ligtenberg, L. (2017): Love me Tinder: Untangling emerging adults’ motivations for using the dating application Tinder. In: *Telematics and Informatics*, 34. Jg., H. 1, S. 67–78. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.04.009>
- Strauss, A./Corbin, J. (2010): *Grounded Theory: Grundlagen qualitativer Sozialforschung*. Weinheim.
- Thompson, L. (2018): “I can be your Tinder nightmare”: Harassment and misogyny in the online sexual marketplace. In: *Feminism & Psychology*, 28. Jg., H. 1, S. 69–89. <https://doi.org/10.1177/0959353517720226>

- Walther, J.B. (1996): Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. In: *Communication Research*, 23. Jg., S. 3–43
- Ward, J. (2016): Swiping, Matching, Chatting: Self-Presentation and Self-Disclosure on Mobile Dating Apps. In: *HUMAN IT*, 13. Jg., H. 3, S. 82–95.
- Woll, S./Young, P. (1989): Looking for Mr. or Ms. Right: Self-presentation in videodating. In: *Journal of Marriage and the Family*, 51. Jg., H. 2, S. 483–488.
<https://doi.org/10.2307/352509>