

Vermessen, verzweifelt, verliebt? Das un/glückliche Selbst im Spannungsfeld digitaler Technologien; drei Forschungsberichte

Zöllner, Oliver (Ed.)

Veröffentlichungsversion / Published Version

Sammelwerk / collection

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Zöllner, O. (Hrsg.). (2021). *Vermessen, verzweifelt, verliebt? Das un/glückliche Selbst im Spannungsfeld digitaler Technologien; drei Forschungsberichte*. Stuttgart: Hochschule der Medien Stuttgart. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:bsz:900-opus4-66919>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-NC-ND Lizenz (Namensnennung-Nicht-kommerziell-Keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-NC-ND Licence (Attribution-Non Commercial-NoDerivatives). For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0>



Vermessen, verzweifelt, verliebt?

Das un/glückliche Selbst im
Spannungsfeld digitaler
Technologien

Drei Forschungsberichte

Herausgegeben von Oliver Zöllner

Vermessen, verzweifelt, verliebt?

Das un/glückliche Selbst im Spannungsfeld digitaler Technologien

Drei Forschungsberichte

Herausgegeben von Oliver Zöllner

Mit Beiträgen von

Julia Bumiller | Leonie Beiter | Felix Goetzke | Lisa Herresbach |
Lucy Höfle | Hanna Koesling | Konrad Kraft | Nico Klein | Pia Man-
gold | Stefan Riegler | Silke Scheel | Tobias Schäfer | Alica Wanner
| Mia Zsohár | Sophia Zull

Alle Hochschule der Medien Stuttgart

Hochschule der Medien Stuttgart

Nobelstraße 10
70569 Stuttgart

Internet: www.hdm-stuttgart.de

E-Mail: info@hdm-stuttgart.de

© Hochschule der Medien Stuttgart 2021

Die vorliegenden Studien sind im Wintersemester 2020/2021 im Masterkurs „Digitalität und Gesellschaft“ von Prof. Dr. Oliver Zöllner entstanden.

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk einschließlich seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechtsgesetzes bedarf der vorherigen Zustimmung des Herausgebers. Dies gilt auch für die fotomechanische Vervielfältigung (Fotokopie/Mikrokopie) und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen. Hinsichtlich der in diesem Werk ggf. enthaltenen Texte von Normen weisen wir darauf hin, dass rechtsverbindlich allein die amtlich verkündeten Texte sind.

Redaktion, Lektorat und Satz: Stefan Riegler und Mia Zsohár

Cover-Foto und Cover-Gestaltung: Mia Zsohár

Inhaltsverzeichnis

Vorwort: Die App als Lösung?	1
Digitaler Solutionismus im Alltag	
Abstracts	8
Tracke dich glücklich!	11
Nutzungspraktiken und Auswirkungen des digitalen Aufzeichnens eigener Körperdaten	
Therapiere dich selbst!	116
Mental Health und digitale Selbsttherapie in der Generation Z	
Verliebe dich neu!	208
Digitale Technologien und Künstliche Intelligenz in der Partnerschaftsanbahnung	
Anhang	309

Vorwort: Die App als Lösung? Digitaler Solutionismus im Alltag

Eine Hinführung zu den drei Studien dieses Bandes

Die Digitalisierung des Alltags nimmt – so kann man es 2021 sicher widerspruchsfrei formulieren – stetig weiter zu. Das World Wide Web und mit ihm die E-Mail, die ersten Messengerdienste und Anwendungen wie das Online-Banking wurden ab etwa 1995 populär. Rund zehn Jahre später traten vielfältige soziale Online-Netzwerke wie auch Streamingdienste für Musik und bewegte Bilder ihren Siegeszug an, wobei in etwa zeitgleich die Endgeräte zunehmend kleiner und mobiler wurden. Irgendwann ab 2007 passte der digitale Zugang zur großen weiten Welt in ein Smartphone, das sehr viele Menschen seitdem permanent mit sich führen. Der tragbare Kleincomputer ist in vielen Lebensbereichen längst Personalausweis und Alltagsmanager – und manchmal auch der gefühlte Rettungsanker. Digitale Anwendungen (*applications*, kurz: *apps*) finden sich auf Smartphones als kleine Kacheln und erlauben auf Knopfdruck und vielleicht mit ein paar Wischbewegungen und Eingaben die bequeme und schnelle Erledigung von einstmals mühseligen und zeitraubenden Tätigkeiten. Von unterwegs einkaufen, Überweisungen erledigen, Freundschaften pflegen, Fahrpläne einsehen, Nachrichten, Filme und Musik konsumieren, sich in den Welten von Online-Games verlieren – all das erscheint 2021 bereits banal, war 30 Jahre zuvor aber noch so etwas wie Tech-Utopie. Kein Wunder, dass Mobiltelefone mit Internetzugang „smart“, also „schlau“ genannt werden. Jedenfalls ist das dahinterstehende Marketing äußerst smart und neigt zu einer branchenüblichen Überhöhung der Geräte.

Menschen haben sich an die Bequemlichkeit der Digitalität gewöhnt. Sie ist in den Industriestaaten längst in der Infrastruktur des Alltags verankert. Smartphone und Heimcomputer ermöglichen Verbindungen von fast überall und geben ein Gefühl von Sicherheit und Teilhabe; sie sind allerdings auch ein Topos der Kontrolle und Überwachung geworden, indem die Rechner quasi sämtliche Nutzungsvorgänge protokollieren, speichern, weiterleiten, diese Datensätze anderen Instanzen zur weiteren Auswertung für eine Vielzahl von Zwecken zur Verfügung stellen und aus solchen Spuren unseres Selbst

Werkzeuge zur Prognose zukünftigen Verhaltens erstellt werden. Shoshana Zuboff hat dies 2019 in ihrem furiosen Standardwerk über *Das Zeitalter des Überwachungs-kapitalismus* detailreich analysiert.¹ Geräte wie das Smartphone oder der stationäre Personal Computer daheim und im Büro und ihre Programme stellen eine Benutzeroberfläche dar, das *Frontend*, deren korrekte Handhabung den meisten Menschen reicht, um als kompetente Userinnen und User gelten zu können. Wie hingegen die Datenströme und Auswertungslogiken im Hintergrund, im *backend* also, ablaufen und zu verorten sind, können oder wollen letztlich nur wenige Anwender:innen durchschauen – und die meisten Anbieterfirmen wiederum geben sich die größte Mühe, ihre Algorithmen nicht offenzulegen. Frank Pasquale spricht hier vom Trend zur „Black Box Society“, also von Gesellschaften, in denen die Codes und Algorithmen, die Kapital und Informationen steuern, nicht transparent sind und damit auch die Nutzer:innen im Unklaren darüber lassen, nach welchen Regeln die Programme funktionieren und wie die erhobenen Daten gesammelt, extrahiert, gefiltert, verarbeitet und manipuliert werden.²

Die Faszination für die Einfachheit und Bequemlichkeit der Programmanwendungen scheint dennoch ungebrochen zu sein. Zu vermuten ist: ebenso das Vertrauen in sie. Längst kann man auch hier von einer gesellschaftlich-kulturellen Prägung sprechen. Indem die Apps ihren Nutzer:innen Lösungen für Probleme anbieten (*Wie erledige ich meine Überweisungen, ohne in eine Bankfiliale gehen zu müssen? Wie kann ich einen Film sehen, ohne ein Kino besuchen zu müssen? Wie kann ich eine:n romantische:n Partner:in finden, ohne jemanden von Angesicht zu Angesicht anzusprechen zu müssen? usw.*), verfestigt sich der Eindruck, für jede Aufgabenstellung gäbe es ein Programm, für jedes Problem eine App. Die erhoffte Einfachheit und Bequemlichkeit der Lösungsfindung verweist nicht zuletzt auch auf ein ebenso bequemes und eilfertiges Abgeben von Verantwortung. Indem Menschen auf die (zumindest hypothetisierte) Problemlösungskompetenz einer „smarten“ Apparatur verweisen, können sie die lästigen Erfordernisse eigener, menschlicher, nicht technisch generierter Problemlösungen auf „höhere“ technische Instanzen abwälzen. Nolen Gertz sieht mit Blick auf die vielfach beobachtbare

¹ Vgl. Zuboff 2019.

² Vgl. Pasquale 2015.

regressive Neigung, Verantwortung nur allzu willfährig abzugeben, einen „technologischen Nihilismus“ am Werk.³ Am Ende soll es lieber der Algorithmus gewesen sein, der eine Entscheidung getroffen hat, und nicht man selbst – was das Leben ironischerweise vielleicht sogar erleichtern kann, denn diese Mensch-Technik-Beziehung erlöst uns von der Erfordernis darüber nachdenken zu müssen, wer wir sind oder wie wir als Individuen sein wollen.⁴ Zugleich wirft diese Spielart des Nihilismus die ganz grundsätzliche Frage nach dem Menschenbild im Zeitalter „künstlicher Intelligenz“ auf: Für wie intelligent, wie „smart“ hält sich der Mensch im Vergleich zu den Algorithmen, die er programmiert? Wer wird in dieser Beziehung die Zügel in der Hand behalten: Mensch oder Maschine? Die Utopien und Dystopien rund um diese Fragen wuchern derzeit in ganz unterschiedliche Richtungen.⁵

Das geschickte Marketing der unzähligen Anbieterfirmen auf dem Markt suggeriert jedenfalls just dies: *Lade die App X herunter und du kannst das Ziel Y erreichen*. Die Lösung auf Knopfdruck sozusagen, für die es (scheinbar) keine Alternative gibt. Evgeny Morozov hat hierfür den treffenden Ausdruck vom „technologischen Solutionismus“ bekannt gemacht – kritisch verstanden als eine „Torheit“ unserer von digitaler Technologie geprägten Gegenwart wohlgermerkt.⁶ Viele Menschen glauben – sicher nicht erst seit Einsetzen der Digitalisierung – an das Primat der Technik und an deren Überlegenheit gegenüber nicht-technischen Interventionen, zur Optimierung einer Situation beizutragen. Digitale Anwendungen zählen im Fahrwasser technologischer Apologet:innen wie etwa Kevin Kelly inzwischen zu den „Unausweichlichkeiten“ des Alltags und der weiteren zivilisatorischen Entwicklung.⁷ Der Fortschritt – soll heißen: die nächste Gerätegeneration, das nächste Programmupdate, das damit verbundene Glück usw. – scheint nicht aufhaltbar und findet online statt. Andere Autor:innen setzen sich kritischer mit dem kulturellen Mantra des „Inevitablism“ auseinander, also eines stark von Technologieanbietern getriebenen Technikdeterminismus.⁸ Doch sind es insbesondere jüngere Menschen, die unter dem Eindruck dieser Machtbeziehung zur „App Generation“ gezählt

³ Vgl. Gertz 2018.

⁴ Gertz 2018, S. 35–58.

⁵ Vgl. Coeckelbergh 2020, S. 11–29.

⁶ Vgl. Morozov 2013.

⁷ Vgl. Kelly 2016.

⁸ Vgl. Bridle 2018; Taplin 2017.

werden, in der man Konzepte wie Identität, Nähe und die Welt des Erfahrbaren völlig selbstverständlich semiöffentlich in sozialen Online-Netzwerken bzw. in App-basierten Umgebungen aushandelt und teilt und die gezielt mittels Programmanwendungen Hilfe sucht.⁹ Andere Autorinnen und Autoren zeichnen vor diesem Hintergrund einer möglichen „Übervernetzung“ oder „Hyperkonnektivität“ aktuell bereits vielschichtige Szenarien der „Entnetzung“ auf.¹⁰ Die Vernetzung der Daten, der Menschen und der Welt scheint längst ein Ausmaß angenommen zu haben, dass neue Konzepte entwickelt werden müssen, mit ihr umzugehen.

Mit einer Kritik an ideologematisch gesetzten Annahmen und Erwartungen ist also in jedem Fall die Notwendigkeit zur Reflexion verbunden. Denn es ist frappant, welche privaten und intimen Details Menschen den diversen Apps anvertrauen und von ihnen Hilfestellungen erwarten – und zugleich meist wenig von den Funktionsweisen der Programme wissen. Sie erhoffen sich von den Programmen dennoch eine Verbesserung ihres Lebens bzw. die Lösung eines spezifischen Problems. Hier setzte im Wintersemester 2020/21 der Masterkurs „Digitalität und Gesellschaft“ im Modul „Empirische Forschung zur digitalen Gesellschaft“ an der Hochschule der Medien in Stuttgart an, eine Einführung in die wesentlichen Erhebungs- und Analysetechniken der quantitativ und qualitativ orientierten empirischen Sozial- und Medienforschung. Deren Verfahren und Methoden sollten für Fragestellungen aus dem Kontext der Digitalisierung zur Anwendung gebracht werden. Schnell kristallisierten sich im Kurs aus den intensiv geführten Diskussionen drei Themen zur exemplarischen Behandlung heraus:

- Self-Tracking (Körperdaten),
- Mental Health (psychische Gesundheit) und
- Online Dating (Partner:innenwahl).

Auch für diese Themenfelder, die sehr private Angelegenheiten adressieren, haben sich auf dem Markt längst Angebote und Geschäftsmodelle etabliert, die auf Automation und Algorithmisierung angelegt sind. Wie gehen Menschen mit ihnen um? Wie beeinflussen diese Technologien das soziale Miteinander der Menschen, aber auch den individuellen

⁹ Vgl. Gardner und Davis 2013.

¹⁰ Vgl. Stäheli 2021.

Umgang mit sich selbst und den (stets längst mitzudenkenden) eigenen Doppelgänger:innen in Profilform?¹¹ Was sind die Hoffnungen und Erwartungen der Menschen? Wie reflektieren sie diese? Was macht das mit ihnen?

Das Ziel des Kurses war, hierzu Fragestellungen zu entwickeln und diese als explorative Studien im Feld umzusetzen. Aus der Perspektive der Digitalen Ethik sollten die Studien zudem die in einer digitalen Gesellschaft geltenden Wertmaßstäbe und Überzeugungen reflektieren, die hinter individuellem Handeln stecken.¹² Die Antworten auf die stets präsente implizite Frage „Was soll ich tun?“ (etwa zur Lösung eines individuellen Problems) kann auf eine alltagsbasierte Theorie des richtigen Handelns, des angemessenen Umgangs mit digitalen Tools verweisen.¹³ Die vorliegenden Studien liefern hierzu datengestützte Schlaglichter und können auch dazu dienen, die im Kern aristotelische Frage weiter zu verfolgen, welchen Beitrag zum „guten“ bzw. „glücklichen Leben“ der Anwender:innen die zum Einsatz kommenden digitalen Plattformen leisten – oder vielleicht nicht. Ebenso wird aber auch die gänzlich teleologische Fragestellung berührt, unter welchen Zweckbindungen die Nutzung der digitalen Dienste steht und mit welchen Aufwänden die Anwender:innen aus ihrer individueller Perspektive welchen Ertrag zu erzielen erhoffen.¹⁴ Hier zeichnen die Befunde viele Schattierungen zwischen Schwarz und Weiß, etwa bei der Frage nach der Zufriedenheit mit den Apps, der eigenen Rolle als Datenlieferant.in oder mit Blick auf eine Sensibilisierung für Daten- und Persönlichkeitsschutz.

Auf Grund der im Wintersemester 2020/21 grassierenden Covid-19-Pandemie mussten die Projekte stark auf digitale Erhebungstools zugreifen, was in die entstehenden Studien eine doppelte Reflexionsebene eingezogen hat. Zu bedenken ist ebenso, dass die Studien samt und sonders im sehr begrenzten Zeitrahmen von vier Monaten entstanden sind – in Anbetracht der differenzierten und vielschichtigen Ergebnisse eine beachtliche Leistung der Studierenden, denen an dieser Stelle herzlich gedankt sei. Mein besonderer Dank gilt Mia Zsohár und Stefan Riegler, die als Redaktionsteam die überlassenen

¹¹ Vgl. Schirmmacher 2013.

¹² Vgl. Grimm, Keber und Zöllner 2019.

¹³ Ebd., S. 9.

¹⁴ Vgl. Ess 2020.

Hausarbeitsmanuskripte in ein Buch umgewandelt haben. Die im Masterkurs entstandenen Studien werden im vorliegenden E-Book dokumentiert (notgedrungen leider gekürzt um die umfangreichen Transkripte), um die in der Tat spannenden und oft überraschenden Befunde und Diskussionen einer interessierten Fachöffentlichkeit zugänglich zu machen; sie sind über die vorangestellten Abstracts leicht erschließbar. Mögen die Projektberichte weitergehende Forschung anstoßen!

Stuttgart, im August 2021

Oliver Zöllner

Literatur

- Bridle, James (2018): *New Dark Age: Technology and the End of the Future*. London, Brooklyn: Verso.
- Coeckelbergh, Mark (2020): *AI Ethics*. Cambridge MA, London: MIT Press.
- Ess, Charles (2020): *Digital Media Ethics*. 3. Auflage. Cambridge, Medford MA: Polity Press.
- Gardner, Howard; Davis, Katie (2013): *The App Generation: How Today's Youth Navigate Identity, Intimacy, and Imagination in a Digital World*. New Haven, London: Yale University Press.
- Gertz, Nolen (2018): *Nihilism and Technology*. London, New York: Rowman & Littlefield.
- Grimm, Petra; Keber, Tobias O.; Zöllner, Oliver (2019): Digitale Ethik: Positionsbestimmung und Perspektiven. In: Grimm, Petra; Keber, Tobias O.; Zöllner, Oliver (Hrsg.): *Digitale Ethik. Leben in vernetzten Welten*. 2., durchgesehene Auflage. Ditzingen: Reclam, S. 9–26.
- Kelly, Kevin (2016): *The Inevitable: Understanding the 12 Technological Forces That Will Shape Our Future*. New York: Viking.
- Morozov, Evgeny (2013): *To Save Everything, Click Here: The Folly of Technological Solutionism*. New York: Public Affairs.
- Pasquale, Frank (2015): *The Black Box Society: The Secret Algorithms That Control Money and Information*. Cambridge MA, London: Harvard University Press.
- Schirmacher, Frank (2013): *Ego. Das Spiel des Lebens*. München: Blessing.
- Stäheli, Urs (2021): *Soziologie der Entnetzung*. Berlin: Suhrkamp.
- Taplin, Jonathan (2017): *Move Fast and Break Things: How Facebook, Google and Amazon Have Cornered Culture and What It Means For All of Us*. London: Macmillan.
- Zuboff, Shoshana (2019): *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for the Future at the New Frontier of Power*. London: Profile Books.

Abstract 1:

Tracke dich glücklich!

Nutzungspraktiken und Auswirkungen des digitalen Aufzeichnens eigener Körperdaten

Self-Tracking, die Vermessung und Quantifizierung des Selbst, gewinnt durch die fortschreitende Digitalisierung und damit einhergehende Möglichkeiten der Datenerfassung mittels Apps und Wearables zunehmend an Relevanz. In diesem Kontext untersucht die Studie, aus welchen Gründen Personen ihre Körperdaten aufzeichnen, inwiefern diese Praktiken Auswirkungen auf das eigene Glücksempfinden haben und welche Rolle Datenschutzabwägungen im Rahmen der Verarbeitung und Weitergabe der eigenen Daten spielen. Den ersten Teil der Mixed-Methods-Studie bildet eine quantitative Onlinebefragung zu Nutzungsverhalten und Implikationen des Self-Trackings. Parallel dazu werden qualitative Interviews mit Trackenden durchgeführt und anhand der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring ausgewertet.

Die Ergebnisse zeigen, dass neben reiner Neugierde sowie der Verbesserung von Gesundheit und Fitness auch die Dokumentation eigener Aktivitäten als digitales Tagebuch hohe Relevanz hat. Bei Trackenden führen insbesondere das Verfolgen und Erreichen von Zielen zu einer Steigerung der Zufriedenheit. Während überwiegend eine geringe Bereitschaft zur Auseinandersetzung mit den Datenschutzeinstellungen von zum Aufzeichnen genutzten Anwendungen besteht, sind die Meinungen zur Weitergabe aufgezeichneter Körperdaten an Krankenkassen zwiespältig. Ergänzend werden Gamification, Virtualisierung und Personifizierung von Technik als relevante Aspekte des Trackings aufgedeckt, die die Verknüpfung von Mensch und Technik im besonderen Maße herausstellen.

Abstract 2:

Therapiere dich selbst!

Mental Health und digitale Selbsttherapie in der Generation Z

Aktuelle Studien zeigen, dass psychische Erkrankungen in ihrer Bedeutung zunehmen. Betroffen sind oftmals auch sehr junge Menschen und Angehörige der Generation Z. Sie kämpfen dabei nicht nur mit der Krankheit selbst, sondern mit gesellschaftlicher Stigmatisierung und Behandlungsengpässen. Die Covid-19-Pandemie hat die Lage zusätzlich verschärft, weil Therapien in gewohnter Form teilweise nicht mehr stattfinden konnten. Eine Lösung des Problems verspricht das wachsende Angebot an digitalen Therapie- und Gesundheits-Apps, die zur Linderung psychischer Störungen beitragen wollen.

Im Rahmen der Forschungsreihe „Vermessen, verzweifelt, verliebt – das un/glückliche Selbst im Spannungsfeld digitaler Technologien“ widmet sich diese Studie der Frage, unter welchen Umständen solche digitalen Therapiemodelle einen herkömmlichen Arztbesuch ersetzen oder ergänzen können. Zur Beantwortung der Forschungsfrage wurden qualitative Forschungsmethoden in Form von nicht-standardisierten Interviews mit Betroffenen und Expert:innen durchgeführt. Es konnte herausgefunden werden, dass Potenziale in der Technologie und Aufgeschlossenheit sowie Interesse aufseiten der Patient:innen und Expert:innen bestehen, diese Entwicklung jedoch auch mit gewissen Risiken verbunden ist.

Abstract 3:

Verliebe dich neu!

Digitale Technologien und Künstliche Intelligenz in der Partnerschaftsanbahnung

In den vergangenen Jahren lässt sich eine zunehmende Nutzung von Online-Dating-Plattformen feststellen. Besonders in Zeiten der Covid-19-Pandemie und sozialer Isolation werden Dating-Plattformen wie Tinder unter anderem genutzt, um sich weniger einsam zu fühlen und Nähe zu erfahren. Als Teil der Forschungsreihe „Vermessen, verzweifelt, verliebt – das un/glückliche Selbst im Spannungsfeld digitaler Technologien“ befasst sich diese Studie mit der Glückssuche auf Tinder. Dazu wird folgende Forschungsfrage gestellt: „Bringen uns digitale Technologien und der Fortschritt von künstlicher Intelligenz näher zusammen oder entfernen sie uns voneinander?“

Zur Beantwortung der Forschungsfrage wurde eine qualitative Studie anhand von leitfadengestützten Tiefeninterviews durchgeführt und mit einer qualitativen Inhaltsanalyse ausgewertet. Die Studie zeigt, dass das Finden von Glück anhand von zwischenmenschlichen Beziehungen durch Tinder, von verschiedenen Faktoren abhängt. Zentrale Aspekte, die sich durch die gesamte Auswertung ziehen, sind die Effizienz in Verbindung mit der Multioptionalität, die Wahrung einer emotionalen Distanz sowie die Vergänglichkeit und Austauschbarkeit von Interaktionen. Dabei können hinsichtlich zwischenmenschlicher Beziehungen als Teil des individuellen Glücks der Proband:innen langfristig eher hemmende Faktoren festgestellt werden; fördernde Faktoren führen eher zu einem kurzfristigen Effekt.

Tracke dich glücklich!

Nutzungspraktiken und Auswirkungen des digitalen Aufzeichnens eigener Körperdaten

Von

Nico Klein

Stefan Riegler

Silke Scheel

Mia Zsohár

Sophia Zull

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	13
1.1. Aufbau der Studie.....	14
1.2. Methodisches Vorgehen	15
2. Theoretische Grundlagen und aktueller Forschungsstand	15
2.1. Glück und Ethik	16
2.2. Selbstaufzeichnungs-Praktiken.....	23
2.3. Digitales Aufzeichnen von Körperdaten.....	27
2.4. Kritische Betrachtung des Self-Trackings.....	34
3. Methodik	39
4. Teilstudie 1: Onlinebefragung (quantitativ)	41
4.1. Forschungsdesign	41
4.2. Ergebnisse	47
4.3. Diskussion.....	62
5. Teilstudie 2: Tiefeninterviews (qualitativ)	64
5.1. Forschungsdesign	66
5.2. Ergebnisse	70
5.3. Diskussion.....	100
6. Kritische Reflexion der Studie	102
6.1. Diskussion der Untersuchungsdurchführung	102
6.2. Limitationen	104
7. Fazit & Ausblick	105
Literatur- und Quellenverzeichnis	107

1. Einleitung

„Jeder Mensch hat das Recht, am kulturellen Leben der Gemeinschaft frei teilzunehmen, sich der Künste zu erfreuen und am wissenschaftlichen Fortschritt und dessen Wohltaten teilzuhaben“¹

Bezogen auf diesen Artikel 27 der Erklärung der Menschenrechte, versteht sich die 2007 gegründete Quantified Self-Bewegung als gemeinschaftliches Netzwerk, welches eine Optimierung der persönlichen Lebensbedingungen jedes:r Einzelnen durch Tracking und Auswertung physiologischer Daten anstrebt.² Zwar sind kulturelle Techniken der Selbstvermessung zur Optimierung per se kein postmodernes Phänomen, jedoch spielen für eine Reflexion der eigenen Gesundheit und Fitness heutzutage entsprechende digitale Technologien, wie Apps oder Tracking-Devices, eine zunehmend wichtige Rolle. So verzeichnete 2016 der Fitness- und Gesundheitsbereich in einer Untersuchung von App-Store-Kategorien den stärksten Zuwachs.³ Forscher:innen der Universität Zürich bezeichnen das Konzept von Quantified Self als „Schnittstelle zwischen Lifestyle und Medizin“⁴. Auch für die Gesundheitsbranche wird die Aufzeichnung eigener Körperdaten zunehmend relevant. Dies gilt nicht nur für medizinische Anwendungen und Behandlungen, sondern auch für wirtschaftliche Akteur:innen, die Anreizsysteme für das Teilen der Daten schaffen. So gibt es von verschiedenen Krankenkassen bereits Bonusprogramme für das Erreichen von Fitness- oder Gesundheitszielen.

Kritisch betrachtet werden in der aktuellen Forschung insbesondere Fragen nach der Zugänglichkeit dieser Form von Gesundheitsförderung, die oft an entsprechende Hardware wie Wearables geknüpft ist, sowie eine mögliche Werteverstärkung, die langfristig zu einer Diskriminierung derjenigen führen könnte, die ihre Körper(-daten) nicht optimieren.⁵ Aspekte der Überwachung der eigenen Körperdaten und Disziplinierung sowie die zunehmende Verschmelzung von Mensch und Technologie in der Postmoderne werden an verschiedenen Stellen kritisiert.⁶ Digitale Technologien werden dabei in der Medienwissenschaft und -forschung nicht als bloße Instrumente, sondern als strukturschaffende Akteurinnen aufgefasst, welche die Wahrnehmung und Verhaltensweisen ihrer Nutzer:innen beeinflussen.⁷ So befassen sich beispielsweise Martin Hand und Mi-

¹ Amnesty International 2019.

² Vgl. Quantified Self 2020.

³ Vgl. Meidert et al. 2018, S. 39–40.

⁴ Meidert et al. 2018.

⁵ Vgl. Selke 2016b, S. 310.

⁶ Vgl. Haraway 1985.

⁷ Vgl. Latour 2005.

chelle Gorea in einer empirischen Studie mit Fragen nach der zeitlichen Restrukturierung des Nutzer:innenverhaltens durch solche Technologien im Sinne einer neoliberalen Kommodifizierung der Zeit und der Spuren, die Nutzende hinterlassen.⁸

Der Anspruch der vorliegenden Studie besteht darin, die Erfassung von Körperdaten nicht als bloße Ausweitung der menschlichen Fertigkeiten zu verstehen, sondern als in ihren sozialen und kulturellen Kontext eingebettete Technologie, deren Nutzung und Reflexion wiederum mit einer Erwartungshaltung und Selbstdisziplinierung der jeweiligen Nutzenden verbunden sind.⁹ Besonders vor dem Hintergrund des Versprechens von kultureller Teilhabe, der Selbstfindung oder Selbsterkenntnis soll untersucht werden, auf welche Weise sich das Tracking eigener Körperdaten im Sinne von Quantified Self auf das Glücksempfinden im digitalen Zeitalter auswirkt. Hierbei soll die Frage nach der Motivation der Nutzer:innen, eigene Körperdaten zu erheben, ebenso im Mittelpunkt stehen wie die Frage nach dem subjektiv empfundenen persönlichen Glück durch diese Selbstvermessung. Nicht zuletzt handelt es sich um sensible persönliche Daten, sodass in diesem Kontext auch Einstellungen zum Datenschutz betrachtet werden sollen.

Die Forschungsfrage dieser Studie lautet:

Aus welchen Gründen werden digitale Technologien zum Aufzeichnen eigener Körperdaten verwendet, wie wirken sich diese auf das persönliche Glücksempfinden aus und welche Haltung haben die Nutzer:innen bezüglich der Weiterverarbeitung ihrer Daten?

1.1. Aufbau der Studie

Die vorliegende Studie gliedert sich in fünf Kapitel. Auf das einleitende Kapitel folgt in Kapitel Zwei eine Darlegung des theoretischen Bezugsrahmens sowie des aktuellen Forschungsstandes. Hierbei werden auch wichtige Begriffe wie ‚Glück‘, ‚Quantified Self‘ und ‚Körperdaten‘ definiert. Im Anschluss an die Sekundärforschung folgt in Kapitel Drei die empirische Untersuchung. Im Rahmen einer Mixed-Methods-Studie werden sowohl quantitativ als auch qualitativ Nutzungsgründe für das Aufzeichnen digitaler Körperdaten, Auswirkungen auf das Glücksempfinden sowie die Haltung zur Datenverarbeitung in diesem Kontext untersucht. Das vierte Kapitel reflektiert die Ergebnisse der Studie kritisch, bevor die Arbeit im Folgekapitel mit einem Fazit und Ausblick auf zukünftige Entwicklungen abschließt.

⁸ Vgl. Hand und Gorea 2018.

⁹ Vgl. McLuhan 1994.

1.2. Methodisches Vorgehen

Die Studie ist folgendermaßen aufgebaut:

Teil A beschreibt die Theoriearbeit, welche dazu dient, den aktuellen Forschungsstand von Quantified Self und dem digitalen Aufzeichnen von Körperdaten zu überblicken. Hierbei werden wichtige Begriffe definiert, Einsatzbereiche sowie die Motivation und Ziele für das Tracking näher betrachtet.

Teil B ist eine Mixed-Methods-Studie, welche aus einer quantitativen Onlinebefragung sowie qualitativen Tiefeninterviews besteht. Die beiden Studien sollen parallel durchgeführt werden. Daher wird bei der Erstellung des Fragebogens sowie des Leitfadens differenziert, welche Aspekte sich besser quantitativ respektive qualitativ abfragen lassen. Geplant ist eine quantitative Befragung mit mindestens 100 Teilnehmenden sowie sechs qualitative Interviews. Die Zielgruppe umfasst in Deutschland lebende Erwachsene ab 18 Jahren, die mithilfe eines digitalen Gerätes, beispielsweise eines Wearables oder einer App, eigene Körperdaten aufzeichnen.

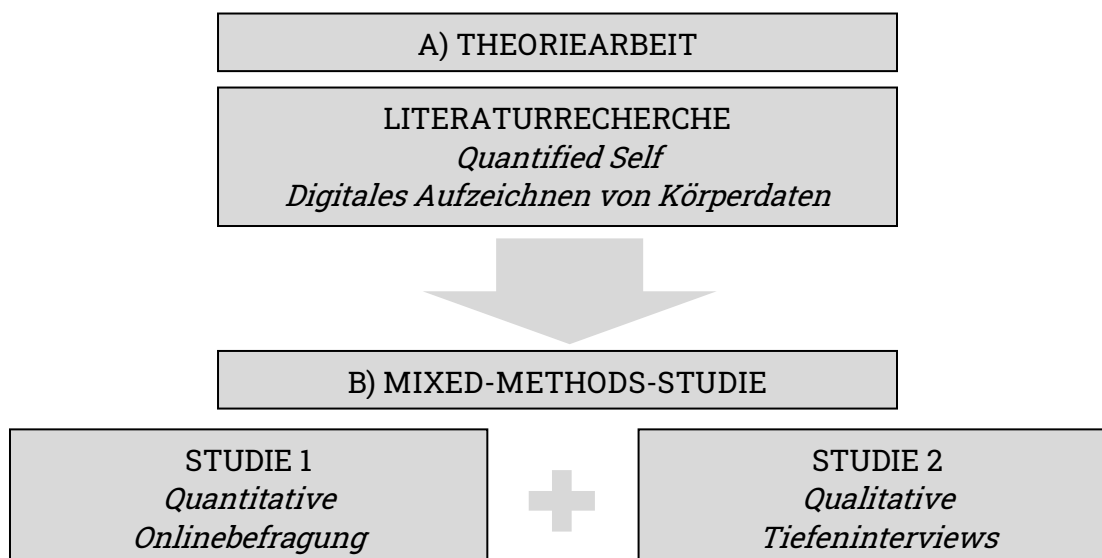


Abbildung 1: Methodisches Vorgehen.

2. Theoretische Grundlagen und aktueller Forschungsstand

Im vorliegenden Kapitel sollen die theoretische Fundierung des Forschungsinteresses erläutert und Arbeitsdefinitionen der genannten Überbegriffe und Kategorien geklärt werden. Dabei soll zunächst untersucht werden, wie Glück im Kontext von Ethik und dem digitalen Zeitalter einzuordnen ist. Anschließend werden verschiedene Selbstaufzeichnungs-Praktiken dargestellt, anhand derer eine Kontextualisierung der Quantified

Self-Bewegung vorgenommen und deren besondere Bedeutung für den Forschungsschwerpunkt dieser Studie aufgezeigt werden soll. Abgerundet wird das vorliegende Kapitel durch eine Einordnung kritischer Betrachtungsweisen der Self-Tracking-Technologien.

2.1. Glück und Ethik

„Das Glück gibt es nicht, und das Glück der Menschen erst recht nicht“,¹⁰ so zitiert Katrin Meyer Michel Foucaults Verständnis von Glück in einer humanistischen Gesellschaft. Mag diese Aussage zwar einerseits diskutabel sein, stellt sie andererseits jedoch eine grundlegende Tatsache heraus: Es gibt nicht *das* Glück. Über die gesamte Menschheitsgeschichte hinweg wurden die Vorstellungen von dem, was Glück ist, und was glücklich macht, als Erkenntnisgegenstand ständig neu hinterfragt und erforscht.

Ein Gesamtüberblick über die Diskurse und Definitionen kann und soll an dieser Stelle nicht geleistet werden, ist die Vorstellung und Definition von Glück doch stets an verschiedene Faktoren, wie kulturelle und historische Bedingungen einerseits und die individuelle Wahrnehmung andererseits, gebunden.¹¹ Festzuhalten ist daher besonders die Ambivalenz des Begriffes unter Berücksichtigung der äußeren und inneren Faktoren der Interdependenz, so schreiben Grimm und Hammele 2019: „Glück ist relativ, sowohl historisch, kulturell, situativ als auch personell gesehen.“¹² Einen systematischen und umfassenderen Einblick in die Philosophie und Semantik des Glückes von der Antike bis zur Gegenwart bieten beispielsweise Dieter Thomä, Christoph Henning und Olivia Mitscherlich-Schönherr in ihrer 2011 herausgegebenen Publikation *Glück – Ein interdisziplinäres Handbuch*.¹³ Das folgende Kapitel nimmt eine Einordnung verschiedener Ansätze vor und klärt, welches Verständnis von Glück die vorliegende Studienarbeit prägt.

Historische Perspektiven auf Glück

Um zu definieren, wie der Begriff des Glückes in dieser Arbeit Anwendung finden soll, ist ein Blick auf die historische Semantik des Glücksbegriffes unumgänglich. Im Folgenden sollen daher mehrere historische Perspektiven dargestellt und untersucht werden, hierbei werden antike, (post-)moderne und zeitgenössische Theorien berücksichtigt.

¹⁰ Thomä, Henning und Mitscherlich-Schönherr 2011.

¹¹ Vgl. Grimm und Hammele 2019, S. 93–94.

¹² Ebd., S. 94.

¹³ Vgl. Thomä, Henning und Mitscherlich-Schönherr 2011.

Eudämonistischer Ansatz

Interessant ist in der semantischen Konnotation von Glück, dass in der deutschen Sprache der Begriff des Glückes zwei gegensätzliche Bedeutungen hat:

„Dabei bezeichnet das Glück, das man hat, – im Sinne der fortuna – das zufällige Geschehen, das dem Menschen von außen willfährt. Das ‚Glücklichsein‘ meint demgegenüber [...] den subjektiven Zustand des glücklichen Menschen.“¹⁴

Auch ein Blick in das historische Wörterbuch der Gebrüder Grimm macht deutlich, dass dem Glück einerseits als zufälliges Geschehen, welches Grundlage für ganze kulturelle Sinngelände ist, eine passive Bedeutung zukommt.¹⁵ In starker Abgrenzung hierzu meint letzteres von Hörisch genanntes dasjenige Glück, welches einen subjektiven Zustand bezeichnet. Im Unterschied zu dem vom zufälligen, passiv auf das Individuum einwirkenden Geschehen verstandenen Glück sollte dieses aktiv gesucht und in wiederholten Praktiken umgesetzt und erhalten werden – in der Aristotelischen Ethik meint das die Suche nach einem guten Leben; der Eudämonie. Dabei gehören nach Aristoteles zwar, so Hörisch, „auch soziale Güter und günstige äußere Umstände zu den relevanten Glücksfaktoren“,¹⁶ deren Vorhandensein determinieren jedoch nicht per se ein glückliches, gelungenes Leben. Vielmehr komme dieses „dadurch zustande, dass jemand möglichst häufig und intensiv die bestmögliche in der menschlichen Natur angelegte Tätigkeit ausführt“.¹⁷ Diese Tätigkeit solle weiter, routiniert ausgeführt, die gesamte Lebensführung des Individuums prägen.¹⁸ Glück ist somit nicht inhaltlich und allgemeingültig determiniert, sondern als prozesshaftes, handlungsleitendes Gut und letztes Ziel zu verstehen. Dabei lassen sich drei zugeschriebene Eigenschaften festmachen:

„Es [das Glück] ist (1) das vollkommenste oder auch vollständigste Gut (teleiôtaton), es ist (2) für sich hinreichend (autarkes), und es ist (3) das wählenswerteste Gut (hairetôtaton).“¹⁹

Somit richten sich in einem aristotelischen Verständnis der Eudämonie alle Handlungen und Ziele, die einen Mehrwert für das menschliche Leben haben, auch das Vergnü-

¹⁴ Thomä, Henning und Mitscherlich-Schönherr 2011, S. 14.

¹⁵ Vgl. hierzu beispielsweise die Einordnung von Roger Caillois des Glücksspiels als Zufall (Alea, 1958), das weiter nach Huizinga (1927) u.a. durch genau diese, passive Konnotation von geringerer kultureller Fruchtbarkeit sei.

¹⁶ Thomä, Henning und Mitscherlich-Schönherr 2011, S. 121.

¹⁷ Ebd., S. 122.

¹⁸ Vgl. ebd.

¹⁹ Ebd.

gen und die Erfüllung grundlegender Bedürfnisse, letztlich auf das Glück als abschließenden Selbstzweck aus.²⁰ Konkret bedeutet das, dass alle Handlungen zusätzlich zu einem angenommenen – beispielsweise materiellen, sozialen, oder gesundheitlichen Mehrwert – letztlich das Glück, oder das Glücklichsein als Ziel haben. So ist in der aristotelischen Ethik anzunehmen, dass Menschen, wenn sie eine Verbesserung ihres Lebens anstreben, damit immer auch eine Steigerung des Glückes wählen:

„Wir wählen einige Güter instrumentell, andere dagegen um ihrer selbst willen [sic!] [...] dasjenige Gut, das zum Glück führt, muss ein intrinsisches, kein instrumentelles Gut sein [...]. Glück ist so betrachtet kein Gut neben anderen Gütern, sondern der Inbegriff dessen, was intrinsisch erstrebenswert ist.“²¹

Als intrinsisch erstrebenswert werden verschiedene Güter aufgezählt, beispielsweise „der Besitz von Freunden oder eine gute Gesundheit [...], die intellektuelle Tugend [sowie] die praktische Einsicht“,²² die nach Aristoteles von unterschiedlicher Relevanz sind. Diese Definition und Bewertung lassen sich unterschiedlich interpretieren. John Ackrill spreche hier, so Horn, beispielsweise von einem „Zusammenhang des Ganzen zu seinen Teilen.“²³ Dabei könne also jede Handlung, die als förderlich für das individuelle Wohlbefinden bewertet wird – wie z.B. für manche sportliche Aktivitäten, für andere ein Abend vor dem Fernseher – zum Gesamtglück der- oder desjenigen beitragen, die oder der sie ausführt, sofern sie intrinsisch erstrebenswert ist. Während jedoch Aristoteles insbesondere der intellektuellen Tugend einen hohen Stellenwert in der Erzeugung von Glück einräumt, möchte die vorliegende Arbeit untersuchen, welche und ob wiederholte Praktiken, wie das Aufzeichnen der eigenen Körperdaten, überhaupt zu einem besseren Leben der Befragten beitragen, und dabei auch die Motivationsfaktoren und das eigene Glücksempfinden hinterfragen.

Postmoderne Perspektiven auf Glück

Wie oben bereits erwähnt, sind in der Geschichte des Glücksbegriffes auch seine Existenz und Legitimität kritisiert worden. So fasst Meyer zusammen, Foucault analysierte Glücksdiskurse an verschiedenen Stellen als fehlerhafte Ausdrücke von „Wissensordnungen, politischen Rationalitäten und Technologien des Selbst.“²⁴ Verstanden werden können Letztere unter Berücksichtigung von Foucaults Gesamtwerk, welches sich stets

²⁰ Vgl. Thomä, Henning und Mitscherlich-Schönherr 2011, S. 122.

²¹ Ebd., S. 123.

²² Ebd.

²³ Ebd.

²⁴ Vgl. ebd., S. 291.

der Frage nach der „Objektivierung des Subjekts“²⁵ durch Machtformen widmet sowie der Frage danach, „auf welche Weise ein Mensch zum Subjekt wird.“²⁶ So wird auch der humanistische Glücksbegriff zu einer „Technologie des Selbst“, dem Mittel eines ethischen Subjekts, „das sich um sich selbst sorgt, sich lenkt und führt, beherrscht und stiliert“.²⁷ Deutlicher noch wird die Kritik am humanistischen Glücksverständnis in Meyers Analyse des Glücksbegriffes bei Gilles Deleuze und Félix Guattari. Obwohl diese zwar keine endgültige oder explizit eindeutige Definition von dem festschreiben, was Glück in ihrem Werk bedeute, sei nach Mayer das Verständnis von Glück und Freude gleichzusetzen mit dem transformativen, befreienden Potenzial von „politische[r] Widerständigkeit, Freude und künstlerische[r] Kreativität“²⁸ im Gegensatz zu dem „Glück, das diskursiv erfasst und praktisch angestrebt werden kann und eben damit der Formierung durch Staat und Kapitalismus ausgesetzt“²⁹ sei. Letztlich müssen also auch die genannten intrinsischen Güter und das Glück zum Selbstzweck kritisch auf ihre möglichen äußeren Einflussfaktoren hinterfragt werden. Ist die Vorstellung und Implikation, es gebe *das* gute, glückliche Leben, überhaupt haltbar oder erforschbar?

Für die vorliegende Arbeit ist also zunächst die Definition von Glück als aktive Erfahrung, Prozess und subjektiv bewertetes Gut relevant. Dabei ist Glück zum einen von inneren, zum anderen aber auch von äußeren Faktoren, wie kulturellen und gesellschaftlichen Gegebenheiten, geprägt.

Glück und Unglück im digitalen Zeitalter

In Anbetracht der Erkenntnis, dass Glück stets subjektiv ist, scheinen die jährliche Publikation des *World Happiness Reports* und die damit einhergehende Quantifizierung des Glückes zunächst absurd. Dies gilt auch für andere Berichte, aus denen Glücksindizes hervorgehen, da sie das Glück somit als etwas metrisch Definierbares festschreiben, wobei die Messung stets an spezifische Präskriptionen gebunden ist.³⁰ So lässt der *World Happiness Report* beispielsweise bei seinem Ranking von 156 Ländern 39 weitere, von den Vereinten Nationen anerkannte, Länder außen vor, gibt aber an, den „state of global happiness“³¹ metrisch darzustellen, was kritisch zu betrachten bleibt.

²⁵ Foucault 2005, S. 240.

²⁶ Ebd.

²⁷ Meyer S. 294

²⁸ Thomä, Henning und Mitscherlich-Schönherr 2011, S. 294.

²⁹ Ebd.

³⁰ Zum Begriff der Präskription siehe Latour 2005 und Weyer 2000, S. 192.

³¹ Helliwell, John F. et al. 2020.

Gerade im Zeitalter der fortschreitenden Digitalisierung kann der jährlich erscheinende Bericht jedoch Aufschluss darüber geben, was viele Menschen scheinbar als Glück empfinden, oder vielmehr, ob die vorab festgelegten Parameter der Befragung tatsächlich mit dem übereinstimmen, was sie unter einem glücklichen, zufriedenen Leben verstehen und ob sie dieses erleben. Auch auf äußere Faktoren lässt sich dadurch schließen. So kann ein quantifizierender Bericht zwar einen Teil der Gesellschaft abbilden, lässt jedoch keine Rückschlüsse auf das persönlich-subjektive Glücksempfinden zu, was in der Methodik der vorliegenden Studie berücksichtigt werden soll.

Glück ist darüber hinaus immer auch von kulturellen und gesellschaftlichen Gegebenheiten abhängig – welche prägen also unsere digitale Gesellschaft? Grimm et al. bieten eine Antwort darauf und beleuchten die Problematik verschiedener normativer Glückscredos, welche Ethik und Handeln im digitalen Zeitalter prägen.³² Diese sind „Erkenne dich in Zahlen“, „Real ist, was man zählen kann!“, „Vergleiche Dich!“, sowie „Sei etwas Besonderes!“.³³

„Track dich glücklich!“, der Titel der vorliegenden Arbeit und die Essenz der Quantified Self-Bewegung, reiht sich scheinbar nahtlos in diese Credos ein und wirkt als logische Folge der genannten Handlungsempfehlungen zum glücklichen Leben in der digitalen Gesellschaft. Jedoch können digitale Technologien im Gegenteil auch Unglück hervorrufen, was im Folgenden erläutert werden und auf Self-Tracking-Technologien zurückbezogen werden soll.

Etwas Besonderes zu sein, wie von Grimm et al. als Glückscredo beschrieben, ist in digitalen Gemeinschaften des Teilens und Vergleichens nämlich nicht für jede:n gleichermaßen möglich. Faktoren wie „Lebensstandard, Chancen der gesellschaftlichen Teilhabe, Bildung, Gesundheitsversorgung, Wohnraum, politische Sicherheit“³⁴ sind auch in (digitalen) Gesellschaften des 21. Jahrhunderts de facto nicht gleich verteilt – so haben also *by design* nicht alle die gleichen Möglichkeiten, glücklich zu sein oder zu werden. Darunter fällt auch der Zugang zu z.B. glücksversprechenden Technologien, was wiederum Unzulänglichkeiten fördert.

Doch auch weitere Kehrseiten vermeintlicher Glücksversprechen werden anhand aktueller Forschung sichtbar. So beschäftigt sich beispielsweise Ben Agger bereits 2011 mit dem von ihm als ‚iTime‘ beschriebenen Phänomen der Entgrenzung, die er als Charakteristikum des postmodernen Moments beschreibt.³⁵ Durch die zunehmende Digitalisierung und letztlich die Smartphonennutzung, werde nach Agger die Auflösung von Grenzen wie z.B. dem Privaten und Öffentlichen, von Arbeit und Freizeit bewirkt. Dadurch

³² Vgl. Grimm und Hammele 2019, S. 90–95.

³³ Vgl. ebd.

³⁴ Ebd., S. 96.

³⁵ Vgl. Agger 2011, S. 123.

wiederum entstehe eine manische Konnektivität, die Erwartungshaltung ständiger Verfügbarkeit und gesellschaftlicher wie individueller Druck der sogenannten Mobile Time, „weighing heavily on the person who always has too much to do, not enough time to do it“.³⁶ Er schreibt weiter, über sich selbst: „I often dread my email for this reason, just as I'd be lost without it.“³⁷ Mit dieser paradoxen Anmerkung beschreibt Agger interessanterweise bereits in 2011, was zehn Jahre später Alltag für die meisten Menschen ist. Als Kehrseite der Fortschritte und Entwicklungen der Digitalisierung verstanden, kann diese ständige Erwartungshaltung auch Einfluss auf das persönliche Glücksempfinden nehmen. Die Covid-19-Pandemie verschärft diese Entwicklung ebenfalls, so Peter Yeung: „The loss of a clear work-life boundary has profound implications [...]. Campaigners point to research showing rising levels of anxiety, depression, interrupted sleep patterns and burnout among the remote workforce“.³⁸

Konkreter sucht Geert Lovink die Ursache für dieses, von ihm als ‚Digital Sadness‘ beschriebene Phänomen, in digitalen Technologien. Diese seien, so These und Titel von Lovinks Publikation: *Sad by Design*.³⁹ Digital Sadness, also das digitale Unglück, beschreibt hier negative psychologische Effekte. Digitale Umgebungen seien dabei einerseits auf eine möglichst lange Verweildauer hin konzipiert, produzieren also *by design* Effekte „of frustrating satisfaction“⁴⁰ – z.B. durch das Browsing im eigenen Feed von Social-Media-Plattformen oder das Gefühl, produktiv, online, glücklich sein zu müssen. Noch radikaler beschreibt Lovink die soziale Realität als „corporate hybrid between handheld media and the psychic structure of the user.“⁴¹ Andererseits fordern digitale Umgebungen dabei stetige Aktualisierung, welche Erschöpfung und Überreizung sowie die Angst, etwas zu verpassen, hervorrufen kann. ‚Sad‘ meint hierbei zum einen die affektive Dimension, also ein negatives Gefühl, welches wir hier als unspezifisches Unglück benennen möchten. ‚Sad‘ beschreibt jedoch in diesem Zusammenhang, so Lovink, nicht unbedingt psychologische Unregelmäßigkeiten oder psychische Krankheiten, sondern „the default mental state of the online billions.“⁴² Es bezeichnet also den Unglückszustand als Zeitgeist. Zum anderen drückt ‚sad‘ aber auch einen Mangel aus, der sich nach Lovink durch ein subjektives Gefühl der Unzulänglichkeit entwickeln kann, zur eigenen Zufriedenheit auf die oben erwähnte, manische Konnektivität und die damit

³⁶ Agger 2011, S. 124.

³⁷ Ebd., S. 125.

³⁸ Yeung 2021.

³⁹ Lovink 2019.

⁴⁰ Ebd., S. 15.

⁴¹ Ebd., S. 1.

⁴² Ebd., S. 5.

einhergehenden Erwartungshaltungen zu reagieren.⁴³ Dabei entstehe in digitalen Umgebungen zusätzlich ein überladenes Bewusstsein, das durch die stark geteilte Aufmerksamkeit Erschöpfung erfährt:

„Sadness arises at the point we’re exhausted by the online world. After yet another app session in which we failed to make a date, purchased a ticket and did a quick round of videos, the post-dopamine mood hits us hard. The sheer busyness and self-importance of the world makes you feel joyless.“⁴⁴

„Self-optimization techniques“⁴⁵ seien dabei konstitutiv für dieses Unglücksgefühl. Denn digitale Technologien werden schon länger nicht nur als Ausweitung der Menschen in ihre Umwelt verstanden, sondern teilweise auch als Substitute realer Verbindungen – für Glücksversprechen sind digitale Technologien dann nicht mehr lediglich Instrumente, sondern epistemologische Mittel. Fasst man Glück als Erreichen der eigenen spezifischen, metrischen Ziele auf, so kann man es von ihnen ablesen – ebenso wie die eigene Unzulänglichkeit. Das vermeintliche Glückscredo „Real ist, was man zählen kann!“⁴⁶ wird also eher zu einer unerreichbaren Aktualisierung und kann als Unglück empfunden werden.

Lovink schreibt abschließend, „we overcome sadness not through happiness, but rather [...] through a hatred of this world.“⁴⁷ Dieser Mechanismus bleibt kritisch zu betrachten – es soll in der vorliegenden Arbeit die Möglichkeit einer subjektiv empfundenen Steigerung von Glück und Zufriedenheit mittels digitaler Technologien nicht ausgeschlossen werden. Auch soll hier nicht der Verlust des „naive act of communication“⁴⁸ betrauert werden, den Lovink beschreibt. Vielmehr wird eine kritische Perspektive auf das Credo ‚Tracke dich glücklich!‘ eingenommen, die in [2.4](#) weiter ausgeführt und ergänzt wird. Es wurde deutlich, dass zu einer Definition des Glückes im 21. Jahrhundert eine Definition des Unglückes gehört, da dieses ebenfalls im Zusammenhang mit digitalen Technologien steht. Daher ist auch die Bewertung von Verhaltensweisen wie die Aufzeichnung eigener Körperdaten, die vermeintlich Glück auslösen oder zum Glück führen können, stets individuell und von den ökologischen Bedingungen abhängig, sowie subjektiv zu bewerten und auch in deren Rückbezügen und Gegensätzen zu hinterfragen.

⁴³ Vgl. Lovink 2019, S. 9.

⁴⁴ Ebd., S. 4.

⁴⁵ Ebd., S. 1.

⁴⁶ Grimm und Hammele 2019, S. 96

⁴⁷ Lovink 2019, S. 15.

⁴⁸ Ebd.

2.2. Selbstaufzeichnungs-Praktiken

Bereits seit tausenden Jahren zeichnen Menschen ihre Gewohnheiten und relevanten Messwerte auf, vor allem in Bezug auf ihre eigene Gesundheit, um sich selbst reflektieren und verbessern zu können. So beschreibt Foucault die antike Lehre der Diätetik, welche Techniken zur Analyse und Verbesserung des Selbst erläutert.⁴⁹ Diese Vorgehensweise deckt sich mit heutigen Aspekten der Selbstvermessung: „die Übungen, die Speisen, die Getränke, de[r] Schlaf, die sexuellen Beziehungen.“⁵⁰

Mit dem Fortschreiten der Digitalisierung und den damit entstandenen vereinfachten Möglichkeiten eigene Körper- und Verhaltensdaten zu erfassen, entwickelt sich verstärkt ein besonderes Bewusstsein der Gesellschaft, Daten über die eigene Person aufzuzeichnen, zu analysieren und zu verbessern.⁵¹

Die Begrifflichkeiten, durch welche die Selbstvermessungs-Praktiken umschrieben werden, sind divers. So fallen unter Bezeichnungen wie Lifelogging, The Quantified Self (zu Deutsch ‚Selbstvermessung‘), Personal Analytics, Self-Tracking oder quantitative Selbstoptimierung meist ähnliche Aktivitäten.⁵² Dabei erstrecken sich die genannten Aktivitäten von individuellen, alltäglich praktizierten Aufzeichnungen, wie beispielsweise dem Aufzeichnen von Körperfett- und Muskelmasse mittels einer digitalen Körperwaage, über kollektive Tätigkeiten, z.B. in Form von Social-Running Apps bis hin zu „Anwendungen in Forschungskontexten“,⁵³ die ihrerseits eigene Protokollierungsformen umsetzen. Die vorliegende Studie bezieht sich dabei ausschließlich auf individuelle und kollektive Formen der Selbstvermessung und berücksichtigt Anwendungen in Forschungskontexten nicht weiter.

Für eine Unterscheidung verschiedener Formen der Aufzeichnung eigener Körperdaten soll im Folgenden der Artikel *The diverse domains of quantified selves* von Deborah Lupton herangezogen werden. Die Soziologin unterscheidet darin fünf verschiedene Formen beziehungsweise Nutzungstypen der Selbstaufzeichnung: Privat („private“), initiiert („pushed“), gemeinschaftlich („communal“), erzwungen („imposed“) und verwertet („exploited“).⁵⁴ Hierbei verlaufen die Grenzen der einzelnen Selbstvermessungs-Kategorien fließend.

⁴⁹ Vgl. Schaupp 2016, S. 153.

⁵⁰ Foucault 2012, S. 131.

⁵¹ Vgl. Lupton 2016b, S. 9.

⁵² Vgl. Ebd.

⁵³ Selke 2016a, S. 1.

⁵⁴ Vgl. Lupton 2016a.

Die verschiedenen Formen der Selbstaufzeichnung umschreiben jeweils diverse Grade der Freiwilligkeit zur Datenerhebung und umfassen diverse Motive und Ziele zum Tracking. Lupton impliziert somit, dass Selbstaufzeichnung über private Gründe hinaus auch durch externe Akteur:innen bedingt betrieben wird.

Private Self-Tracking

Das Private Self-Tracking stellt nach Lupton die bekannteste Form der Selbstaufzeichnung dar. Viele Anwender:innen von Selbstaufzeichnungs-Praktiken betreiben Self-Tracking vorwiegend mit der Intention, Selbsterkenntnis zu erlangen und so den eigenen Gesundheitszustand zu optimieren, um daraus folgernd ein besseres Leben zu erhalten.⁵⁵

In der Regel führen private Self-Tracker:innen ihre Selbstaufzeichnungen intrinsisch motiviert und freiwillig aus. Sie empfinden die Optimierung des Selbst „as an often pleasurable and playful mode of selfhood“.⁵⁶

Die Gründe zur Selbstaufzeichnung sind für private Self-Tracker:innen also meist persönlich; die Daten werden, wie die Bezeichnung ‚Private Self-Tracking‘ bereits impliziert, lediglich privat genutzt oder nur mit ausgewählten, bekannten Personen geteilt.⁵⁷

Pushed Self-Tracking

Das Pushed Self-Tracking erfolgt nicht aus eigenem, privatem Anreiz, sondern verstärkt durch die Ermutigung eines externen Akteurs oder einer externen Akteurin. Hier stellen beispielsweise Krankenkassen, der eigene Arbeitgeber oder die eigene Arbeitgeberin spezielle gesundheitsfördernde Programme zur Verfügung. Teilnehmende sollen durch verschieden gestaltete, zum Teil auch monetäre Anreizsysteme, zu körperlicher Fitness oder der Kontrolle eigener Gesundheitsdaten motiviert werden. Die Überwachung und eventuelle Weitergabe der Daten an externe Akteur:innen erfolgen freiwillig.⁵⁸ Lupton betont:

„In pushed self-tracking, those who are advocating others to engage in these practices are often interested in viewing or using participants’ personal data for their own purposes“⁵⁹

⁵⁵ Vgl. Lupton 2016a, S. 105.

⁵⁶ Ebd.

⁵⁷ Vgl. ebd., S. 105–106.

⁵⁸ Vgl. ebd., S. 107.

⁵⁹ Ebd.

denn stärker als der gesundheitliche Zustand stehen die persönlichen Daten der Pushed Self-Tracker:innen im Interesse der externen Akteur:innen.⁶⁰

Communal Self-Tracking

Beim Communal Self-Tracking liegt der Fokus auf dem freiwilligen Austausch der aufgezeichneten Daten mit weiteren Self-Trackenden. So bilden sich Gemeinschaften, welche sich online über Foren und Apps oder auch in Person auf Konferenzen und Treffen über die eigenen Daten austauschen und sich durch die Erfahrungen anderer einen Lern-, Motivations- und Verbesserungseffekt erhoffen. Eine bekannte Bewegung stellt das weltweite Quantified Self-Netzwerk dar, welches an späterer Stelle in diesem Kapitel noch detailliert beschrieben wird.⁶¹

Imposed Self-Tracking

Imposed Self-Tracking stellt eine Extremform des Pushed Self-Trackings dar. Trackende werden hierbei durch externe Akteur:innen zum Aufzeichnen diverser Tätigkeiten und Körperdaten verpflichtet. Die aufzeichnenden Personen können dabei entweder nur schwer oder gar nicht den Maßnahmen der Anreizgebenden widersprechen. Als Beispiel kann die vorgeschriebene Ausstattung von Angestellten mit verschiedenen Sensoren durch den oder die Arbeitgeber:in genannt werden. Hierbei soll deren Produktivität am Arbeitsplatz verfolgt, Gewohnheiten identifiziert und folglich die Effizienz der Mitarbeitenden maximiert werden. Ein weiteres Beispiel von Imposed Self-Tracking stellt die geographische Überwachung von Bewährungsstrafäterinnen und -tätern dar.⁶²

Exploited Self-Tracking

Beim Exploited (zu Deutsch: ausnutzendem) Self-Tracking steht der kommerzielle Gedanke externer Firmen im Vordergrund. Lupton beschreibt:

„[...] in the contemporary digital knowledge economy, personal data and big data sets have become invested with commercial and managerial value. Individuals' personal data [...] are frequently repurposed for the financial benefit of others.“⁶³

⁶⁰ Vgl. Lupton 2016a, S. 107–108.

⁶¹ Vgl. ebd., S. 108–109.

⁶² Vgl. ebd., S. 110.

⁶³ Ebd., S. 111.

Self-Tracking wird den Anwendenden in diesem Zusammenhang von kommerziellen Firmen häufig als eine Möglichkeit angeboten, von welcher sie persönlich durch verschiedene Belohnungen in Form von Boni oder Prämien profitieren können sollen. So nutzen beispielsweise Marktforschungsunternehmen Self-Tracking Apps, um Gewohnheiten und Reaktionen von Anwender:innen bei verschiedenen Marken zu messen sowie deren Daten aus Interaktionen in sozialen Medien zu analysieren.

Teilweise würden, so Lupton, die gesammelten Daten auch ohne aktives Bewusstsein der Exploited Self-Tracker:innen an dritte kommerzielle Parteien weitergegeben werden.⁶⁴ Eine kritische Betrachtung verschiedener Formen des Self-Trackings wird unter [2.4](#) aufgeführt.

Die Quantified Self-Bewegung

Quantified Self – zum einen impliziert dieser Begriff das ‚vermessene Selbst‘ und damit das Ausüben verschiedener Selbstvermessungs-Praktiken der oder des Einzelnen. Mit besonderem Fokus sollen in dieser Arbeit jedoch auch der Begriff Quantified Self und die damit in Verbindung gebrachte Quantified Self-Bewegung betrachtet werden.

Wie bereits in der Einleitung angedeutet, beschreibt sich die Quantified Self-Bewegung selbst als „Gemeinschaft von Anwendern und Anbietern von Self-Tracking Lösungen.“⁶⁵ Die Bewegung stellt ein internationales Netzwerk von Self-Tracker:innen mit der Zielsetzung des Austauschs von Wissen über die Nutzung persönlicher Daten dar – „self knowledge through numbers“,⁶⁶ so der Slogan der Bewegung.

Seinen Ursprung findet die Quantified Self-Bewegung in 2007, begründet durch die *Wired*-Magazin Journalisten Gary Wolf und Kevin Kelly. Vom Silicon Valley aus verbreitete sich die Bewegung über die Jahre hinweg weltweit. In regelmäßigen Abständen, meist monatlich, treffen sich die Mitglieder des Netzwerks selbständig organisiert sowohl in verschiedenen Städten als auch online zum Austausch der eigenen Erfahrungen, Fehler und Erfolge der Selbstvermessung.⁶⁷ Zur Gruppenorganisation dient das Soziale Netzwerk Meetup. Jeder:r Interessent:in kann hier der Bewegung kostenfrei beitreten, an geplanten Treffen teilnehmen oder diese selbst organisieren. Anfang Januar 2021 sind weltweit in 189 Gruppen 96.326 Mitglieder der Quantified Self-Bewegung auf

⁶⁴ Vgl. Lupton 2016a, S. 114.

⁶⁵ Quantified Self Deutschland o.J.

⁶⁶ Ebd.

⁶⁷ Vgl. Nafus und Sherman 2014, S. 1784.

Meetup verzeichnet – in Deutschland zählen zu diesem Zeitpunkt 14 Gruppen 4.251 Mitglieder.⁶⁸ Zudem gründeten die Initiatoren Wolf und Kelly die Firma Quantified Labs, welche „internationale Treffen, Ausstellungen und Konferenzen organisiert.“⁶⁹

2.3. Digitales Aufzeichnen von Körperdaten

Wie im vorangegangenen Kapitel beschrieben, umfasst der Quantified Self-Trend verschiedene Bereiche des menschlichen Lebens. Die vorliegende Arbeit beschränkt sich in ihrem Untersuchungsgegenstand auf das Aufzeichnen von Körperdaten. Körperdaten umfassen alle Informationen rund um den menschlichen Körper.⁷⁰ Dazu zählen einerseits Daten, die in direkter Verbindung zum eigenen Körper stehen, also Informationen zu dessen biologischen Vorgängen liefern. Beispiele hierfür sind der Blutdruck, der Sauerstoffgehalt des Blutes, die Anzahl verbrannter Kalorien, das Gewicht oder Aufzeichnungen zu Menstruationszyklen. Andererseits stellen Körperdaten auch Daten dar, die lediglich indirekt in Verbindung mit dem eigenen Körper stehen. Beispiele hierfür sind Daten zu physischen Aktivitäten, wie die Anzahl gelaufener Schritte oder die zurückgelegten Streckenkilometer. Darüber hinaus zählen hierzu auch alle Informationen bezüglich der eigenen Ernährung, wie beispielsweise die Anzahl zu sich genommener Kalorien, Kohlenhydrate, Eiweiße oder Fette, sowie das eigene Schlafverhalten.⁷¹ Außerdem umfassen indirekte Körperdaten auch psychologische Informationen, wie Aufzeichnungen zu Stimmungen oder Gefühlen.⁷²

Körperdaten können grundsätzlich sowohl analog als auch digital aufgezeichnet werden. Bereits das tägliche Protokollieren des eigenen Körpergewichtes mittels Stift, Papier und einer analogen Waage ist eine Form der Selbstvermessung, bei der Körperdaten aufgezeichnet werden. Die vorliegende Arbeit beschränkt sich allerdings auf das digitale Aufzeichnen von Körperdaten. Dabei werden nachfolgend die Begriffe ‚Aufzeichnen‘ und ‚Tracking‘ synonym verwendet. Das englische ‚to track‘ beschreibt das Auffinden von etwas oder jemandem mittels Spuren, Zeichen oder Informationen, die das Objekt oder Lebewesen hinterlassen hat, sowie die Nachverfolgung der Bewegung von etwas oder jemandem mittels elektronischer Geräte und die Nachverfolgung der Entwicklung von etwas oder jemandem.⁷³ Der Begriff ‚Tracking‘ hat sich im deutschen Sprachgebrauch im

⁶⁸ Vgl. Meetup LLC 2021.

⁶⁹ Vgl. Meidert et al. 2018, S. 41.

⁷⁰ Vgl. Mager und Mayer 2019, S. 96.; Swan 2013, S. 85–86.

⁷¹ Vgl. Mager und Mayer 2019, S. 96.; Swan 2013, S. 85–86.

⁷² Vgl. Swan 2013, S. 86.; Pritz 2016, S. 128.

⁷³ Vgl. Hornby et al. 2011, S. 1640.

Zuge der Quantified Self-Bewegung als Synonym für das Aufzeichnen von Informationen etabliert.⁷⁴

Das digitale Aufzeichnen von Körperdaten geschieht mittels digitaler Programme, die die Erhebung, Verarbeitung und Nutzung von Körperdaten ermöglichen. Diese Programme lassen sich in zwei Kategorien einteilen. Sie können sowohl durch Nutzer:innen, als auch durch das System betrieben werden. Bei Programmen, die durch Nutzer:innen betrieben werden, erfolgt die Erhebung durch diese selbst, welche manuell Daten in das System eingeben können.⁷⁵ Beispiele hierfür sind sowohl das manuelle Eingeben von Gewichtsdaten in eine Microsoft Excel-Tabelle, die Protokollierung von Mahlzeiten in einer App, welche daraus die aufgenommenen Kalorien errechnet, als auch die Erfassung der eigenen Stimmung in einer Anwendung zur Verbesserung der psychischen Gesundheit. Bei systembetriebenen Anwendungen wird die Erhebung der Körperdaten durch eine Software übernommen. Diese Anwendungen basieren auf Sensoren, die den menschlichen Körper vermessen, um so die Erhebung zu automatisieren.⁷⁶ Beispiele für systembetriebene Anwendungen sind Smartphone-Apps, welche die gelaufenen Schritte mittels Sensoren im Gerät erfassen, oder smarte Uhren am Handgelenk, welche die Herzfrequenz aufzeichnen können.

Inzwischen gibt es eine Vielzahl digitaler Programme für das Tracking von Körperdaten. Neben grundlegenden Anwendungen, die zur Eingabe und Verarbeitung von Daten jeglicher Art dienen – ein Beispiel hierfür ist das bereits erwähnte Programm Microsoft Excel zur manuellen Erfassung von Körperdaten – sorgen vor allem diejenigen Programme, die in Kombination mit sogenannten ‚Smart Devices‘ funktionieren, in den letzten Jahren für einen starken Aufschwung der Beliebtheit des Self-Trackings. Als Smart Devices werden elektronische Geräte bezeichnet, „die kabellos, mobil, vernetzt und mit verschiedenen Sensoren (z.B. Geosensoren, Gyroskopen, Temperatur oder Kameras) ausgerüstet sind.“⁷⁷ Beispiele hierfür sind Smartphones oder sogenannte ‚Wearables‘,⁷⁸ die den Großteil der Nutzungsszenarien im Bereich des Self-Trackings ausmachen.⁷⁹

Darüber hinaus existieren auch weitere Smart Devices, mit denen Körperdaten aufgezeichnet werden können. Beispielsweise werden zunehmend Gesundheitssensoren in Personenwaagen verbaut.⁸⁰ Solche digital vernetzten Waagen sind nur eine unter vielen anderen potenziellen Möglichkeiten der digitalen Aufzeichnung von Körperdaten. Es ist zu vermuten, dass in den kommenden Jahren, besonders im Zuge von technologischen

⁷⁴ Vgl. Quantified Self Deutschland o.J.

⁷⁵ Vgl. Li, Dey und Forlizzi 2010, S. 563.

⁷⁶ Vgl. ebd.

⁷⁷ Fraunhofer o.J.

⁷⁸ Vgl. ebd.

⁷⁹ Vgl. Meidert et al. 2018, S. 84.

⁸⁰ Vgl. Schumacher 2014, S. 234–236.

Fortschritten in den Bereichen Smart Home und Internet der Dinge, eine Vielzahl neuer smarterer Geräte und dazugehöriger Anwendungen auf den Markt kommen werden, die für erweiterte Self-Tracking-Möglichkeiten sorgen. An dieser Stelle wird auf die aktuell relevantesten Einsatzbereiche ausführlicher eingegangen: Das Aufzeichnen von Körperdaten mittels Smartphones oder Wearables.

Smartphone-Tracking

Die Nutzung eines Smartphones hat sich inzwischen für die überwiegende Mehrheit der Menschen in Deutschland etabliert.⁸¹ Mithilfe einer Vielzahl an Anwendungen, welche Funktionalitäten zur Aufzeichnung von Körperdaten bieten, lässt sich das Smartphone meist unkompliziert als Tracking-Gerät einsetzen. Solche Anwendungen lassen sich, nach der bereits beschriebenen Kategorisierung für digitale Programme zur Aufzeichnung von Körperdaten, in zwei Gruppen einteilen: Während die erste der beiden Gruppen Apps umfasst, die durch Nutzer:innen betrieben werden, beinhaltet die zweite durch das System betriebene Apps.

Ein Beispiel für die erste Gruppe ist die Anwendung ‚Kalorien, Fett & Eiweißzähler‘ des Unternehmens Virtuagym.⁸² Wie die meisten Ernährungs-Apps basiert sie auf manuellen Erhebungen durch die Nutzer:innen. Zwar lässt sich die Eingabe der Mahlzeiten vereinfachen, indem beispielsweise Barcodes von Produkten gescannt oder Rezepte für später gespeichert und per Fingertipp hinzugefügt werden, jedoch behalten Nutzende hier die Kontrolle über die Erhebung und können nachvollziehen, welche Daten in das System eingegeben werden.⁸³

Für die zweite Gruppe kann als Beispiel die Anwendung ‚adidas Running by Runtastic – Fitness & Lauf-App‘⁸⁴ genannt werden. Die Erhebung der Körperdaten erfolgt automatisiert durch das System, welches hierzu die im Smartphone vorhandenen Sensoren einsetzt. Die Kontrolle über die Erhebung wird an das System abgegeben. Nutzer:innen können die Aufzeichnung lediglich vor der sportlichen Betätigung starten und nach dieser wieder stoppen. Sie können also nur bedingt nachvollziehen, welche Daten das System in welchem Umfang aufzeichnet.⁸⁵

Außerdem werden Anwendungen angeboten, die sowohl nutzer:innen-, als auch systembetrieben sind, also Funktionalitäten aus beiden Gruppen anbieten.

⁸¹ Vgl. Statista 2020b.

⁸² Vgl. Virtuagym 2020.

⁸³ Vgl. ebd.

⁸⁴ Vgl. Runtastic 2021.

⁸⁵ Vgl. ebd.

Einige Smartphone-Herstellende sind inzwischen dazu übergegangen, Anwendungen zur Aufzeichnung von Körperdaten auf den Geräten bereits ab Werk vorzuinstallieren. Als Beispiele seien hier die Anwendungen ‚Samsung Health‘⁸⁶ und ‚Apple Health App‘⁸⁷ genannt. Der Einstieg in das digitale Tracking von Körperdaten wird für Smartphone-Nutzer:innen somit weniger aufwändig, da sie eine entsprechende Anwendung nicht selbst aussuchen und herunterladen müssen.

Laut Angaben des Hamburger Marktforschungsinstitut Splendid Research waren im Jahr 2019 bereits über 100.000 Fitness- und Gesundheitsanwendungen im Apple App Store und im Google Play Store zum Download verfügbar.⁸⁸ Laut einer repräsentativen Umfrage des Instituts unter 1.193 Deutschen im Alter zwischen 18 und 69 Jahren aus demselben Jahr, waren 33% der Befragten bereits Nutzer:innen von Apps aus den Bereichen Fitness, Gesundheit, Ernährung und Entspannung. 23% waren daran interessiert und 38% lehnten den Einsatz solcher Apps ab. 60% der Ablehnenden waren älter als 50 Jahre.⁸⁹ Auf Basis dieser Daten kann erwartet werden, dass die Aufzeichnung von Körperdaten mit dem Smartphone in den kommenden Jahren weiter an Beliebtheit zunehmen wird. Auch das 2019 erlassene Digitale-Versorgung-Gesetz (DVG)⁹⁰ und die damit einhergehende Möglichkeit, Smartphone-Anwendungen durch Ärztinnen und Ärzte, sowie durch Psychotherapeutinnen und -therapeuten auf Rezept zu verschreiben und die Kosten dafür von der Krankenkasse erstatten zu lassen, könnte in den kommenden Jahren zu einem weiteren Anstieg der Nutzungshäufigkeit von Smartphone-Anwendungen zur Aufzeichnung von Körperdaten beitragen.⁹¹

Wearables

Wie Smartphones sind auch Wearables „tragbare Geräte zur Selbstvermessung“.⁹² Der wichtigste Unterschied zu Smartphones besteht in der Art, wie sie getragen werden. Während Nutzer:innen Smartphones in der Regel in einer Tasche bei sich haben, werden Wearables direkt am, auf dem, oder im Körper fixiert.⁹³ Sie ermöglichen dadurch häufig

⁸⁶ Vgl. Samsung o.J.

⁸⁷ Vgl. Apple o.J.b.

⁸⁸ Vgl. Splendid Research 2019.

⁸⁹ Vgl. ebd.

⁹⁰ Vgl. § 33a, Gesetz für eine bessere Versorgung durch Digitalisierung und Innovation (Digitale-Versorgung-Gesetz – DVG).

⁹¹ Vgl. Krüger-Brand und Haserück 2020.

⁹² Grimm und Hammele 2019, S. 91.

⁹³ Vgl. Schumacher 2014, S. 230–232.; Vgl. Dworschak 2015, S. 111.; Vgl. PWC 2015, S. 5.

eine höhere Genauigkeit in der Erhebung von Körperdaten. Für das „Körper-Monitoring“⁹⁴ nutzen sie eingebaute Sensoren – Wearables sind deshalb immer systembetrieben. Es gibt eine Vielzahl verschiedener Arten von Wearables. Die etabliertesten sind sogenannte ‚Fitnesstracker‘ und ‚Smartwatches‘.

Ein Fitnesstracker oder Fitnessarmband ist ein „am Handgelenk getragenes elektronisches Gerät, das gesundheitsrelevante Daten wie körperliche Aktivitäten, Vitalfunktionen u. Ä. misst und aufzeichnet oder an einen anderen Computer sendet“.⁹⁵ Die primäre Funktion dieser Geräte ist demnach die Aufzeichnung von Daten, die Nutzer:innen dann auf einem anderen Gerät, zum Beispiel auf einem stationären Computer, Laptop oder einem Smartphone, analysieren können.⁹⁶ Sofern diese Geräte überhaupt ein Display eingebaut haben, ist dieses meist sehr klein und kann in der Regel nur wenige Informationen anzeigen, wie die Uhrzeit oder den Puls.⁹⁷ Ein Beispiel hierfür ist das ‚Mi Smart Band 4‘ des Unternehmens Xiaomi.⁹⁸

Eine Smartwatch ist hingegen größer als ein Fitnessarmband. Sie hat in der Regel auch ein größeres, berührungsempfindliches Display. Nutzer:innen können auf Smartwatches meist Anwendungen installieren, wodurch sie einen größeren Funktionsumfang bieten. Auch Smartwatches können gesundheitsrelevante Daten aufzeichnen und an einen anderen Computer senden, allerdings ist dies nur eine unter vielen Anwendungsszenarien. Die Internetfähigkeit von Smartwatches ermöglicht zusätzlich Kommunikationsfunktionen wie beispielsweise Empfang und Versand von Textnachrichten über Instant-Messenger-Dienste.⁹⁹ Smartwatches zählen demnach zu den sogenannten „Human-Computer-Interfaces“.¹⁰⁰ Ein Beispiel für eine Smartwatch ist die ‚Apple Watch‘.¹⁰¹

Neben Fitnesstrackern und Smartwatches gibt es noch weitere Wearables. Unter anderem werden sie zunehmend auch im medizinischen Bereich eingesetzt. Solche Geräte fallen unter das Medizinproduktegesetz.¹⁰² Ein Beispiel hierfür sind intelligente Kontaktlinsen zur Messung von Blutdruck- oder Zuckerwerten.¹⁰³ In den nächsten Jahren werden vermutlich auch Smart Clothes eine zunehmend wichtigere Rolle spielen, bei denen

⁹⁴ PWC 2015, S. 5.

⁹⁵ Duden o.J.

⁹⁶ Vgl. Chuah et al. 2016, S. 277.

⁹⁷ Vgl. ebd.

⁹⁸ Vgl. Xiaomi o.J.

⁹⁹ Vgl. Chuah et al. 2016, S. 277.

¹⁰⁰ PWC 2015, S. 5.

¹⁰¹ Vgl. Apple o.J.a.

¹⁰² Vgl. Rügsegger 2016, S. 1149.

¹⁰³ Vgl. PWC 2015, S. 5.

die Kleidung mit eingenähten Sensoren ausgerüstet wird, welche Körperdaten aufzeichnen können.¹⁰⁴ Schlussendlich ist auch denkbar, dass Körperdaten in der Zukunft vermehrt mit Sensoren erfasst werden, die direkt auf der Haut oder sogar im Körper installiert werden.¹⁰⁵

Durch die systembetriebene Funktionsweise von Wearables geben Nutzer:innen die Kontrolle über die Erhebung von Körperdaten nahezu vollständig an die Geräte ab. Da Wearables häufig über einen längeren Tageszeitraum getragen werden, können Nutzer:innen nur noch schwer und sehr eingeschränkt nachvollziehen, welche Daten die Systeme in welchem Umfang erheben.

2019 wurden weltweit rund 336 Millionen Wearables abgesetzt. Zwischen 2014 und 2019 ist der Absatz von Wearables jährlich angestiegen, im Jahr 2014 lag er noch bei rund 29 Millionen Einheiten.¹⁰⁶ Nach einer Prognose von Gartner wird der Wearable-Markt bis mindestens Ende 2021 weiter stark wachsen, die höchsten Ausgaben unter allen Wearables tätigen die Konsumentinnen und Konsumenten nach Gartner für Smartwatches.¹⁰⁷ Trotz starken Wachstums in den vergangenen Jahren haben Wearables noch lange nicht die Beliebtheit von Smartphones erreicht.¹⁰⁸ Es bleibt abzuwarten, wie sich die Marktsituation in den kommenden Jahren entwickelt und welche Rolle Wearables in der Aufzeichnung von Körperdaten übernehmen werden.

Motivation und Ziele des Self-Trackings

In verschiedenen Untersuchungen zu den Motivatoren der Nutzenden für das Tracking von Körperdaten finden sich viele Gemeinsamkeiten, aber gleichzeitig auch einige Differenzen; einige Motivatoren werden besonders häufig genannt, andere lediglich in einzelnen Studien erwähnt.

In einem Masterprojekt an der Hochschule der Medien in Stuttgart aus dem Wintersemester 2014/15 fanden die Studierenden in einer ethischen Untersuchung zum Einsatz von Quantified Self-Möglichkeiten im Gesundheitssektor heraus, dass zu den wichtigsten Faktoren, die die Nutzer:innen zum Einsatz von Self-Tracking-Lösungen in ihrem Alltag motivieren, die Verbesserung der eigenen Fitness und Gesundheit, die Hoffnung, Ziele schneller und effizienter zu erreichen, die Erreichung eines besseren Verständnisses für den eigenen Körper, sowie die reine Neugier zählen.¹⁰⁹

¹⁰⁴ Vgl. Li 2020.

¹⁰⁵ Vgl. Gibney 2016.

¹⁰⁶ Vgl. Statista 2020a.

¹⁰⁷ Vgl. Gartner 2019.

¹⁰⁸ Vgl. Richter 2019.

¹⁰⁹ Vgl. Gemmerich et al. 2015, S. 499–502.

In einer anderen Studie der Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften, die im Jahr 2018 veröffentlicht wurde, finden sich einige Parallelen. Auch hier wird als ein wichtiger Motivator das Interesse am eigenen Körper genannt. Zudem spielen die Erreichung übergeordneter Ziele sowie die Neugier oder der Spaß an etwas Neuem für die Nutzenden eine wichtige Rolle. Darüber hinaus werden hier allerdings auch noch andere Gründe für die Aufzeichnung von Körperdaten genannt: Die Anwendenden erwarten sich von Self-Tracking-Lösungen mehr Handlungssicherheit in ihrem Alltag durch eine erhöhte Kontrolle über ihr Verhalten und ihren Körper.¹¹⁰ Außerdem haben sie Interesse an einem „wissenschaftsfundierten Expertenwissen“.¹¹¹ Das bedeutet, dass durch die Aufzeichnung von Körperdaten wichtige Erkenntnisse aus dem sportlichen und medizinischen Bereich gewonnen werden sollen.¹¹²

In einer Online-Umfrage des Unternehmens Statista aus dem Jahr 2015 wurden rund 5.000 Teilnehmerinnen und Teilnehmer zwischen 16 und 69 Jahren zu deren Gründen für die Nutzung von Digital-Health-Applikationen und -services befragt. Dabei wurde als wichtigster Motivator das eigene Interesse an den Themen Gesundheit, Fitness und Ernährung genannt.¹¹³

Gimpel, Nißen und Görlitz entwickelten im Jahr 2013 ein Fünf-Faktoren-Framework zu den Treibern des Self-Trackings auf Basis einer Umfrage unter 150 Self-Tracker:innen. Der erste Faktor ist das Design des eigenen Selbst, also die Möglichkeit, das eigene Verhalten zu verbessern und zu kontrollieren. Der zweite Faktor ist die Unterhaltung. Damit ist die spielerische Auseinandersetzung mit den Geräten und Apps zur Erfassung von Körperdaten gemeint. Als dritter Motivator wurden die Vereinigung und der Vergleich mit anderen Trackenden genannt. Der vierte Faktor ist die Erlangung von Disziplin, beispielsweise zur Erreichung sportlicher Ziele. Der letzte Faktor ist die Selbstheilung. Das Ziel ist eine Independenz von klassischer Medizin, wobei die erhobenen Körperdaten helfen sollen.¹¹⁴

Im Jahr 2015 wurden mehr als 1.000 Online-Nutzer:innen durch die Unternehmensberatung PWC sowohl zu deren Erfahrungen als auch deren Erwartungen rund um Wearables befragt. Die Nutzer:innen gaben an, sie erwarteten von den Geräten vor allem Informationen zu einem effektiveren Fitnesstraining, zu medizinischen Hintergründen, zu einer genauen Aufzeichnung von Aktivitäten und zu einer gesünderen Ernährung.¹¹⁵

¹¹⁰ Vgl. Meidert et al. 2018, S. 86–88.

¹¹¹ Ebd., S. 88.

¹¹² Vgl. ebd.

¹¹³ Vgl. Statista 2015.

¹¹⁴ Vgl. Gimpel, Nißen und Görlitz 2013.

¹¹⁵ Vgl. PWC 2015, S. 11.

Aus der an früherer Stelle bereits erwähnten Umfrage des Instituts Splendid Research geht hervor, dass der wichtigste Grund für die Nutzung von Fitnesstrackern und Smartwatches ein gesünderer und sportlicherer Lebensstil ist.¹¹⁶

Die Betrachtungen der aufgeführten Studien aus der Vergangenheit deuten darauf hin, dass zwei Motivatoren für die Aufzeichnung von Körperdaten besonders relevant sind: Die Verbesserung der eigenen Fitness und Gesundheit in Kombination mit der Erreichung sportlicher und gesundheitlicher Ziele, sowie die Erlangung eines besseren Verständnisses über den eigenen Körper. Außerdem scheint auch die Neugierde eine große Rolle zu spielen. Die hohe Relevanz der Neugierde deutet darauf hin, dass für viele Nutzer:innen von Self-Tracking-Lösungen der Einsatz der Tracking-Geräte eine Art Selbstzweck darstellt. Dieser Motivator wird möglicherweise auch durch den spielerischen Aspekt des Aufzeichnens bedingt.

Inwiefern diese Erkenntnisse aus der aktuellen Forschung bezüglich der Motivatoren bei der Aufzeichnung von Körperdaten durch die vorliegende Studie gestützt werden können, soll in den Kapiteln [4.3](#) und [5.3](#) diskutiert werden.

2.4. Kritische Betrachtung des Self-Trackings

Wenngleich die Nutzerinnen und Nutzer von Tracking-Devices diese als Möglichkeit sehen, ihren eigenen Körper besser zu verstehen und ihre eigenen Ziele zu erreichen, bleibt die Praxis des Self-Trackings nicht frei von Kritik seitens der Wissenschaft, Politik und Gesellschaft. Insbesondere Bedenken hinsichtlich des Datenschutzes werden in diesem Zusammenhang laut. Im Folgenden werden daher Praktiken des Self-Trackings aus verschiedenen Perspektiven betrachtet. Zunächst wird dabei ein Blick auf die hinter den Apps und Wearables stehenden Geschäftsmodelle geworfen. Folgend wird genauer auf datenschutzrelevante Aspekte des Self-Trackings und Körperdaten geblickt; darauf, wie jene Daten von Versicherungen eingesetzt werden und welche potenziellen Risiken hiermit einhergehen könnten. Abschließend werden die Einstellungen der Nutzenden bezüglich des Datenschutzes im Zusammenhang mit Self-Tracking betrachtet.

Neue Ökonomien und Geschäftsmodelle

Eine größere Bedeutung in der Diskussion um Datenschutz und der Verwendung von (personenbezogenen) Daten durch Unternehmen erlangte in den letzten Jahren der von der emeritierten Harvard Business School Professorin Shoshana Zuboff geprägte Begriff des ‚Überwachungskapitalismus‘.¹¹⁷ Wenngleich ihr Werk *Das Zeitalter des Überwachungskapitalismus* in jüngeren wissenschaftlichen Buchrezensionen insbesondere für

¹¹⁶ Vgl. Splendid Research 2019.

¹¹⁷ Vgl. Keber 2019, S. 49.

den Mangel einer empirischen Fundierung kritisiert wird, sehen Kritikerinnen und Kritiker hierin einen wichtigen Beitrag zur Internet-Governance-Literatur.¹¹⁸ Ihr Werk schaffe einen Überblick über das Thema, kristallisiere neue ökonomische Prozesse heraus und liefere ein verständliches Framework und den Anstoß für weitere Forschung in diesem Feld.¹¹⁹ Zuboff versteht unter dem Begriff des Überwachungskapitalismus unter anderem eine „neue Marktform, die menschliche Erfahrung als kostenlosen Rohstoff für ihre versteckten kommerziellen Operationen der Extraktion, Vorhersage und des Verkaufs reklamiert.“¹²⁰ Laut Zuboff beanspruche der Überwachungskapitalismus „einseitig menschliche Erfahrung als Rohstoff zur Umwandlung in Verhaltensdaten.“¹²¹ Aus diesen Daten ergebe sich ein ‚Verhaltensüberschuss‘ als jener Anteil der Verhaltensdaten, welcher nicht für die Verbesserung von Produkten und Diensten genutzt werde.¹²² Aus diesem Überschuss würden wiederum mithilfe von künstlicher Intelligenz sogenannte ‚Vorhersageprodukte‘ gefertigt, welche nach Zuboff auf ‚Verhaltensterminkontraktmärkten‘ gehandelt werden und erahnen sollen, was einzelne Menschen „jetzt, in Kürze oder irgendwann tun.“¹²³ Laut Zuboff richten sich diese Verhaltensterminkontraktmärkte nicht mehr nur auf Online-Werbung, sondern haben sich längst auf weitere Geschäftsfelder, auch in der Offline-Welt, wie beispielsweise Versicherungen, Einzelhandel oder das Finanzwesen, ausgedehnt.¹²⁴ Praktiken des Exploited Self-Tracking, wie unter 2.22.2 beschrieben, können im Kontext von Zuboffs Theorie als Möglichkeiten der Daten- oder Rohstoffgewinnung interpretiert werden. Zuboff zufolge ist der Überwachungskapitalismus geprägt von Asymmetrien:

„Er [der Überwachungskapitalismus] operiert mittels beispielloser Asymmetrien an Wissen und daraus erwachsender Macht. Überwachungskapitalisten wissen alles über uns; ihre Aktivitäten sind jedoch so angelegt, dass sie für uns nicht erkennbar sind.“¹²⁵

Mit Blick auf die Wirkungsmöglichkeiten von Big Data-Analysen kommt Schöttler zu einem ähnlichen Ergebnis. Sie sieht eine „Asymmetrie der Erkenntnismöglichkeiten“¹²⁶ zwischen Unternehmen und den Einzelnen. Während Unternehmen mittels dieser Analysen eine statistische Sicht auf ausgewählte Zielgruppen erzeugen könnten, bleibe den Einzelnen unkenntlich, welche ihrer Daten in diese Analysen einfließen, zu welchen

¹¹⁸ Vgl. Bongiovi 2019, S. 3.; Flonk 2021, S. 286.

¹¹⁹ Vgl. Bongiovi 2019, S. 3.; Cuellar und Huq 2020, S. 1335.; Flonk 2021, S. 284.

¹²⁰ Zuboff 2018, S. 7.

¹²¹ Ebd., S. 22.

¹²² Vgl. ebd.

¹²³ Vgl. ebd.

¹²⁴ Vgl. ebd., S. 25.

¹²⁵ Zuboff 2019, S. 8.

¹²⁶ Schöttler 2016, S. 204.

Ergebnissen diese kämen und wie dies wiederum ihr eigenen Leben und das anderer beeinflusse.¹²⁷ Diese Asymmetrie zusammen mit der Möglichkeit der Einflussnahme auf die Lebensbedingungen verleihe Big Data eine ‚panoptische Funktion‘ – durch die Demonstration der ständigen Möglichkeit der Überwachung werde den Betroffenen ein Bewusstsein steter Beobachtbarkeit vermittelt, was eine Selbstdisziplinierung zur Folge habe.¹²⁸ Schöttler baut dabei auf der Foucaultschen Beschreibung des von Bentham entworfenen Panoptikums auf, welches eine institutionelle Architektur der Disziplinargesellschaften bezeichnet, in der die beobachtende Instanz omnipräsent ist, und die daher nach demselben strukturellen Prinzip die Selbstdisziplinierung der potenziell durchgehend Beobachteten zur Folge habe.¹²⁹ Analog dazu beschreibt Gilles Deleuze später diese Mechanismen für die postmodernen, sogenannten Kontrollgesellschaften.¹³⁰

Auch der österreichische Datenschutzaktivist Max Schrems meldet Bedenken hinsichtlich etwaiger Informationsasymmetrien zwischen Unternehmen und Verbraucher:innen und Verbrauchern, die aufgrund der Datensammlung entstehen. Dieses Informationsgefälle, gepaart mit der Marktmacht vieler Unternehmen, resultiere in massiven Einschränkungen der alltäglichen Freiheit.¹³¹ So könnten Unternehmen Datenanalysen nicht nur nutzen, um gezielt potenzielle Kund:innen mit Werbung anzusprechen, sondern könnten mit Hilfe der Daten den Personen auch Werbung, Gutscheine oder Angebote vorenthalten oder ihnen gar Verträge verwehren, wenn Datenanalysen zu dem Ergebnis kämen, dass dies profitabler wäre.¹³²

Self-Tracking und die Versicherungsbranche

Betrachtet man speziell die Versicherungsbranche, zeigt sich, dass einige Unternehmen bereits heute Programme anbieten, die mittels Prämien oder anderen Boni Anreize zum Tracken von Körperdaten und einem gesunden Lebensstil setzen. So bietet beispielsweise die Techniker Krankenkasse mit ‚TK-Fit‘ ein Bonusprogramm an, bei welchem Nutzende unter anderem durch die Erfüllung einer gewissen Anzahl an täglich gegangenen Schritten Bonuspunkte erhalten.¹³³ Diese Punkte wiederum können für Barprämien oder für Zuschüsse für Gesundheitsleistungen, wie Akupunktur, einem Sehtest oder auch dem Kauf eines neuen Fitnesstrackers eingesetzt werden.¹³⁴ Um im Rahmen dieses Bonusprogramms Punkte für seine getätigten Schritte erhalten zu können, muss

¹²⁷ Vgl. Schöttler 2016, S. 204.

¹²⁸ Vgl. ebd.

¹²⁹ Vgl. Foucault 1977, S. 195–240.

¹³⁰ Vgl. Deleuze 2017, S. 254–260.

¹³¹ Vgl. Schrems 2014, S. 27–29.

¹³² Vgl. ebd., S. 40.

¹³³ Vgl. Techniker Krankenkasse 2020a.

¹³⁴ Vgl. Techniker Krankenkasse 2020b; Techniker Krankenkasse 2020c.

die TK-App mit einer Tracking-App, beispielsweise ‚Apple Health‘ oder ‚Google Fit‘ verbunden werden, welche als Datenquelle fungiert.¹³⁵ Ähnliche Bonusprogramme mit einer Self-Tracking-Komponente bieten unter anderem die AOK PLUS in Sachsen und Thüringen, Generali mit ‚Generali Vitality‘, sowie der US-amerikanische Versicherer John Hancock mit ‚Vitality PLUS‘ an.¹³⁶ Ronald Petrlic, Referent beim Landesbeauftragten für den Datenschutz in Baden-Württemberg, sieht in derartigen Versicherungstarif-Systemen einen „ökonomischen Anreiz zur fremdbestimmten Selbst-Überwachung.“¹³⁷ Derartige Programme können insofern, wie unter [2.3](#) beschrieben, als eine Form des Pushed Self-Tracking verstanden werden.

Diese auf Daten und Self-Tracking-Technologien basierenden Versicherungsprogramme werden durchaus kritisch betrachtet. So argumentiert die Netzaktivistin Katharina Nocun, dass sich aus derlei Systemen eine ständige Prüfungssituation für die Versicherten entwickeln könnte, in welcher sie stets in der Pflicht stünden, dass sie genug in ihre Gesundheit investieren, um höheren Versicherungstarifen oder dem Entzug von Bonusleistungen zu entgehen.¹³⁸ Nocun zufolge drohe bei einem solchen System früher oder später eine Beweislastumkehr, in welcher der oder die Versicherte gegenüber der Versicherung beweisen müsse, „dass er keine Mitschuld an einer Folgeerkrankung trägt.“¹³⁹ Ähnliche Bedenken meldete einige Jahre zuvor bereits der damalige Präsident des Europäischen Parlaments Martin Schulz an. Ihm zufolge wäre nach Beitragsermäßigungen für Versicherte der nächste Schritt, Risikoaufschläge von jenen zu verlangen, welche sich einer derartigen „freiwilligen‘ Kontrolle ihres Verhaltens entziehen“.¹⁴⁰ Seiner Ansicht nach sei es absehbar, dass aus diesem Risikoaufschlag letztlich ein Zwang zur Kontrolle werde und eine derartige Entwicklung zu einem „am Netz hängenden Menschen‘ führen [wird], der in allen Lebenssituationen überwacht wird“.¹⁴¹ Auch Nocun sieht die Gefahr, dass aus der freiwilligen Preisgabe von Körperdaten gegen hohe Prämien irgendwann ein finanzieller Zwang werden könnte und jene, welche beim Krankenkassentarif sparen wollen oder müssen, dies mit Abstrichen in ihrer Privatsphäre bezahlen müssen.¹⁴² Somit könnte sich aus Sicht der Kritiker:innen eine Verschiebung von einem anreizbasierten, freiwilligen Pushed Self-Tracking hin zu einem Imposed Self-Tracking vollziehen, sollte eine individuelle Verweigerung von Aufzeichnungsmaßnahmen nur noch schwer oder gar nicht mehr möglich sein.

¹³⁵ Vgl. Techniker Krankenkasse o.J.

¹³⁶ Vgl. AOK PLUS 2021; Generali Vitality o.J.; Generali Vitality 2020; John Hancock Life Insurance Company o.J.

¹³⁷ Vgl. Petrlic 2016, S. 96.

¹³⁸ Vgl. Nocun 2018b.

¹³⁹ Ebd.

¹⁴⁰ Schulz 2014.

¹⁴¹ Ebd.

¹⁴² Vgl. Nocun 2018b.

Im Zuge dieser Forschungsarbeit soll daher untersucht werden, ob Nutzer:innen von Self-Tracking-Technologien derartige Bonusprogramme von Versicherungsunternehmen bereits nutzen, und, falls nicht, ob sie dazu bereit wären. Ferner soll untersucht werden, wie sie derartigen Programmen gegenüber eingestellt sind und inwiefern sie die von Kritikerinnen und Kritikern angeführten Bedenken teilen.

Einstellung zum Datenschutz

Schrems zufolge sei die Datafizierung immer weiterer Bereiche unseres Lebens für einen Großteil der Mitbürger:innen noch nicht real greifbar – sie geschehe „abstrakt, unsichtbar und schleichend.“¹⁴³ Ferner fehle es in seinen Augen an einer kritischen Reflexion der Veränderungen, welche die Digitalisierung mit sich bringt. Die Nutzenden seien oft nur Beobachtende, die von einer Welle der Veränderung mitgerissen werden und sich treiben lassen.¹⁴⁴

Zuboff sieht uns in einem Konflikt zwischen dem gefühlten Bedürfnis nach einem „effektiven Leben“ und der Neigung, den „dreisten Eingriffen“ des kommerziellen Überwachungsprojekts zu widerstehen.¹⁴⁵ Dieser Konflikt und die damit einhergehende seelisch-geistige Abstumpfung Sorge dafür, dass wir dickfellig werden gegenüber der Realität „getrackt, geparst, ausgewrungen und modifiziert zu werden“,¹⁴⁶ sowie uns „die Lage in einer Art zynischen Resignation schönzureden, uns mit Ausflüchten – ‚ich habe ja nichts zu verstecken‘ – zu verteidigen oder den Kopf sonst wie in den Sand zu stecken.“¹⁴⁷ Lutz, Hoffmann und Ranzini untersuchen 2020 diesen als ‚privacy cynicism‘ bezeichneten Rechtfertigungsmechanismus. Dieser wird definiert als eine „attitude of uncertainty, powerlessness, and mistrust toward the handling of personal data by digital platforms“.¹⁴⁸ Gegebene Strukturen des „system of data capitalism“¹⁴⁹ seien dabei für Nutzende oft zu komplex, woraus häufig eine Resignation im Hinblick auf die Verfügungsmacht über eigene Daten entstehe.¹⁵⁰

Im Rahmen einer qualitativen empirischen Studie kommen Buck, Kaubisch und Eyman darüber hinaus zu dem Ergebnis, dass Nutzer:innen von Apps und mobilen Öko-

¹⁴³ Vgl. Schrems 2014, S. 36–37.

¹⁴⁴ Vgl. ebd., S. 11–12.

¹⁴⁵ Vgl. Zuboff 2018, S. 26.

¹⁴⁶ Ebd.

¹⁴⁷ Vgl. ebd.

¹⁴⁸ Lutz, Hoffmann und Ranzini 2020, S. 1174.

¹⁴⁹ Ebd.

¹⁵⁰ Vgl. ebd., S. 1174–1183.

systemen nur über eine unzureichende App-Literacy verfügen, um Privatsphäre-Gefahren erkennen und einordnen zu können.¹⁵¹ Der Begriff App-Literacy bezeichnet hierbei „den Kenntnisstand und die Vertrautheit von Nutzer:innen über die technische Funktionsweise von mobilen Applikationen und die Bildung der User im Hinblick auf Privatsphäre-Gefahren, was ebenfalls ein Verständnis über die Funktionsweise des App-Marktes einschließt.“¹⁵² Im Zuge der Befragung zeigte sich, dass das Wissen über Datenschutzrichtlinien unter den Befragten stark unterschiedlich ausgeprägt war und sich nur die wenigsten die Nutzungsberechtigungen von Apps durchlesen.¹⁵³

Die Bedeutung, die Individuen dem Datenschutz beimessen, scheint sich auch in deren Nutzung von Gesundheits-Apps und Fitness-Trackern niederzuschlagen. So kamen Kriwy und Glöckner im Rahmen einer quantitativen Befragung unter Studierenden zu dem Ergebnis, „wenn das Thema Datenschutz für bestimmte Gruppen nicht hinreichend wichtig ist, um eigenes Informationsverhalten in Gang zu setzen, so geht das Klima der Unbedarftheit entsprechend mit höherer Nutzungswahrscheinlichkeit von mHealth-Angeboten einher.“¹⁵⁴

Im Rahmen dieser Forschungsarbeit soll daher untersucht werden, ob sich diese Erkenntnisse auch auf Nutzer:innen von Self-Tracking-Technologien im Allgemeinen übertragen lassen, welche Einstellungen sie zum Datenschutz vertreten und wie diese sich wiederum auf das Verhalten der Einzelnen auswirken.

3. Methodik

Um herauszufinden, aus welchen Gründen Personen Körperdaten aufzeichnen, inwiefern dies Auswirkungen auf das Glücksempfinden hat und welche Einstellung zur Datenverarbeitung besteht, wird eine Mixed-Methods-Studie durchgeführt, die quantitative und qualitative Methoden vereint. Es handelt sich hierbei um ein paralleles Design ‚QUAN + QUAL‘, bei dem beide Ansätze gleichzeitig eingesetzt werden und auch gleichermaßen bedeutsam sind.¹⁵⁵ Eine Kombination beider Forschungsmethoden wird gewählt, um sowohl in breiter Masse Nutzungsmuster und Einstellungen abzubilden als auch tiefergehende Einblicke zu erhalten. Erklärungslücken der einen Methode sollen durch die jeweils andere ausgeglichen werden.¹⁵⁶ Den Rahmen für die Primärerhebung bilden folgende forschungsleitenden Fragen:

¹⁵¹ Vgl. Buck, Kaubisch und Eymann 2016, S. 400.

¹⁵² Ebd., S. 393.

¹⁵³ Vgl. ebd., S. 398.

¹⁵⁴ Kriwy und Glöckner 2020, S. 223.

¹⁵⁵ Vgl. Kelle 2019, S. 167–168.

¹⁵⁶ Vgl. ebd., S. 168.

- Welche Motive stehen hinter dem Aufzeichnen eigener Körperdaten?
- Auf welche Weise wirkt sich das Aufzeichnen und Verfolgen der eigenen Körperdaten auf das persönliche Glücksempfinden aus?
- Wie sind die Nutzer:innen bezüglich der Verarbeitung ihrer beim Aufzeichnen erhobenen Daten eingestellt – unter anderem in Bezug auf die Weitergabe der Daten an Krankenkassen beziehungsweise Versicherungen?

Ausgehend von der Literaturrecherche, den daraus in Kapitel 2 gewonnenen Erkenntnissen und diesen forschungsleitenden Fragen erfolgt die Entwicklung von Hypothesen, welche mittels der quantitativen und qualitativen Studie untersucht werden sollen. Die aufgestellten Hypothesen lauten wie folgt:

H₁: Die Verbesserung der Fitness und Gesundheit, ein besseres Verständnis für den eigenen Körper und Neugierde stellen die Hauptmotive für das Aufzeichnen eigener Körperdaten dar.

H₂: Das Aufzeichnen der eigenen Körperdaten wird als positiver Beitrag zum eigenen Leben empfunden.

H₃: Das Erreichen von Zielen durch das Aufzeichnen der eigenen Körperdaten führt zu einer Steigerung der Zufriedenheit.

H₄: Den Praktiken des Vergleichens und Teilens der Körperdaten mit dem sozialen Umfeld wird ein hoher Stellenwert zugemessen.

H₅: Es herrscht ein geringes Bewusstsein darüber, auf welche Weise und in welchem Umfang Unternehmen digital aufgezeichnete Körperdaten weiterverarbeiten.

H₆: Es besteht eine hohe Bereitschaft zur Weitergabe digital aufgezeichneter Körperdaten an Krankenkassen beziehungsweise Versicherungen im Rahmen von Bonusprogrammen.

Die Grundgesamtheit stellen in Deutschland lebende, erwachsene Personen (ab 18 Jahren) dar. In erster Linie werden Personen befragt, die aktuell mit Hilfe eines digitalen Gerätes, beispielsweise eines Smartphones oder Wearables, eigene Körperdaten aufzeichnen. Bei der quantitativen Befragung werden Personen, die zurzeit in keiner Form eigene Körperdaten digital aufzeichnen, dennoch nicht ausgeschlossen. Eine Nachfrage nach den Gründen, warum keine Körperdaten aufgezeichnet werden, soll auch auf der Gegenseite weiterführende Einsichten generieren.

Beide Studien wurden im Dezember 2020 durchgeführt.

4. Teilstudie 1: Onlinebefragung (quantitativ)

Den ersten Teil der Mixed-Methods-Studie bildet eine quantitative Onlinebefragung. Es handelt sich um eine standardisierte Befragung, da der Ablauf und die Antwortmöglichkeiten (bis auf wenige offene Fragen) vorgegeben sind.¹⁵⁷ Aufgrund der einmaligen Datenerhebung liegt eine Querschnittsstudie vor, welche Aussagen zum Aufzeichnen eigener Körperdaten zum Zeitpunkt der Erhebung ermöglicht.¹⁵⁸

Eine standardisierte Befragung eignet sich für die Umsetzung der vorliegenden Studie, da sowohl Fakten (z.B. welche Körperdaten aufgezeichnet werden) als auch Einstellungen (z.B. bezüglich der Weiterverarbeitung der Daten) mithilfe von Indikatoren bei einer großen Stichprobe erhoben werden können. Die externe Validität, also die Übertragbarkeit auf die Grundgesamtheit,¹⁵⁹ ist damit gegenüber qualitativen Befragungen mit geringer Stichprobengröße deutlich erhöht. Zudem soll die Standardisierung „zu einer möglichst großen Objektivität“¹⁶⁰ der Befragung führen. Die Onlinedurchführung birgt Zeit- und Kostenvorteile und ermöglicht einen einfacheren Zugang zu einer breiten Zielgruppe.

Herausforderungen ergeben sich jedoch bei der Fragebogenerstellung dahingehend, ob alle relevanten Aspekte abgedeckt sind und ob die Fragen von den Teilnehmenden richtig verstanden werden, weshalb ein Pretest zur Überprüfung des Fragebogens unerlässlich ist. Zudem ist die Befragungssituation bei einer Onlinebefragung nicht kontrollierbar.¹⁶¹ Eine Ablenkung durch äußere Umstände oder auch die absichtliche Angabe falscher Informationen können aufgrund der orts- und zeitunabhängigen Teilnahme ohne Interviewer:in nicht kontrolliert werden. Ein genauer Blick auf die erhobenen Daten und die Bereinigung des Datensatzes bei Unstimmigkeiten stellen daher wichtige Schritte zur Sicherstellung der Validität der Ergebnisse dar.

4.1. Forschungsdesign

Im Mittelpunkt der quantitativen Studie steht der Fragebogen. Basierend auf den Leitfragen und Hypothesen, ergänzt durch Angaben zur Soziodemographie, wird ein Fragebogen entwickelt, der die wichtigsten Themen abdeckt und dennoch innerhalb von fünf Minuten beantwortet werden kann. Eine kurze Befragungsdauer ist von Vorteil, um die Teilnahmebereitschaft zu erhöhen und die Abbruchquote niedrig zu halten.

¹⁵⁷ Vgl. Raab-Steiner und Benesch 2018, S. 49.

¹⁵⁸ Vgl. Schnell 2019, S. 58.

¹⁵⁹ Vgl. Krebs und Menold 2019, S. 500.

¹⁶⁰ Burzan 2015, S. 22.

¹⁶¹ Vgl. Schnell 2019, S. 302.

Unerlässlich für quantitative Befragungen ist ein Pretest, da der Fragebogen zur Sicherstellung der Standardisierung nach dem Start der Erhebung im Feld nicht mehr verändert werden sollte.¹⁶² Mögliche Einflussfaktoren wie die Befragungsdauer, die Verständlichkeit und Eindeutigkeit der Fragen sowie die der Antwortoptionen, sollten vor Beginn der Datenerhebung mit dem Pretest überprüft werden. Da es sich um eine Onlinebefragung handelt, ist es zudem wichtig, die technische Funktionsweise und die Darstellung der Befragung auf verschiedenen Endgeräten und mit diversen Browsern zu testen. Der Probedurchlauf erfolgte im Zeitraum vom 27.11.2020 bis zum 30.11.2020 mit insgesamt 20 Personen verschiedener Altersgruppen. Dieser wurde in zwei Durchgängen durchgeführt, sodass überarbeitete Fragen nochmals mit anderen Teilnehmenden überprüft werden konnten. Es zeigte sich, dass der Umfang der Befragung von allen am Pretest Teilnehmenden als angenehm empfunden wurde. An einigen Stellen konnten aufgrund der Rückmeldungen weitere Antwortmöglichkeiten ergänzt sowie Fragen und Items präzisiert werden. Technische Probleme traten nicht auf.

Aufbau des Fragebogens

Insgesamt umfasst der Fragebogen 18 Fragen. Die finale Version (siehe Anhang [A.3](#)) wird mit Hilfe des Online-Tools ‚UmfrageOnline‘¹⁶³ programmiert. Tabelle 1 führt den Untersuchungszweck der jeweiligen Fragen auf.

Tabelle 1: Untersuchungszweck der jeweiligen Fragen des Fragebogens

Frage	Untersuchungszweck
<i>Block 1</i>	<i>Erfassung der Art und Dauer der digitalen Aufzeichnung von Körperdaten</i>
1; 3-4	Erhebung, welche Körperdaten mit welchen digitalen Geräten seit wie langer Zeit aufgezeichnet werden.
2	Erhebung von Gründen, warum eigene Körperdaten nicht oder nicht mehr aufgezeichnet werden.
5	Erhebung von Verhaltensmustern beim Aufzeichnen eigener Körperdaten.
<i>Block 2</i>	<i>Erfassung der Motivation für das Aufzeichnen</i>
6, 6b	Erhebung von Gründen für das Aufzeichnen eigener Körperdaten anhand der Zustimmung beziehungsweise Ablehnung zu acht Items sowie einem freien Textfeld für weitere Gründe.
7	Erhebung, inwiefern sich das Nutzungsinteresse am Aufzeichnen eigener Körperdaten seit Beginn verändert hat.
<i>Block 3</i>	<i>Erfassung der Einstellung zur Datenverarbeitung</i>
8-9	Erhebung, inwiefern aufgezeichnete Körperdaten geteilt werden. Hierbei wird sowohl auf Kanäle als auch auf Personengruppen Bezug genommen.
10	Erhebung des Nutzungsinteresses von Bonusprogrammen von Krankenkassen oder Versicherungen, die an die Körperdaten geknüpft sind.

¹⁶² Vgl. Weichbold 2019, S. 349.

¹⁶³ <https://www.umfrageonline.com/>

11	Erhebung, inwiefern sich die Teilnehmer:innen über die Weiterverarbeitung ihrer Daten informiert haben.
<i>Block 4</i>	<i>Erfassung der Auswirkungen auf das Glücksempfinden</i>
12	Erhebung, inwiefern sich verschiedene Aspekte, abgefragt durch acht Items, bei der digitalen Erfassung eigener Körperdaten auf die Zufriedenheit auswirken.
13	Erhebung, inwiefern das digitale Aufzeichnen eigener Körperdaten einen Beitrag zur Verbesserung des eigenen Lebens leistet.
<i>Block 5</i>	<i>Erfassung soziodemographischer Daten</i>
14–16	Erhebung soziodemographischer Angaben zur Darlegung der Stichprobe und zur Sicherstellung der Vergleichbarkeit der Ergebnisse: Geschlecht, Alter, aktuelle Tätigkeit.
<i>Block 6</i>	<i>Erfassung des Zugangs zu der Befragung und weiterer Anmerkungen</i>
17	Erhebung, über welchen Zugang die Teilnahme an der Befragung erfolgte.
18	Möglichkeit zur Angabe weiterer Anmerkungen rund um die Befragung.

In der Einleitung der Befragung wird auf das Thema der digitalen Aufzeichnung eigener Körperdaten verwiesen, um Interesse bei der Zielgruppe zu wecken. Jedoch ist die Befragung auch für Personen zugänglich, die aktuell keine Körperdaten erfassen, um Gründe hierfür zu erfragen. Auf diesen liegt aber kein Schwerpunkt, sodass eine aktive Rekrutierung bei denjenigen erfolgt, die ihre Daten aufzeichnen. Angestrebt werden möglichst viele Teilnehmer:innen. Als Mindestwert werden 100 abgeschlossene Teilnahmen festgesetzt, um aussagekräftige Ergebnisse zu ermöglichen. Die Verbreitung der Befragung erfolgt über sechs themenspezifische Facebook-Gruppen,¹⁶⁴ über Verteiler verschiedener Hochschulen, im privaten Umfeld sowie über das Arbeitsumfeld. Es handelt sich hierbei um eine willkürliche Auswahl, da die Auswahl der Teilnehmer:innen unkontrolliert erfolgt. Zwar sind dadurch keine repräsentativen Aussagen möglich, Korrelationen und kausale Zusammenhänge können dennoch aufgezeigt werden.¹⁶⁵ Zudem ist die Stichprobe selbstselektiv, denn alle Personen, die auf die Befragung aufmerksam werden, können frei entscheiden, ob sie daran teilnehmen.¹⁶⁶ Aufgrund der Verbreitung über Hochschulverteiler sowie im privaten Umfeld der Studierenden, die diese Studie durchführen, ist zu erwarten, dass sich unter den Teilnehmerinnen und Teilnehmern überproportional viele jüngere Personen und Studierende befinden. Um eine mögliche Verzerrung der Stichprobe transparent darstellen zu können, werden neben Alter und Geschlecht sowohl die aktuelle Tätigkeit als auch der Zugang zu der Befragung erhoben.

Die Befragung startet mit sogenannten Eisbrecherfragen, die Interesse bei den Teilnehmenden wecken sollen.¹⁶⁷ Diese sind leicht zu beantworten und erfassen, auf welche Weise eigene Körperdaten digital aufgezeichnet werden. Nach der ersten Frage folgt eine

¹⁶⁴ Bei den Facebook-Gruppen handelt es sich um folgende: Fitness Tracking League (Fitbit), Fitness Junkie, Würzburg | Wandern – Trekking – Outdoor, Outdoor Sport Freunde, Fitness Tracker, OUTDOOR/TREKKING Ausrüstung An- und Verkauf.

¹⁶⁵ Vgl. Möhring und Schlütz 2019, S. 32.

¹⁶⁶ Vgl. ebd., S. 141.

¹⁶⁷ Vgl. Raab-Steiner und Benesch 2018, S. 56.

Filterführung. So erhalten diejenigen, die angeben, keine Körperdaten digital aufzuzeichnen, ein offenes Eingabefeld zur Begründung der Nichtnutzung (Frage F2). Anschließend wird der Hauptteil der Befragung übersprungen und direkt die Soziodemographie abgefragt. Allen anderen Personen wird die gesamte Befragung mit Ausnahme von F2 angezeigt. Diese Filterführung ermöglicht, dass Nichtnutzende ebenfalls an der Befragung teilnehmen können und die Sichtweise dieser Personen die Thematik des Self-Trackings aus einem weiteren Blickwinkel beleuchtet.

Den Hauptteil der Befragung bilden die drei Themenblöcke Motivation, Datenverarbeitung und Glücksempfinden, welche sich aus den forschungsleitenden Fragen ergeben. Anschließend werden soziodemografische Daten abgefragt sowie der Zugang zur Befragung erhoben. Die Befragung schließt mit einer offenen Frage, die weitere Anmerkungen zum Fragebogen beziehungsweise der Thematik der digitalen Aufzeichnung von Körperdaten ermöglicht.

Insgesamt enthält der Fragebogen drei offene Fragen: Begründung der Nichtnutzung (F2), weitere Gründe für die Erfassung von Körperdaten (F6b) sowie allgemeine Anmerkungen (F18) am Ende der Befragung. Der Vorteil dieser freien Textfelder ist, dass keine Einschränkung der Antwort durch vorgegebene Kategorien vorliegt. Jedoch ist zu beachten, dass diese Antwortform für die Befragten aufwändiger ist. Um Abbrüche zu vermeiden, handelt es sich daher bei allen offenen Fragen um freiwillige Angaben und keine Pflichtfragen. Nicht zuletzt gestaltet sich auch die Auswertung von offenen Fragen mit SPSS schwieriger und zeitaufwändiger. Aus diesen Gründen wird die Anzahl dieser Frageform geringgehalten.¹⁶⁸

Alle anderen Fragen sind Pflichtfragen in geschlossener Form oder einer Mischform. Unter Mischformen sind hierbei diejenigen Fragen zu verstehen, die zusätzlich zu vorgegebenen Antwortkategorien noch eine offene Kategorie (in diesem Fall: ‚Sonstige(s): ____‘) enthalten. Die zusätzliche Kategorie hat den Vorteil, dass damit eine gesamte inhaltliche Abdeckung sichergestellt werden kann.¹⁶⁹ Dies bietet sich in dieser Befragung bei den Fragen nach aufgezeichneten Aspekten (F1), nach verwendeten digitalen Geräten zur Aufzeichnung (F3), nach den zum Teilen der Daten genutzten Kanälen (F8) als auch nach den Personengruppen, mit denen geteilt wird (F9), sowie bei der Frage nach der aktuellen Tätigkeit (F16) an.

Bei den geschlossenen Fragen handelt es sich mehrheitlich um Ratingskalen. Ausgenommen hiervon ist unter anderem F5, welche in Form einer Mehrfachauswahl typische Verhaltensmuster beim digitalen Aufzeichnen eigener Körperdaten abfragt. Hier ergibt sich pro Item ein dichotomes Antwortformat, da jeweils eine Zustimmung oder Ablehnung zu diesem Verhaltensmuster getroffen wird. Bei den Ratingskalen erfolgt

¹⁶⁸ Vgl. Raab-Steiner und Benesch 2018, S. 52–53.

¹⁶⁹ Vgl. ebd., S. 53–54.

eine passgenaue Abstufung der Items je Frage. So wird neben der bei Ratingskalen im Allgemeinen am weitesten verbreiteten Zustimmungsskala, die in F6 Verwendung findet, unter anderem die Wahrscheinlichkeit (F10) und die Zufriedenheit (F12) als Dimension für die Abstufung der Items herangezogen.¹⁷⁰ Ebenfalls erfolgt für jede einzelne Frage eine Abwägung, ob sich an dieser Stelle eine ungerade oder eine gerade Anzahl an Abstufungen besser eignet. Eine Mittelkategorie wird bei den Fragen aufgeführt, bei denen diese Positionierung legitim ist. Dies trifft beispielsweise auf die Veränderung des Interesses am Aufzeichnen (F7) zu, welches durchaus konstant geblieben sein kann. Auch bei der Frage nach einem Beitrag zur Verbesserung des Lebens (F13) ist es gerechtfertigt, die mittlere Kategorie, dass weder eine Verbesserung noch eine Verschlechterung vorliegt, zu wählen. Die Frage nach der Zufriedenheit (F12) enthält zusätzlich zur mittleren Kategorie noch die Antwortoption ‚trifft nicht zu‘, um einer Verfälschung der Skala vorzubeugen. So erhalten Personen, die beispielsweise gar keine Abzeichen oder Punkte mit ihrer Tracking-App sammeln, die Option, diesen Aspekt auszuklammern. Auf der anderen Seite wird bei Fragen wie den Gründen zur Erfassung von Körperdaten (F6) oder der Nutzungswahrscheinlichkeit von Krankenkassenbonusprogrammen (F10) bewusst auf eine mittlere Kategorie verzichtet, um eine Entscheidung der Teilnehmenden zu erzwingen. Dies soll vermeiden, dass aus Bequemlichkeit die mittlere Kategorie angekreuzt wird und der negativen Antworttendenz der „Tendenz zur Mitte“¹⁷¹ vorbeugen. Bei F6 und F12 werden die Items randomisiert, da diese beiden Matrixfragen keine fixe Reihenfolge erfordern. Die zufällige Reihenfolge der Items soll dem Primary-Recency-Effekt vorbeugen, bei welchem es sich um eine Verzerrung der Antworten aufgrund der Itemabfolge handelt.¹⁷²

Nach Abschluss der Befragung erfolgt die Bereinigung, Aufbereitung und Analyse der Daten mit der Statistiksoftware SPSS. Ziel ist es, Häufigkeitsverteilungen aufzuzeigen, mit Hilfe derer die Hypothesen überprüft werden können.

Durchführung, Datenbereinigung und Datenaufbereitung

Die Onlinebefragung wurde im Zeitraum vom 03.12.2020 bis zum 14.12.2020 durchgeführt. An diesen zwölf Tagen nahmen insgesamt 268 Personen teil. Das zu Beginn festgelegte Mindestmaß von 100 Teilnehmer:innen konnte somit deutlich überschritten werden. Eine abschließende Beantwortung inklusive aller Pflichtangaben zur Soziodemographie am Ende der Befragung erfolgte durch 253 Personen. Die Drop-Out-Quote liegt somit bei 5,6%.

¹⁷⁰ Vgl. Kallus 2016, S. 45.

¹⁷¹ Raab-Steiner und Benesch 2018, S. 66.

¹⁷² Vgl. ebd., S. 67.

Im Zuge der Datenüberprüfung und -bereinigung, welche bei quantitativen Studien einen wichtigen Aspekt für die Validität der Antworten darstellt, werden in einem ersten Schritt die 15 unvollständigen Datensätze entfernt. Ein weiteres Kriterium stellt die benötigte Antwortzeit dar. Diese verteilt sich von einer Minute bis zu 22 Stunden und 17 Minuten. Letzteres weist darauf hin, dass die Befragung begonnen und zu einem späteren Zeitpunkt fortgeführt wurde, was jedoch kein Ausschlusskriterium darstellt. Die Teilnahmen mit einer Minute Bearbeitungsdauer erfolgten ausschließlich durch Personen, die keine Körperdaten aufzeichnen und somit eine stark verkürzte Version des Fragebogens erhielten. Des Weiteren benötigten drei Personen für den gesamten Fragebogen zwei Minuten. Aus den Antworten werden jedoch weder Widersprüche noch durchweg gleich angekreuzte Felder einer Antwort ersichtlich, sodass diese Datensätze ebenfalls beibehalten werden.

Anschließend erfolgt eine Überprüfung aller Antworten auf Plausibilität. Das Ziel hierbei ist es, Datensätze herauszufiltern, die aufgrund unsauberen Lesens, versehentlichen Tippfehlern oder durch „bewusst falsche Auskunft“¹⁷³ der Befragten zu einer Verfälschung der Ergebnisse beitragen können. Hierbei lässt sich bei der ersten Frage, welche Körperdaten digital aufgezeichnet werden, ein Datensatz identifizieren, bei dem sowohl ‚keine‘ als auch eine weitere Antwort angekreuzt wurde. Umgekehrt gab eine weitere Person bei der ersten Frage an, Körperdaten digital aufzuzeichnen, merkte jedoch später in einem offenen Textfeld an, keine Körperdaten zu erfassen. Darüber hinaus wird ein Datensatz entfernt, in welchem bei der Frage zum Alter ‚0‘ eingetragen wurde. Bei den Fragen acht und neun, die das Teilen der Körperdaten thematisieren, gaben insgesamt fünf Personen neben der Option, die Körperdaten nicht beziehungsweise mit niemandem zu teilen, noch eine weitere an. In einem letzten Schritt werden die beiden Matrixfragen (F6: Motivation, F12: Zufriedenheit) daraufhin überprüft, ob durchweg dieselbe Antwort angekreuzt wurde. Dies kann einen Hinweis auf ein Durchklicken ohne genaues Lesen geben. Bei fünf Personen trifft ein solches Antwortmuster auf eine der beiden Matrixfragen sowie bei einer weiteren Person auf beide Matrixfragen zu.

Insgesamt werden somit 14 der vollständig ausgefüllten Befragungen aufgrund von Unstimmigkeiten entfernt. Damit fließen in die Auswertung die Aussagen von 239 Teilnehmerinnen und Teilnehmern ein.

Die anschließende Datenaufbereitung in SPSS erfolgt anhand des Codierungsplans (Anhang [A.4](#)). Hierbei werden die Variablen sinnvoll benannt, den jeweiligen Skalenniveaus zugeordnet, fehlende Werte definiert sowie Umcodierungen vorgenommen. Als fehlende Werte werden -77 für leere Felder aufgrund der Filterführung definiert sowie -99 für leere Felder, die absichtlich leer gelassen wurden (letzteres gilt nur für Freitexte, da

¹⁷³ Lück und Landrock 2019, S. 464.

es sich bei allen anderen um Pflichtfragen handelt). Beim Alter (F15) wird eine neue Variable (F15a) gebildet, welche zur besseren Vergleichbarkeit zusammengefasste Alterskategorien beinhaltet. Für eine sinnvolle statistische Analyse ist bei den meisten Variablen eine numerische Codierung notwendig.¹⁷⁴ Daher wird bei kategorischen Variablen für jede Ausprägung ein Zahlenwert vergeben und bei binären Variablen erfolgt eine Dummy-Codierung mit den Werten 0 (trifft nicht zu) und 1 (trifft zu).

Dieser aufbereitete Datensatz bildet die Grundlage für die Berechnung von Häufigkeiten und Zusammenhängen, dessen Ergebnisse im Folgenden aufgeführt werden.

4.2. Ergebnisse

Nach einer Beschreibung der vorliegenden Stichprobe und dessen Nutzungsverhalten bei der digitalen Aufzeichnung eigener Körperdaten werden die zu Beginn von Kapitel 3 aufgestellten Hypothesen anhand der Antworten der Befragten überprüft.

Beschreibung der Stichprobe

Unter den 239 Teilnehmenden befinden sich 160 Frauen und 79 Männer, was etwa der Verteilung zwei Drittel zu einem Drittel entspricht. Werden nur diejenigen betrachtet, die eigene Körperdaten digital aufzeichnen, ergibt sich eine Verteilung von 144 Frauen (74%) zu 51 Männern (26%), wohingegen bei den teilnehmenden Personen, die nicht tracken, deutlich mehr Männer (64%) als Frauen (36%) vertreten sind. Jedoch können aufgrund der unsystematischen Stichprobenauswahl und der lediglich zweitrangigen Erfassung von nicht aufzeichnenden Personen keine Rückschlüsse darauf gezogen werden, dass Frauen häufiger tracken würden als Männer. Der Grund für die insgesamt große Mehrheit weiblicher Personen an der Befragung lässt sich nicht eindeutig identifizieren. Ein möglicher Auslöser könnte sein, dass sich unter den Verfasser:innen der Studie mehr Frauen als Männer befinden, was sich auch in dem sozialen Umfeld, über welches die Befragung verbreitet wurde, widerspiegeln könnte.

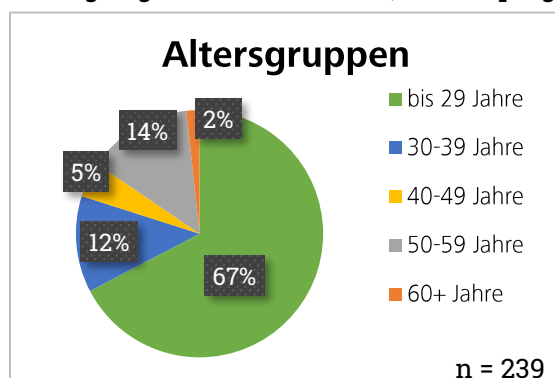


Abbildung 2: Altersgruppen (F15a).

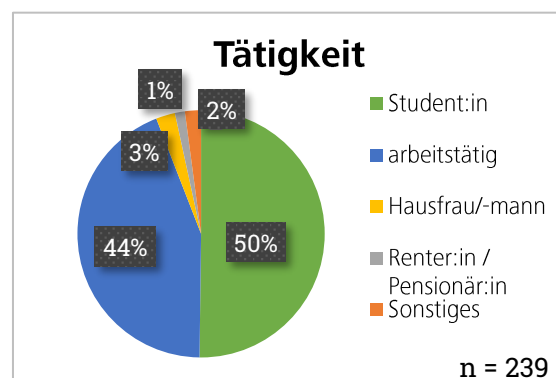


Abbildung 3: Tätigkeit (F16).

¹⁷⁴ Vgl. Lück und Landrock 2019, S. 459–460.

Bei der Betrachtung des Alters der Teilnehmenden zeigt sich eine starke Verzerrung mit überproportional vielen Jüngeren: Die Altersspanne reicht von 19 bis 68 Jahren, wobei der Mittelwert bei 31 und der Median bei 25 Jahren liegt. Eine Aufteilung in Zehnerschritten (einschließlich einer Person im Alter von 19 Jahren zu der ersten Gruppe) lässt in Abbildung 2 erkennen, dass circa zwei Drittel der befragten Erwachsenen jünger als 30 Jahre alt sind. Dies lässt sich unter anderem auf den erwarteten hohen Anteil an Studierenden zurückführen, wozu sich die Hälfte der Teilnehmenden zuordnen lässt (Abbildung 3). Mit 44% ist ebenfalls eine große Anzahl arbeitstätig, während alle anderen Gruppen insgesamt nur etwa 6% ausmachen. Auch bei der ausschließlichen Betrachtung der 195 Teilnehmenden, die ihre Körperdaten digital aufzeichnen, zeigt sich bei den Altersgruppen und der Tätigkeit ein nahezu konformes Bild. Aussagen zur Grundgesamtheit der in Deutschland lebenden Erwachsenen lassen sich aufgrund der nicht repräsentativen Stichprobe nicht treffen.

Der hohe Einfluss des sozialen Umfeldes der Verfassenden zeigt sich auch daran, dass 61% der Teilnehmenden angaben, über Freund:innen, Bekannte oder Verwandte über die Befragung aufmerksam geworden zu sein. Weitere 23% nahmen über die Hochschule beziehungsweise Universität daran teil. Themenspezifische Facebook-Gruppen spielen mit 9% eine eher ungeordnete Rolle. Mögliche Gründe für die geringe Teilnahmebereitschaft über Facebook könnten sein, dass zum einen ein persönlicher Bezug zu den Verfassenden der Studie beziehungsweise zu der Hochschule der Medien in Stuttgart fehlte und zum anderen kein monetärer Anreiz, beispielsweise in Form eines Gewinnspiels, vorlag. Darüber hinaus gaben 7% an, auf andere Weise zu der Befragung gekommen zu sein. Genannt werden unter anderem das Arbeitsumfeld sowie Messenger-Gruppen von Wohnheimen.

Aufgrund der verzerrten Stichprobe wird im Folgenden auf eine Auswertung der einzelnen Fragen nach soziodemographischen Gruppenunterschieden verzichtet.

Nutzungsverhalten

Der erste Teil der Befragung dient dazu, einen Überblick über das Nutzungsverhalten der Teilnehmenden in Bezug auf das digitale Aufzeichnen ihrer eigenen Körperdaten zu erhalten. Zu den am häufigsten aufgezeichneten Aspekten (Abbildung 4) zählen die alltägliche Bewegung (68%) sowie sportliche Aktivitäten (56%). Am seltensten genannt wurden die Ernährung (16%) sowie die Stimmung (5%).

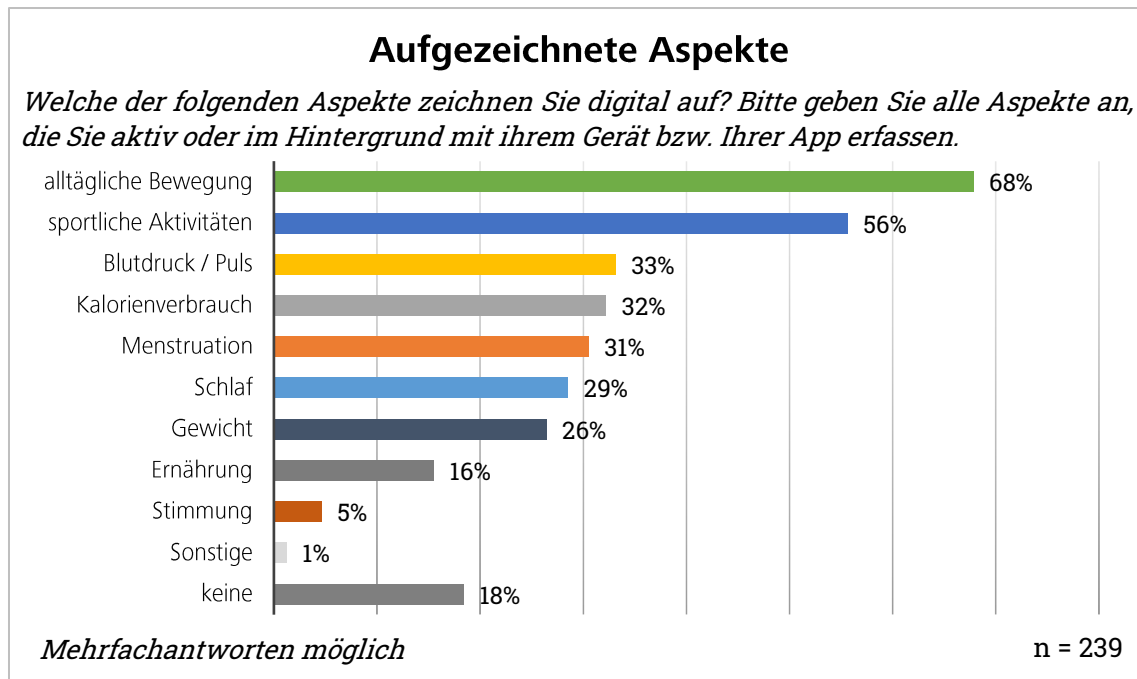


Abbildung 4: Aufgezeichnete Aspekte (F1).

Dies könnte darin begründet sein, dass Ernährung und Stimmung schwieriger erfassbar sind und in der Regel manuell durch die Nutzenden angegeben werden müssen, wohingegen die Erfassung der Bewegung (z.B. Schritte, Kilometer) meist automatisiert durch Smartphone, Apps oder Wearables erfolgt.

Unter den Befragten gaben 18% an, keine eigenen Körperdaten digital aufzuzeichnen. Die nun folgenden Aussagen beziehen sich ausschließlich auf diejenigen Befragten, die zum Zeitpunkt der Teilnahme an der Befragung ihre Körperdaten digital erfasst haben.

Abbildung 5 zeigt, dass das Smartphone oder darauf installierte Apps von den meisten (91%) für die Aufzeichnung ihrer Körperdaten genutzt werden. Ein hoher Wert war an dieser Stelle zu erwarten, da hierzu sowohl diejenigen zählen, die direkt mit dem Smartphone ihre Daten erfassen (49%), als auch Nutzende anderer Geräte, die zur Darstellung der erfassten Daten an eine Smartphone-App geknüpft sind (42%).

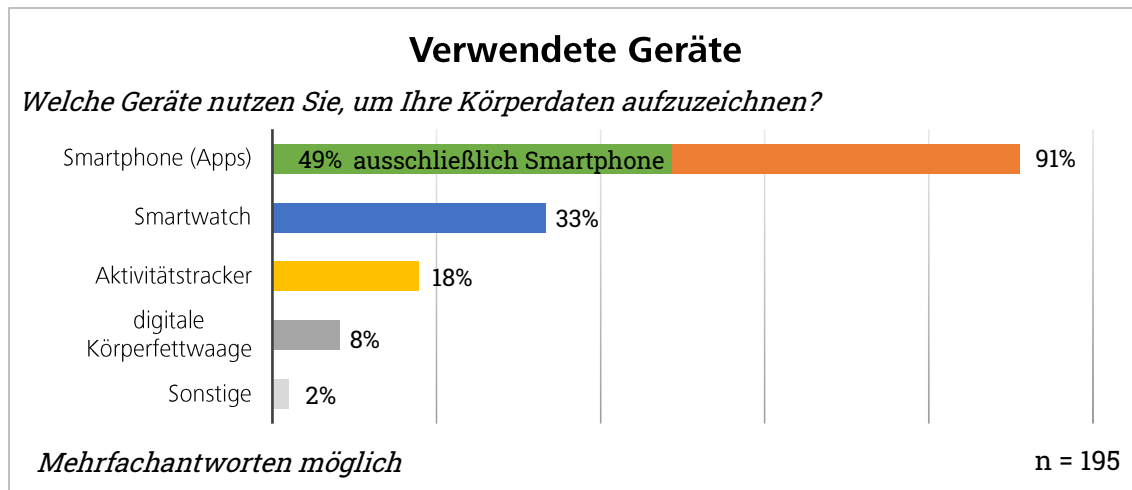


Abbildung 5: Verwendete Geräte (F3).

Ein Drittel gab an, eine Smartwatch zu verwenden, 18% nutzen Aktivitätstracker. Dies deckt sich mit den Aussagen Richters, dass bei Wearables insbesondere Smartwatches zunehmend an Beliebtheit gewinnen, jedoch bei weitem noch nicht den Stellenwert von Smartphones einnehmen würden.¹⁷⁵ Gestützt wird diese Aussage durch eine Studie zur Nutzung von Smartwatches und Fitnessstrackern in Deutschland unter Trackenden und Nicht-Trackenden ab 18 Jahren, wovon 16% angaben, ein solches Gerät zu nutzen, Tendenz steigend.¹⁷⁶ Weitere Geräte wie eine digitale Körperfettwaage (8%) oder eine digitale Zahnbürste (eine Nennung) werden von einer Minderheit der Befragten genutzt.

Bei der Betrachtung der Zeitdauer, seit wann die eigenen Körperdaten digital erfasst werden, zeigt sich, dass die meisten Befragten dies bereits über einen längeren Zeitraum praktizieren. So erfasst knapp die Hälfte der Befragten seit einem bis drei Jahren digital die eigenen Körperdaten, knapp ein Drittel trackt seit mindestens drei Jahren (Abbildung 6). Seit weniger als einem Jahr erfolgt die Aufzeichnung der Körperdaten bei etwa jeder oder jedem fünften Befragten.

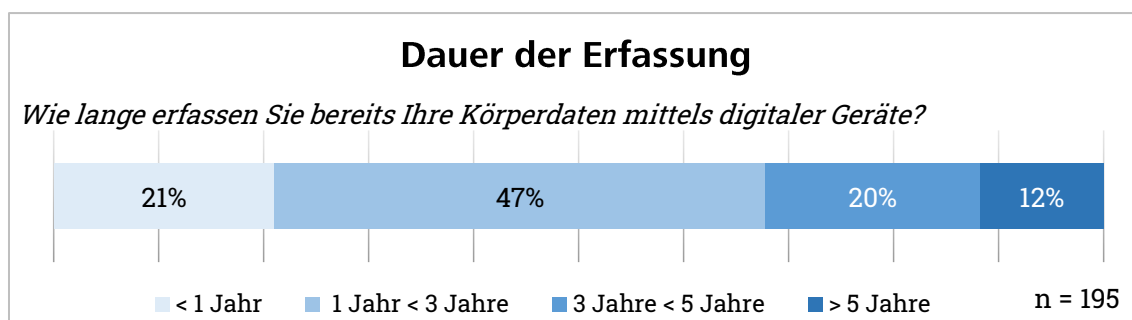


Abbildung 6: Dauer der Erfassung (F4).

Hervorzuheben ist an dieser Stelle auch, dass knapp zwei Drittel der Befragten in der Regel dauerhaft ihre Daten aufzeichnen (Abbildung 7). Dies lässt sich zum einen dadurch

¹⁷⁵ Vgl. Richter 2019.

¹⁷⁶ Vgl. Evers und Tröster 2021, S. 4.

begründen, dass das Smartphone als ständige Begleitung stets mitgeführt wird und darauf installierte Fitness-Apps in der Regel im Hintergrund dauerhaft Daten, beispielsweise Schritte, erfassen. Hinzu kommt, dass Aktivitätstracker und Smartwatches meist einen hohen Tragekomfort bieten und wasserdicht sind, sodass ein Abnehmen des Gerätes herstellerseitig oft nur zum Aufladen beziehungsweise Auswechseln der Batterien erforderlich ist. Dies ermöglicht ein automatisiertes umfassendes Tracking der Bewegung, des Schlafes und weiterer Körperdaten.

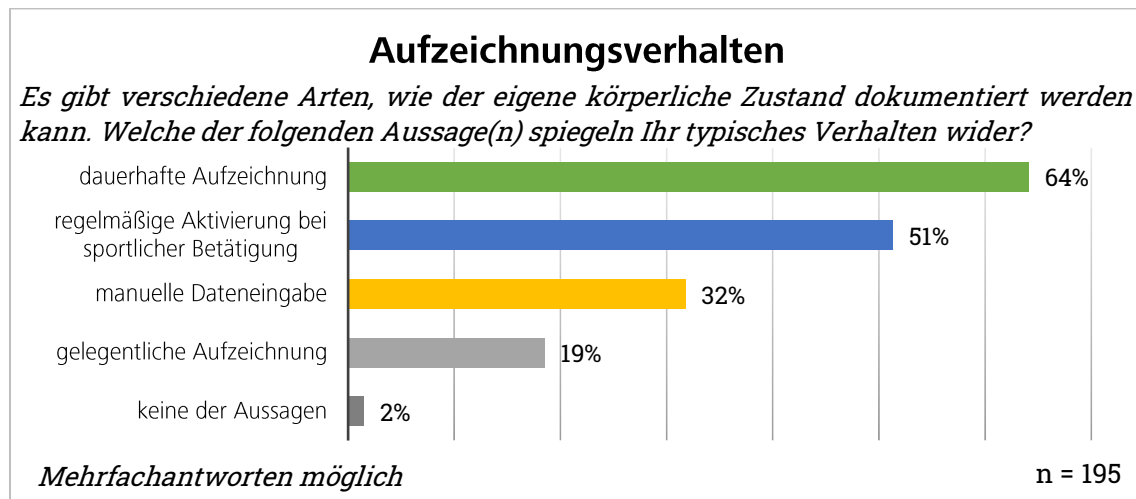


Abbildung 7: Aufzeichnungsverhalten (F5).

Daneben aktiviert circa die Hälfte der Befragten die Aufzeichnung regelmäßig bei sportlicher Betätigung. Im Unterschied zur dauerhaften Aufzeichnung kann hier davon ausgegangen werden, dass die Datenerfassung aktiv und nicht nur im Hintergrund erfolgt. Noch höher ist der Aufwand für die Nutzenden bei der manuellen Dateneingabe, beispielweise von aufgenommenen Kalorien, der Stimmung oder dem Körpergewicht bei Verwendung einer klassischen Waage. Hier gaben 32% an, dass zu ihrem typischen Aufzeichnungsverhalten die manuelle Eingabe von Daten zählt. Eine gelegentliche Aufzeichnung findet bei knapp jeder oder jedem fünften Befragten statt.

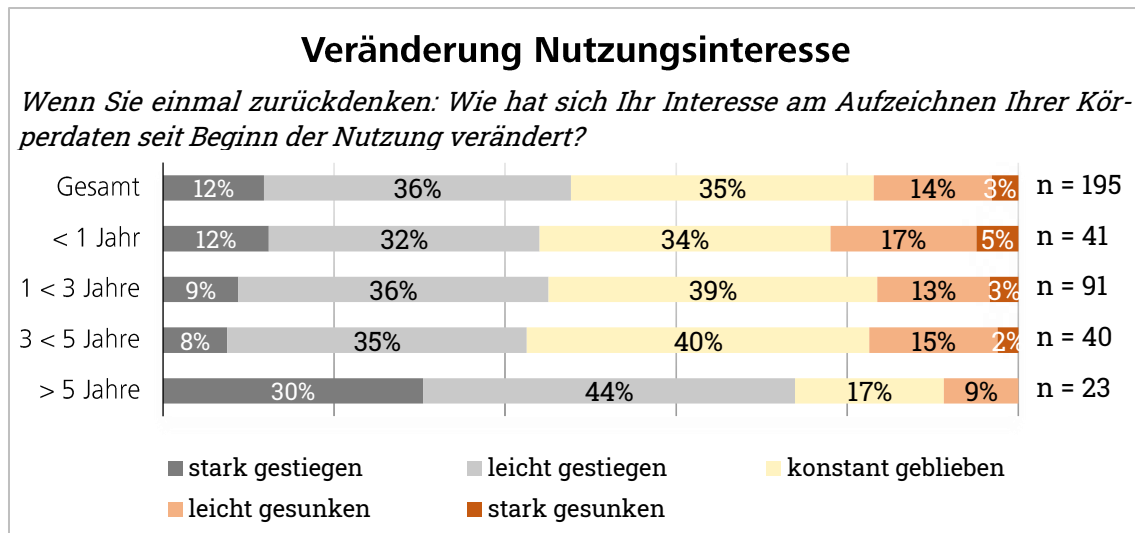


Abbildung 8: Veränderung Nutzungsinteresse (F7).

Bei der Mehrheit der Befragten hat sich das Nutzungsinteresse seit Beginn der digitalen Aufzeichnung ihrer eigenen Körperdaten verändert. Es ist bei 48% gestiegen, bei 17% gesunken (Abbildung 8). Wird die Veränderung des Interesses je nach Nutzungsdauer betrachtet, so zeigt sich eine deutliche Abweichung bei denjenigen, die ihre Daten seit mehr als fünf Jahren aufzeichnen. Hier gaben 74% an, dass ihr Interesse leicht oder stark gestiegen sei. Ein möglicher Grund hierfür könnte eine Verbesserung der technischen Möglichkeiten zur Aufzeichnung der Daten sein, beispielsweise durch die Anschaffung einer Smartwatch mit größerem Funktionsumfang. Jedoch ist die Aussagekraft begrenzt, da diese Teilgruppe lediglich 23 Nutzer:innen umfasst.

Hauptmotive für das Aufzeichnen eigener Körperdaten (H1)

Im Folgenden werden die weiteren Befragungsergebnisse im Kontext der zu Beginn von Kapitel 3 aufgestellten Hypothesen (H) ausgewertet. Zunächst wird Hypothese H₁ geprüft, welche annimmt, dass die Verbesserung der Fitness und Gesundheit, ein besseres Verständnis für den eigenen Körper und Neugierde die drei Hauptmotive für das Aufzeichnen eigener Körperdaten darstellen. Dazu wird die Frage F6 betrachtet, welche in Form einer vierstufigen Likert-Skala die Motive für das Aufzeichnen eigener Körperdaten erfasst.

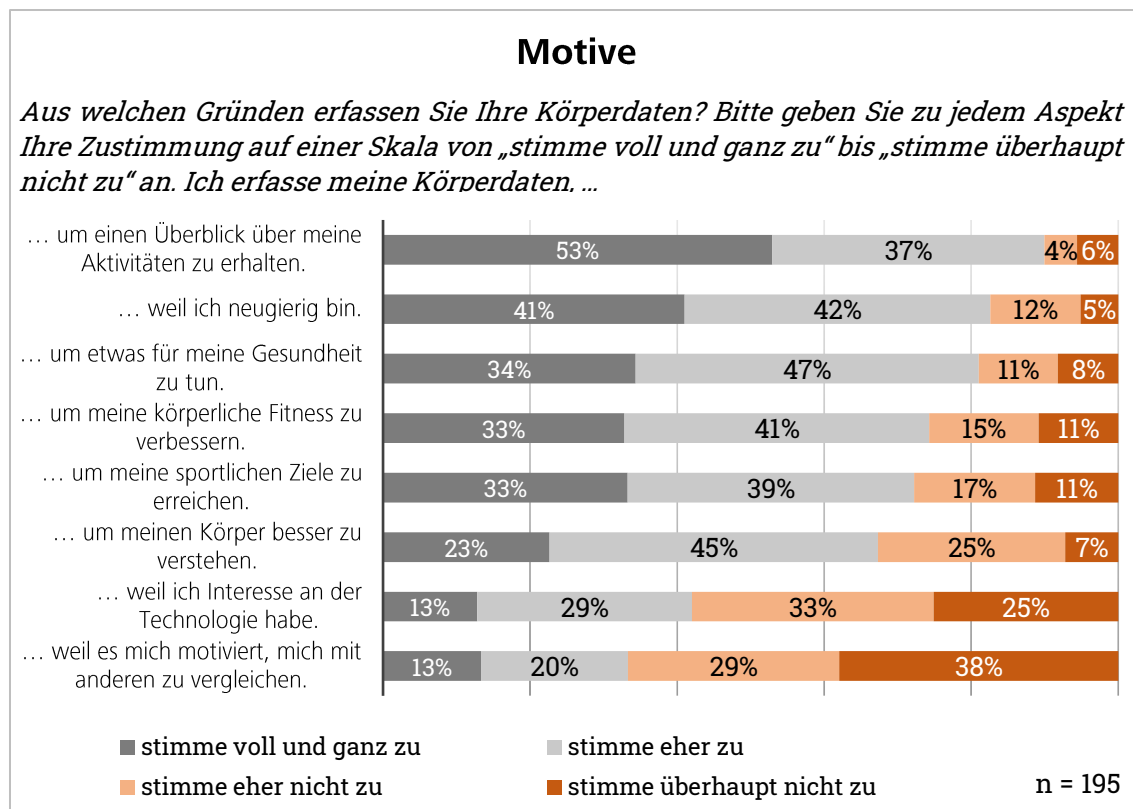


Abbildung 9: Motive (F6).

Zu den Top-3-Gründen, warum die Befragten eigene Körperdaten digital erfassen, zählen das Erhalten eines Überblicks über die eigenen Aktivitäten, Neugierde und etwas für die eigene Gesundheit zu tun (Abbildung 9). Beim Aktivitätenüberblick stimmten neun von zehn Befragten eher oder voll und ganz zu, dass dieser ein Grund für die Erfassung der eigenen Daten darstelle. Nach dem bereits in Kapitel 2.3 erwähnten Fünf-Faktoren-Framework von Gimpel, Nißen und Görlitz lässt sich dieser Aspekt dem Design des eigenen Selbst zuordnen.¹⁷⁷ Die graphische Darstellung der eigenen Aktivitäten, welche in der Regel automatisiert durch die genutzte App auf dem Smartphone erstellt wird, ermöglicht eine Kontrolle und Verbesserung des eigenen Verhaltens. Dieses umfasst sowohl gesundheitliche als auch sportliche Aspekte. Jedoch lässt sich dies nicht mit einem besseren Verständnis des eigenen Körpers gleichsetzen, das an sechster Stelle der Nutzungsmotive mit 68% Zustimmung aufgeführt wird. Es geht stärker darum, Geleistetes zu dokumentieren und sich selbst zu überbieten als darum, ein besseres Verständnis für den eigenen Körper zu entwickeln.

Neugierde steht mit 83% Zustimmung an zweiter Stelle der Nutzungsmotive. Die Neugierde gilt dabei weniger der Technologie selbst, was aus der vergleichsweise geringen Zustimmung des Technologieinteresses von 42% der Befragten hervorgeht. Es ist anzunehmen, dass die Neugierde auf das eigene Verhalten bezogen ist. Hier könnten Antworten auf folgende Fragen im Mittelpunkt stehen: *Wie schnell und weit bin ich gelaufen?*

¹⁷⁷ Vgl. Gimpel, Nißen und Görlitz 2013.

Wie viele Schritte habe ich heute, wie viele diesen Monat zurückgelegt? Wie viele Kalorien habe ich beim letzten Training verbraucht?

Am seltensten genannt wurde der Vergleich mit anderen. Nur ein Drittel führte dies als Motivationsgrund für die Aufzeichnung an. Wie auch eine Probandin in der offenen Frage nach weiteren Gründen angab, stehe die persönliche Leistung eher im Fokus als der Vergleich mit anderen Personen:

„Es motiviert mich nicht in dieser Hinsicht mich mit anderen zu vergleichen, sondern es motiviert mich zu sehen, wie ich mich selber übertreffe.“
(F6b)

Daneben wurde bei den insgesamt 26 offenen Meldungen zu weiteren Gründen unter anderem aufgeführt, einen Überblick über den Menstruationszyklus zu erhalten (6 Nennungen), Gewichtsverlust (3 Nennungen) sowie die Tatsache, dass diese Daten automatisch durch das digitale Endgerät erfasst würden (3 Nennungen).

Die Erkenntnisse aus der Befragung führen zu einer teilweisen Bestätigung der Hypothese H₁. Neugierde und die Verbesserung von Gesundheit und Fitness gehören zu den relevantesten Nutzungsmotiven, was sich auch mit bisherigen Erkenntnissen früherer Studien deckt.¹⁷⁸ Jedoch nimmt für die Befragten der Überblick über die eigenen Aktivitäten einen höheren Stellenwert als das Verständnis des eigenen Körpers ein.

Bevor die Überprüfung der zweiten Hypothese erfolgt, soll an dieser Stelle beleuchtet werden, aus welchen Gründen Personen ihre Körperdaten nicht oder nicht mehr aufzeichnen. Obwohl es sich bei dieser offenen Frage (F2) um keine Pflichtfrage handelte, gaben alle 44 nicht-trackenden Befragten eine Antwort an. Diese wurden zu Kategorien zusammengefasst. Die am häufigsten genannten Gründe sind, dass allgemein kein Interesse beziehungsweise Bedarf besteht (21 Nennungen), das Verlassen auf das eigene Körpergefühl (13 Nennungen), Datenschutzbedenken (7 Nennungen), Stressfaktor (6 Nennungen), mangelnde technische Möglichkeiten (4 Nennungen) sowie eine für nicht sinnvoll erachtete ständige Selbstopтимierung (3 Nennungen).

Positiver Beitrag zum Leben (H2)

Anhand der Ergebnisse der Frage F13 soll H₂ überprüft werden, welche besagt, dass das Aufzeichnen der eigenen Körperdaten als positiver Beitrag zum Leben empfunden wird.

¹⁷⁸ Vgl. Richter 2019.

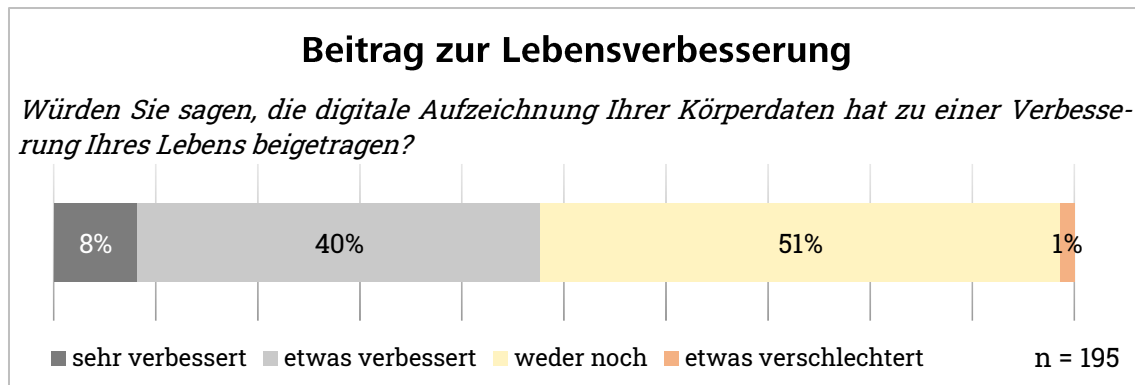


Abbildung 10: Beitrag zur Lebensverbesserung (F13).

Aus Abbildung 10 lässt sich ablesen, dass bei etwa der Hälfte der Befragten das Tracking weder zu einer Verbesserung noch zu einer Verschlechterung des Lebens beigetragen hat. Doch beinahe alle anderen (48%) gaben an, dass sich ihr Leben etwas oder sogar sehr verbessert habe. Nur bei einem Prozent führte das Tracking zu einer leichten Verschlechterung des Lebens. Eine Probandin, die eine leichte Verschlechterung des eigenen Lebens verzeichnete, gab am Ende der Befragung (F18) zu Bedenken, dass sich Körperdaten neben motivierendem Einfluss auch negativ auf die Psyche auswirken oder zu zwanghaftem Verhalten führen können. Jedoch gab keine:r der Proband:innen an, das eigene Leben habe sich durch das Tracking sehr verschlechtert. Dies spricht für einen insgesamt eher positiven Einfluss des Trackings und damit einer Bestätigung der Hypothese H_2 .

Dennoch muss bedacht werden, dass die Antworten ausschließlich von Personen stammen, die zur Zeit der Befragung ihre Daten aufgezeichnet haben. Aus der Grafik kann daher nicht geschlossen werden, dass sich das Tracking überhaupt nicht negativ auswirkt, denn gegebenenfalls haben diejenigen, die eine Verschlechterung wahrgenommen haben, beispielsweise durch persönlichen Druck oder in Form zwanghaften Verhaltens, genau aus dem Grund wieder mit dem Tracking aufgehört. Es bedarf an dieser Stelle weiterführender Forschung, die die Sichtweise von Personen, die nicht oder nicht mehr tracken, stärker fokussiert.

Zielerreichung steigert Zufriedenheit (H3)

Die dritte Hypothese nimmt an, dass das Erreichen von Zielen durch das Aufzeichnen der eigenen Körperdaten zu einer Steigerung der Zufriedenheit führt.

Zur Beantwortung der Hypothese wird zunächst Abbildung 11 betrachtet, welche darstellt, inwiefern verschiedene Aspekte des Self-Trackings die Befragten zufrieden beziehungsweise unzufrieden stimmen. Die positivste Wirkung auf die Zufriedenheit wird durch den Ansporn zur Zielerreichung erlangt. 74% der Befragten gaben an, dass es sie eher oder sehr zufrieden stimme, dass sie die Erfassung der eigenen Körperdaten zur Erreichung von Zielen anspricht. 3% stimmt dieser Aspekt eher unzufrieden. Hierbei

könnten mögliche Gründe ein aus den Zielen resultierender Druck oder eine Unzufriedenheit durch die Nichterreicherung von Zielen sein. Daneben gaben sechs von zehn Befragten an, dass es sie sehr oder eher zufrieden stimme, durch das Tracking immer wieder neue Ziele zu erhalten.

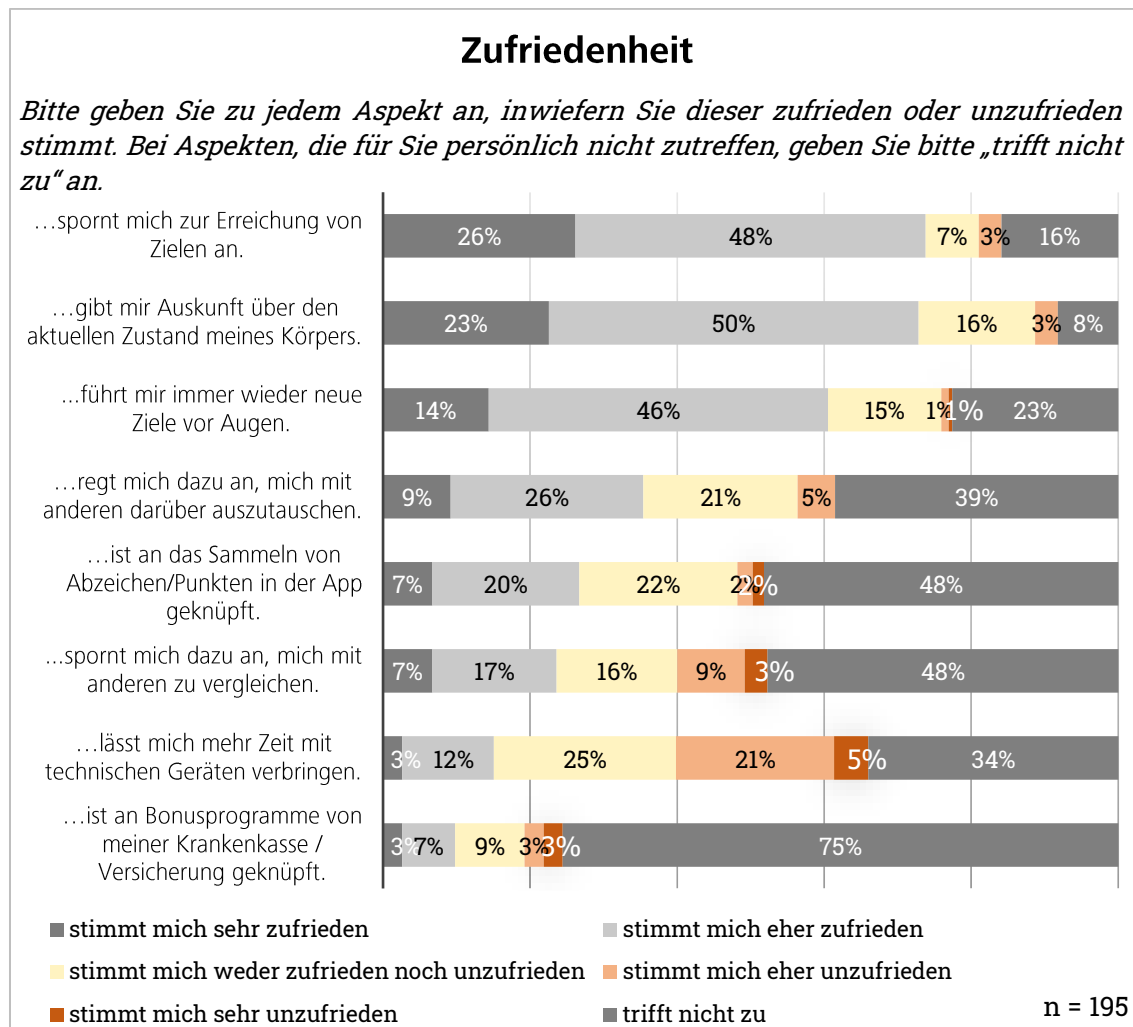


Abbildung 11: Zufriedenheit (F12).

Als Beispiel kann das tägliche Schrittziel aufgeführt werden. Häufig wird in Form eines Balkens oder Ringes auf dem Wearable oder in der App dargestellt, wie viele Schritte für das heutige Ziel noch fehlen. Wurde das Ziel erreicht, äußert sich dies beispielsweise bei dem Fitnesstracker ,Vivofit 4'¹⁷⁹ des Herstellers Garmin visuell durch ein auf dem Display dargestelltes Feuerwerk, was einen motivierenden Einfluss haben könnte. Passend hierzu ist die Aussage einer Probandin bei der offenen Frage zu weiteren Gründen für die Aufzeichnung der Körperdaten:

¹⁷⁹ Garmin o.J.

„Wenn die Uhr zu wenig z.B. Schritte anzeigt, ist es auch eine Herausforderung den Ring noch zu schließen.“ (F6b)

Ebenfalls als visueller Anreiz, jedoch mit 27% positiver Auswirkung auf die Zufriedenheit von geringerer Relevanz für die Befragten, gelten Abzeichen oder Punkte, die innerhalb von Apps für das Erreichen bestimmter Ziele gesammelt werden können. Daraus, dass knapp die Hälfte der Befragten angab, dieser Aspekt treffe nicht auf sie zu, lässt sich schließen, dass viele der verwendeten Tracking-Technologien diese Funktion entweder nicht beinhalten oder diese von den Trackenden nicht bewusst wahrgenommen wird.

Es ist an dieser Stelle anzumerken, dass bei der Formulierung der Frage F12 absichtlich das Wort ‚Zufriedenheit‘ anstatt ‚Glück‘ gewählt wurde, da Glück stets subjektiv und daher schwer in Zahlen ausdrückbar ist. Ähnlich dem bereits unter [2.1](#) erwähnten, jährlich erscheinenden World Happiness Report¹⁸⁰ sollen die bei F12 abgefragten Items der Quantifizierung dienen, um mögliche Einflüsse auf das persönliche Glücksempfinden durch das Tracking abzubilden. Bezogen auf die drei Aspekte, die den höchsten positiven Einfluss auf die Zufriedenheit der Befragten ausüben – Ansporn zur Zielerreichung, Auskunft über den Körperzustand und Aufzeigen neuer Ziele – kann Glück hier im Sinne der Selbstoptimierung verstanden werden: Mich macht das zufriedener, was mich beziehungsweise meinen Körper messbar weiterbringt.

Die hierfür verwendeten Technologien weisen jedoch auch negative Auswirkungen auf. So gab mehr als ein Viertel der Befragten an, dass es sie sehr oder eher unzufrieden stimme, aufgrund des Trackings mehr Zeit mit technischen Geräten zu verbringen, während nur 15% diesen Aspekt positiv bewerteten. Ob die Proband:innen durch die häufige Nutzung ihrer Tracking-Technologien auch die bereits erwähnte von Lovink bezeichnete Digital Sadness¹⁸¹ erfahren (siehe [2.1](#)), lässt sich aus den Antworten nicht schließen. Zumal nicht außer Acht gelassen werden sollte, dass die Mehrheit der Befragten keinen erhöhten Zeitaufwand verzeichnet beziehungsweise durch diesen keine Auswirkungen auf die eigene Zufriedenheit verspürt.

Im Hinblick auf die Beantwortung der Hypothese lässt sich sagen, dass sich durch das Tracking aufgezeigte Ziele sowie der Ansporn zur Erreichung dieser bei der Mehrheit der Befragten positiv auf die Zufriedenheit auswirken. Daraus lässt sich schließen, dass auch das tatsächliche Erreichen dieser Ziele einen positiven Einfluss auf die Zufriedenheit von Trackenden hat, womit Hypothese H₃ bestätigt werden kann.

¹⁸⁰ Vgl. Helliwell, John F. et al. 2020.

¹⁸¹ Lovink 2019.

Relevanz der sozialen Komponente (H4)

Auf den sozialen Aspekt soll anhand der Überprüfung von Hypothese H₄ eingegangen werden. Diese besagt, dass den Praktiken des Vergleichens und Teilens der Körperdaten mit dem sozialen Umfeld ein hoher Stellenwert zugemessen wird.

Zunächst wird erneut Abbildung 11 betrachtet. Die Anregung zum Austausch mit anderen stimmt 35% der Befragten sehr oder eher zufrieden. Gleichzeitig gaben 39% an, dass dieser Aspekt nicht auf sie persönlich zutrefte. Das könnte darauf hinweisen, dass Tracking-Applikationen zwar häufig eine Funktion zum Austausch mit Freundinnen und Freunden, Communities oder das Verbinden mit einem sozialen Netzwerk anbieten, diese Funktionen aber nicht von allen Nutzenden bewusst wahrgenommen werden. Der zweite für H₄ relevante Aspekt aus der Zufriedenheitsfrage (F12) betrifft den Ansporn zum Vergleich mit anderen. 24% gaben an, dass sie dieser sehr oder eher zufrieden stimme. Eine Probandin, die angab, dass sie sowohl der Austausch als auch der Vergleich mit anderen sehr zufrieden stimme, führte einige positive soziale Gesichtspunkte bei der offenen Frage zu weiteren Gründen für die Aufzeichnung ihrer Daten an:

„Mein Trainer betreut mich virtuell, indem er über die Freundefunktion meine Daten [...] einsieht und auswertet. [...] Desweiteren [sic!] nutze ich die Challenges meiner Fitness-App, weil ich den Anspornfaktor aus der ‚Gamification‘ [...] gerne mag, seitdem wir uns in der Pandemie befinden und Lauftreffs und persönliche Treffen schwieriger sind. Durch diese Funktionen [...] konnte [ich] neue Freundschaften über den Sport finden.“ (F6b)

Auf der anderen Seite gab bei F12 knapp die Hälfte der Befragten an, dass ein Ansporn zum Vergleich nicht auf sie zutrefte. Interessant ist auch, dass bei insgesamt 12% der Vergleich mit anderen Unzufriedenheit auslöst. Während einige wie die zitierte Probandin darin einen positiven Ansporn sehen, kann der soziale Druck auf andere belastend wirken.

Dies wird auch bei dem Motivationsfaktor ‚Vergleich mit anderen‘ (F6) deutlich, der mit zwei Drittel Ablehnung an letzter Stelle der acht zur Auswahl aufgeführten Gründe, warum die eigenen Körperdaten digital aufgezeichnet werden, liegt. Wie bereits bei den Motiven zur Aufzeichnung erwähnt, liegt bei der Mehrheit der Fokus auf den eigenen Aktivitäten, der Gesundheit und Fitness. Das Tracking gibt Nutzenden „Motivation für [s]ich selbst“ (F6b). Da auf die Mehrheit der Befragten die Anregung zum Austausch sowie der Vergleich mit anderen nicht zutreffen oder keine Auswirkung auf die Zufriedenheit haben, ist deren Stellenwert als eher gering einzuschätzen.

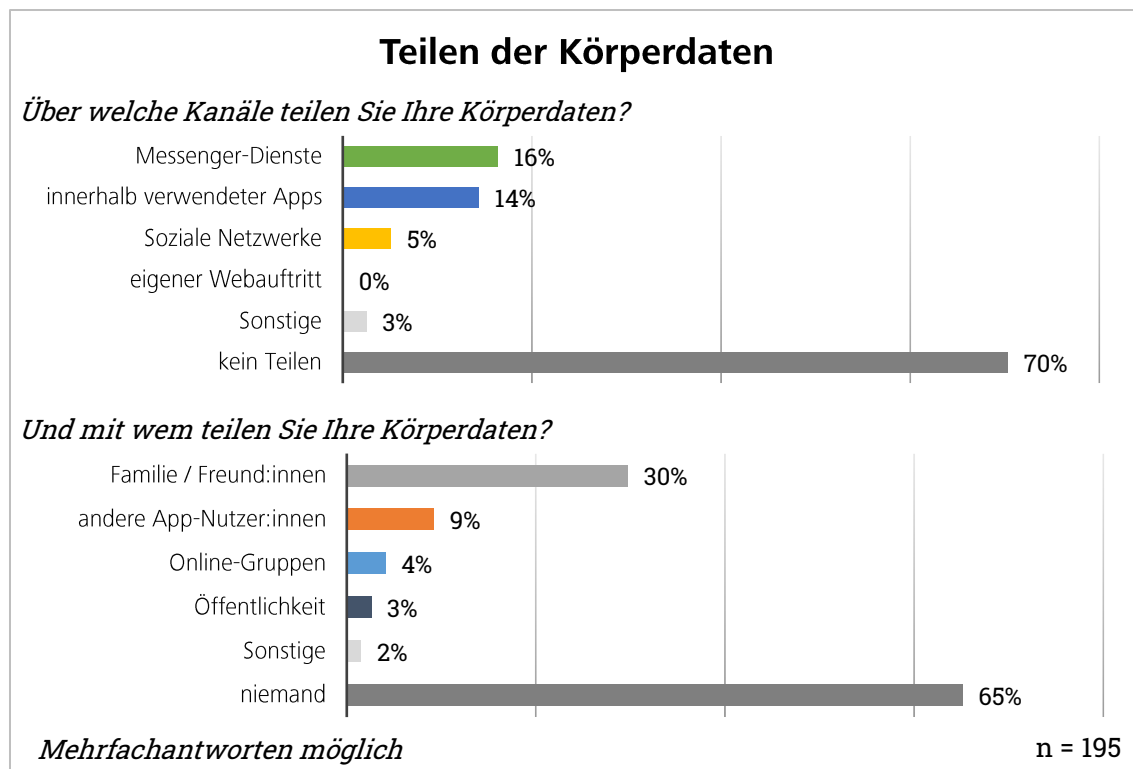


Abbildung 12: Teilen der Körperdaten (F8 und F9).

Des Weiteren lässt sich aus Abbildung 12 ableiten, dass auch das Teilen mit anderen beim Tracking einen niedrigeren Stellenwert aufweist als zunächst angenommen. Nur etwa ein Drittel teilt die eigenen Körperdaten mit anderen. 65% der Befragten gaben an, mit niemandem ihre eigenen Körperdaten zu teilen (F9), während in der vorangegangenen Frage (F8) 70% angaben, über keinen Kanal ihre Daten zu teilen. Diese Abweichung um 5% lässt sich vermutlich darauf zurückführen, dass einige ihre Daten zwar nicht über digitale Kanäle, aber beispielsweise mündlich mit anderen teilen.

Zusammenfassend wird deutlich, dass der Fokus stärker auf sich selbst als auf einem Gemeinschaftsgefühl liegt. Somit lässt sich ein Großteil der Befragten dem in Kapitel 2.2.2 nach Lupton definiertem Nutzungstyp des Private Self-Trackings zuordnen, bei welchem die Daten vorwiegend für den privaten Gebrauch erhoben werden.¹⁸² Basierend auf diesen Erkenntnissen kann H₄ nicht bestätigt werden.

Geringes Bewusstsein für Datenweiterverarbeitung (H5)

Hypothese H₅ thematisiert den Datenschutz. Sie nimmt an, dass ein geringes Bewusstsein darüber herrscht, auf welche Weise und in welchem Umfang Unternehmen digital aufgezeichnete Körperdaten weiterverarbeiten.

¹⁸² Vgl. Lupton 2016a, S. 105.

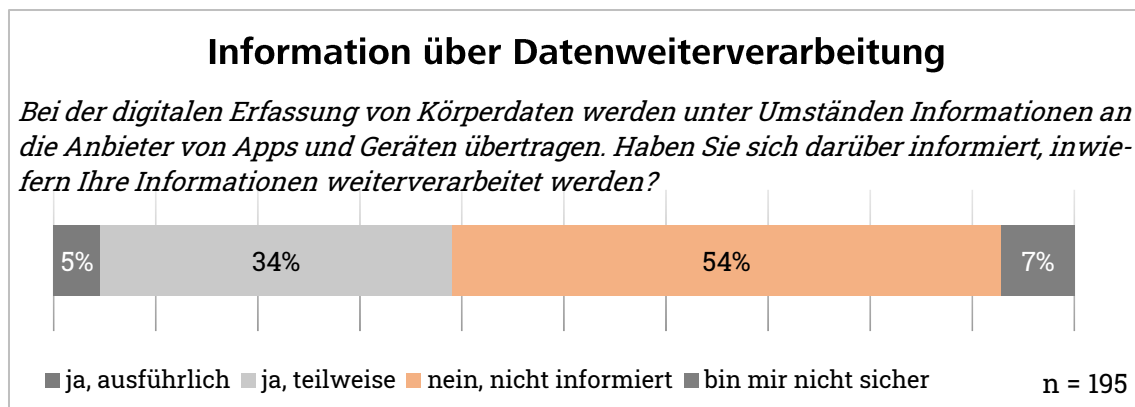


Abbildung 13: Information über Datenweiterverarbeitung (F11).

In der Befragung zielte F11 darauf ab, das Informationsverhalten bezüglich der Weiterverarbeitung ihrer Daten bei Nutzenden von Tracking-Technologien zu untersuchen. Dazu zählen unter anderem das Lesen der Datenschutzerklärung oder der Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) der verwendeten Apps sowie das Überprüfen der Datenschutzeinstellungen. Aus Abbildung 13 lässt sich ablesen, dass der Anteil derer, die angaben, sich ausführlich informiert zu haben, lediglich 5% beträgt. Weitere 34% haben sich teilweise informiert, wohingegen sich mehr als die Hälfte der Befragten nicht darüber informiert hat.

Dass Lizenzvereinbarungen in der Regel mit einem Klick akzeptiert werden, ohne einen Blick darauf zu werfen, wofür die Zustimmung erteilt wird, zeigte bereits 2014 die IT-Firma F-Secure in einem Experiment.¹⁸³ Sie bot in der Londoner Innenstadt gegen Akzeptanz der AGB einen kostenlosen WLAN-Zugang an. Ohne die Bedingungen zu hinterfragen, akzeptierten die Nutzenden auch eine enthaltene „Herodes-Klausel“ und verpflichteten sich damit, ihr Erstgeborenes an das Unternehmen abzutreten. Auch wenn die Klausel rechtlich im Ernstfall keinen Bestand hätte, dient sie als gutes Beispiel für ein geringes Informationsinteresse der Nutzenden und dem in 2.4 beschriebenen ‚privacy cynicism‘. Als Grund hierfür kann zum einen der zeitliche Aufwand für das Lesen der häufig komplexen und umfangreichen Nutzungsbedingungen angeführt werden. So errechneten zwei Wissenschaftler der Carnegie Mellon University im Jahre 2008 basierend auf Annahmen zur durchschnittlichen Internetnutzung in den USA, dass jede Person jährlich 76 Tage aufwenden müsste, um alle AGB und Datenschutzerklärungen zu lesen, die ihr innerhalb des Jahres im Internet begegnen.¹⁸⁴ Ein weiterer Grund könnte das Argument sein, man habe nichts zu verbergen, welches dem Nutzenden als Ausrede dient, sich nicht weiter mit dem Thema auseinanderzusetzen. Edward Snowden entkräftigte dieses Argument folgenderweise:

¹⁸³ Vgl. Nocun 2018a, S. 147.

¹⁸⁴ Vgl. Madrigal 2012.

„Zu argumentieren, dass man sich nicht um das Recht auf Privatsphäre schert, weil man nichts zu verbergen habe, ist nichts anderes, als wenn man konstatiert, dass man sich nicht um freie Meinungsäußerung schert, weil man nichts zu sagen hat.“¹⁸⁵

Dies sind zwei mögliche Erklärungen, warum sich die Mehrheit der Befragten nicht über die Weiterverarbeitung ihrer Daten informiert hat. Die Gründe gehen nicht aus der quantitativen Befragung selbst hervor. Daher wird dieser Aspekt bei der Auswertung der qualitativen Interviews erneut betrachtet (siehe [5.2](#)). Insgesamt lässt sich festhalten, dass H_5 bestätigt werden konnte.

Hohe Bereitschaft zur Datenweitergabe im Rahmen von Bonusprogrammen (H6)

Die letzte Hypothese bezieht sich auf die Weitergabe digital aufgezeichneter Körperdaten an Krankenkassen beziehungsweise Versicherungen. Es wird angenommen, dass im Rahmen von Bonusprogrammen eine hohe Bereitschaft zur Weitergabe der eigenen Körperdaten besteht. Denn zum einen zeigt sich durch die Bestätigung von H_5 , dass das Informationsinteresse über eine mögliche Datenweiterverarbeitung bei den Befragten eher gering ist. Zum anderen bieten Bonusprogramme von Krankenkassen und Versicherungen, wie unter [2.4](#) aufgeführt, in der Regel als Anreiz zur Teilnahme Vergünstigungen oder Prämien für die Nutzenden an.

Aus [Abbildung 14](#) lässt sich die Bereitschaft der Befragten zur Teilnahme an einem Bonusprogramm bei der eigenen Krankenkasse, das an körperliche Aktivitäten geknüpft ist, ablesen. Ein Anteil von 6% nutzt bereits ein solches Programm. Weitere 48% gaben an, dieses eher oder sehr wahrscheinlich zu nutzen. Dem gegenüber stehen 46%, die eine ablehnende Einstellung zu Bonusprogrammen ihrer Krankenkasse, die an körperliche Aktivitäten geknüpft sind, vertreten. Somit besteht eine leichte positive Tendenz für die Bonusprogramme.

¹⁸⁵ Vgl. Lobe 2016.

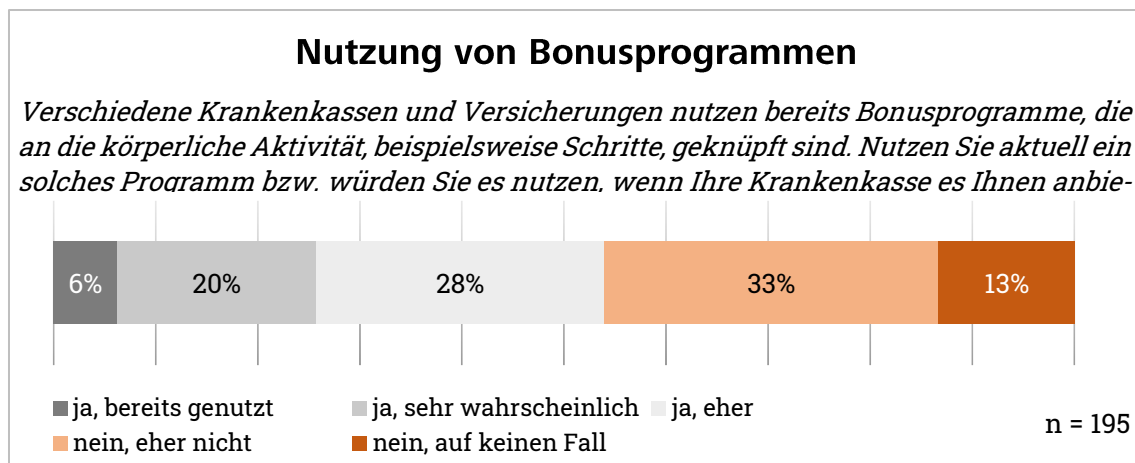


Abbildung 14: Nutzung von Bonusprogrammen (F10).

An dieser Stelle soll noch ein genauer Blick auf die Personen geworfen werden, die bereits solche Programme nutzen. Diese lassen sich nach der Einordnung von Lupton (siehe 2.2) dem Pushed Self-Tracking zuordnen. Denn externe Akteur:innen – in diesem Falle Krankenkassen – verfolgen mithilfe spezieller Programme das Ziel, Teilnehmende zu körperlicher Gesundheit und Fitness anzuregen.¹⁸⁶ Sieben der zwölf Befragten, die angaben, diese Bonusprogramme zu nutzen, stimmt die Verknüpfung ihres Trackings mit ihrer Krankenkasse beziehungsweise Versicherung eher zufrieden (F12). Jedoch gab auch eine Person an, dass sie diese Verknüpfung sehr unzufrieden stimme. Das ist überraschend, da die Teilnahme an solchen Programmen grundsätzlich freiwillig erfolgt.¹⁸⁷ Ein möglicher Grund könnte sein, dass das Programm die Erwartungen der oder des Nutzenden nicht erfüllt hat, da die Anforderungen an die oder den Nutzenden zu hoch oder ausgegebene Boni zu gering ausfallen.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass mehr als die Hälfte der Befragten bereit wäre, an dieser Art von Bonusprogrammen teilzunehmen und somit aufgezeichnete Körperdaten an Krankenkassen oder Versicherungen weiterzugeben. Gleichzeitig äußerte sich dazu jedoch knapp die Hälfte kritisch. Zudem ist keine Differenzierung möglich, auf welche der erhobenen Daten die Bereitschaft zur Weitergabe zutreffen würde und wie die Bonusprogramme ausgestaltet sein müssten, um daran teilzunehmen. Somit konnte Hypothese H₆ nur teilweise bestätigt werden. Diese Ausgangslage bietet einen Anknüpfungspunkt für weitergehende Forschung.

4.3. Diskussion

Die Ergebnisse aus der quantitativen Befragung geben Einblicke in das Nutzungsverhalten der Befragten, zu Nutzungsmotiven, Auswirkungen auf die Zufriedenheit und das

¹⁸⁶ Vgl. Lupton 2016a, S. 107.

¹⁸⁷ Vgl. ebd.

eigene Leben sowie zu Datenschutzaspekten. Die folgende Tabelle 2 fasst in einer Übersicht zusammen, inwiefern die zu Beginn von Kapitel 3 aufgestellten Hypothesen durch die Ergebnisse aus der Befragung bestätigt werden konnten.

Hypothesen	Bestätigung durch die Befragung
H ₁ : Die Verbesserung der Fitness und Gesundheit, ein besseres Verständnis für den eigenen Körper und Neugierde stellen die Hauptmotive für das Aufzeichnen eigener Körperdaten dar.	Teilweise bestätigt: F6, F6b. Neben der Verbesserung von Gesundheit und Fitness sowie der Neugierde stellt der Überblick über die Aktivitäten ein Hauptmotiv dar.
H ₂ : Das Aufzeichnen der eigenen Körperdaten wird als positiver Beitrag zum eigenen Leben empfunden.	Bestätigt: F13.
H ₃ : Das Erreichen von Zielen durch das Aufzeichnen der eigenen Körperdaten führt zu einer Steigerung der Zufriedenheit.	Bestätigt: F12.
H ₄ : Den Praktiken des Vergleichens und Teilens der Körperdaten mit dem sozialen Umfeld wird ein hoher Stellenwert zugemessen.	Nicht bestätigt: F6, F6b, F8, F9, F12.
H ₅ : Es herrscht ein geringes Bewusstsein darüber, auf welche Weise und in welchem Umfang Unternehmen digital aufgezeichnete Körperdaten weiterverarbeiten.	Bestätigt: F11.
H ₆ : Es besteht eine hohe Bereitschaft zur Weitergabe digital aufgezeichneter Körperdaten an Krankenkassen beziehungsweise Versicherungen im Rahmen von Bonusprogrammen.	Teilweise bestätigt: F10, F12. Es kann von einer mittleren Bereitschaft gesprochen werden.

Tabelle 2: Hypothesenbestätigung.

Somit lässt sich festhalten, dass alle Annahmen, mit Ausnahme von H₄, zumindest teilweise bestätigt werden konnten. Der soziale Aspekt spielt für die Befragten beim Tracking eine geringere Rolle als erwartet. Doch es ist stets zu beachten, dass diese Erkenntnisse nicht repräsentativ sind, sondern lediglich im Kontext der Befragung gelten. Dennoch zeigen sich in einigen Punkten Übereinstimmungen mit bisherigen Studien, so dass die Erkenntnisse durchaus einen wissenschaftlichen Beitrag im Diskurs rund um Quantified Self und Lifelogging bieten.

Anknüpfungspunkte für weitere Forschung bieten sich zum einen bei der Sichtweise von Personen, die ihre Körperdaten nicht oder nicht mehr tracken. Welche Gründe liegen diesem Verhalten zugrunde? Welche Anreize oder Veränderungen wären notwendig, um diese Personen davon zu überzeugen, ihre eigenen Körperdaten zu tracken? Des Weiteren könnten psychologische Aspekte des Self-Trackings, wie die Aufzeichnung der eigenen Stimmung, stärker thematisiert werden. Wie bereits im vorangegangenen Kapitel erwähnt, ist auch die Verknüpfung der erhobenen Körperdaten mit Krankenkassen oder Versicherungen ein weiter zu vertiefendes Themenfeld. Es ist davon auszugehen, dass uns dieses Thema zukünftig weiter beschäftigen wird, wobei noch nicht absehbar ist, ob und inwiefern daraus gesellschaftlichen Auswirkungen hervorgehen.

Die quantitative Studie ermöglicht anhand der Auswertung von Häufigkeitsverteilungen Aussagen darüber, auf *wie viele* verschiedene vordefinierte Aspekte des Trackings in welchem Ausmaß zutreffen. Ergänzend sollen nun im Folgekapitel anhand von Einzelaussagen dahinterstehende Gründe sowie weitere, durch den Fragebogen noch nicht erfasste Aspekte, herausgefunden werden; im Fokus stehen *wie* und *warum*.

5. Teilstudie 2: Tiefeninterviews (qualitativ)

Die Kombination von quantitativen und qualitativen Methoden wurde in den letzten Jahren verstärkt in der Sozialforschung eingesetzt.¹⁸⁸ Die Vorteile sind offensichtlich: Durch den Einsatz beider Methoden können Forscher:innen sowohl von den Vorteilen quantitativer als auch qualitativer Ansätze profitieren. So können die in Kapitel 4 erwähnten Herausforderungen und Limitationen quantitativer Onlinebefragungen als Stärke der qualitativen Methoden herausgestellt werden. Das Risiko der standardisierten Befragung, dass nicht alle relevanten Faktoren im Fragebogen abgedeckt werden, ist in qualitativen Ansätzen als wesentlich geringer einzustufen. Schließlich hat qualitative Forschung das Ziel, genau die Aspekte zu finden, die gegebenenfalls zu Beginn der Studie für unbedeutend gehalten wurden, und trägt damit entscheidend zur Erschließung neuer Forschungsfelder bei.¹⁸⁹ Ein weiterer erwähnter Nachteil der quantitativen Onlinebefragung ist, dass die Befragungssituation nicht kontrolliert werden kann. In der qualitativen Forschung wird hingegen in der Regel besonderes viel Zeit in die Gestaltung der Forschungssituation gelegt,¹⁹⁰ sodass es möglichst nicht dazu kommt, dass eine Frage falsch verstanden wird oder die Proband:innen durch externe Einflüsse abgelenkt werden. Hiermit wird die auch Wahrscheinlichkeit von späteren Fehlschlüssen und Missinterpretationen durch die Forscher:innen deutlich reduziert.¹⁹¹

Der qualitative Teil der vorliegenden Studie besteht aus leitfadengestützten Tiefeninterviews. Diese Methode kann vom narrativen, monologischen Interview dadurch abgegrenzt werden, dass ein Leitfaden als „vorab vereinbarte und systematisch angewandte Vorgabe zur Gestaltung des Interviewablaufs“¹⁹² zum Einsatz kommt. Der Leitfaden bietet den Vorteil, dass die einzelnen Interviews besser untereinander verglichen werden können.¹⁹³ Ein Leitfaden grenzt ein und lenkt die Interviewführung in eine bestimmte Richtung, gleichzeitig beschränkt er aber nicht, sondern stellt den Interviewten frei, die Antworten zu geben, die sie möchten.¹⁹⁴ Der Einsatz von Tiefeninterviews ermöglicht es

¹⁸⁸ Vgl. Kelle 2019, S. 159.

¹⁸⁹ Vgl. Dresing und Pehl 2018, S. 5–6.

¹⁹⁰ Vgl. Helfferich 2019, S. 669.

¹⁹¹ Vgl. Dresing und Pehl 2018, S. 8.

¹⁹² Helfferich 2019, S. 670.

¹⁹³ Vgl. ebd., S. 675.

¹⁹⁴ Vgl. ebd., S. 672.

den Verfassenden der vorliegenden Studie, genau die Fragen über das digitale Tracking von Körperdaten zu stellen, „deren Beantwortung andere Strategien erfordern als eine Einordnung auf einer Skala.“¹⁹⁵

Aufgrund der Pandemiesituation in Deutschland im Wintersemester 2020/21 können die Tiefeninterviews nicht im persönlichen Austausch stattfinden, wie es sonst in der Sozialforschung üblich ist.¹⁹⁶ Stattdessen werden diese über Online-Videokonferenzen durchgeführt. Dadurch ergibt sich eine große Herausforderung: Die Interviewsituation ist nur bedingt durch die Verfassenden der Studie beeinflussbar. Dies ist insofern kritisch zu sehen, als dass die Güte und der Erfolg qualitativer Forschung mitunter entscheidend davon abhängen.¹⁹⁷ Des Weiteren können die Interviewenden über digitale Kanäle nur eingeschränkt Mimik und nonverbale Kommunikation erkennen und interpretieren. Schlussendlich muss sichergestellt werden, dass die Interviewpartner:innen genau wie die Interviewenden mit den digitalen Kommunikationskanälen vertraut sind. Es handelt sich hierbei um eine *conditio sine qua non*, also eine notwendige Bedingung, um das Interview überhaupt durchzuführen.¹⁹⁸ Wenn sich die Proband:innen nicht ausreichend gut im Internet zurecht finden, kann kein Online-Interview durchgeführt werden. Im Falle der vorliegenden Studie spielt dieser Nachteil allerdings eine untergeordnete Rolle, da das Forschungsthema bei den Proband:innen eine gewisse Affinität zu digitalen Technologien voraussetzt.

Andererseits entstehen durch die Befragung über Distanz auch Vorteile. Denn so sprechen Proband:innen meist offener über persönliche und private Themen.¹⁹⁹ Außerdem befinden sich alle Interviewpartner:innen während der Befragungen in einem vertrauten Umfeld (in der Regel in ihrem eigenen Zuhause). Dies macht eine Verfälschung der Interviewergebnisse durch externe Einflüsse unwahrscheinlicher.

Ein wesentlicher Nachteil qualitativer Forschung ist der hohe Zeitaufwand. Leitfadenerstellung, Interviewdurchführung, Transkription und Analyse benötigen meist viele Stunden.²⁰⁰ Außerdem kann eine Reliabilität der Ergebnisse aufgrund der Kontextgebundenheit der erzeugten Texte nicht sichergestellt werden.²⁰¹ Auch die Objektivität, welche die quantitativen Methoden auszeichnet, ist in der qualitativen Forschung nur eingeschränkt gegeben, da sie auf subjektiven Einzelfällen basiert. Dieser subjektive Sinngehalt ist wiederum auch eine Stärke der qualitativen Methoden. Die Gewährleistung der Validität wird durch eine möglichst offene Erhebung erreicht, die es ermöglicht, gerade

¹⁹⁵ Dresing und Pehl 2018, S. 7.

¹⁹⁶ Vgl. Dröge 2020, S. 1.

¹⁹⁷ Vgl. Helfferich 2019, S. 669.

¹⁹⁸ Vgl. Meyen et al. 2019, S. 83.

¹⁹⁹ Vgl. ebd., S. 82.

²⁰⁰ Vgl. Dresing und Pehl 2018, S. 5.

²⁰¹ Vgl. Helfferich 2019, S. 683.

diesen subjektiven Sinngehalt zu erfassen.²⁰² Die größte Herausforderung für die Interviewenden ist demnach, nicht zu viel vorzugeben. Unter keinen Umständen darf eine Haltung entstehen, die darauf abzielt, in den Interviews bestätigt zu bekommen, was bereits bekannt ist.²⁰³

5.1. Forschungsdesign

Im vorliegenden Kapitel soll das Forschungsdesign der qualitativen Studie anhand der Leitfadenerstellung, Rekrutierung von Interviewpartner:innen, der Interviewdurchführung und -auswertung vorgestellt und methodologisch erläutert werden.

Leitfadenerstellung

Für die Interviews wird vorab ein Leitfaden erstellt, wobei dem von Helfferich genannten Prinzip „So offen wie möglich, so strukturierend wie nötig“²⁰⁴ gefolgt wird. Ein einzelner Leitfaden, der für alle Interviews verwendet wird, macht diese gut vergleichbar. Der Interviewleitfaden verbindet dabei nach Helfferich offene Fragen („Frage-Antwort-Schema“) und Erzählaufforderungen („Erzählaufforderung-Erzählung-Schema“) und enthält ausschließlich verbale Elemente.²⁰⁵ Dabei gliedert sich der Leitfaden in sortierte und subsumierte Elemente.

Konkret gliedert sich der Leitfaden in drei Blöcke. Zu Beginn steht der Block *Begrüßung und Aufwärmphase*, in dem ein Vertrauensverhältnis zur interviewten Person aufgebaut werden soll und allgemeine Informationen zum Interviewablauf gegeben werden beziehungsweise gegebenenfalls erste Rückfragen geklärt werden können. Es folgt der Block *Dokumentarische Fragen*, in dem erste Informationen zur Art und Dauer der Aufzeichnung und spezifischen Technologie gestellt werden. Letztlich folgt die *Vertiefung*, in der inhaltliche, offene Aussagen zu den identifizierten Kernthemen Motivation, Glück und Datenschutz erfragt werden.

Während des Interviews sollen die subjektiven Erfahrungen der Interviewten im Mittelpunkt stehen. So werden zu den jeweiligen Kernthemen Leitfragen entwickelt, die durch Erzählaufforderungen und weiteren Fragen zu untergeordneten Themen der Kernthemen gestützt wurden. Diese werden nach inhaltlicher Zusammengehörigkeit sortiert, in der Abfolge der Fragen wird dabei besonders darauf geachtet, das Kernthema ‚Datenschutz‘ im Leitfaden als letztes der Kernthemen zu platzieren, um mögliche Biases der

²⁰² Vgl. Helfferich 2019, S. 684.

²⁰³ Vgl. ebd., S. 672.

²⁰⁴ Ebd., S. 676.

²⁰⁵ Vgl. ebd., S. 675.

Antworten in den anderen Bereichen zu vermeiden. Auch werden Suggestivfragen vermieden. Zum Abschluss des Interviews sind darüber hinaus noch reflexive Fragen unter einem thematischen Unterpunkt subsumiert, die Aufschluss darüber geben können, inwiefern sich die Probandinnen und Probanden zuvor kritisch-reflexiv mit der eigenen Nutzung von Self-Tracking-Technologien auseinandergesetzt haben und auch, welche Szenarien sie für ihr künftiges Verhalten in Bezug auf digitale Technologien antizipieren.

Der gesamte Interview-Leitfaden ist unter Anhang [A.1](#) dieses E-Books einsehbar.

Rekrutierung von Interviewpartner:innen

Für die Durchführung der qualitativen Interviews haben die Verfassenenden nach dem Schneeballprinzip in ihrem Umfeld gezielt Personen angesprochen, die Technologien zum Aufzeichnen der eigenen Körperdaten bereits nutzen oder mögliche Proband:innen kennen. Dabei wurde vorab nicht unterschieden, welche Technologien sie genau nutzen, oder die Nutzungsfrequenz. Diese Aspekte sollten im Interview selbst erfragt werden.

Eine Auswahl von Proband:innen nach dem Schneeballprinzip hat den für das Thema Self-Tracking-Technologies entscheidenden Vorteil, dass eine Vertrauensbasis im Interview leichter hergestellt werden kann. Insbesondere in Anbetracht der Interviewsituation online ist dies hilfreich, gerade bezüglich Themen wie dem Schutz sensibler Daten, um Biases in den Antworten zu vermeiden. Es wird darüber hinaus ein möglichst heterogenes Sampling angestrebt, das verschiedene Altersgruppen und sowohl männliche als auch weibliche Proband:innen miteinbezieht (siehe Tabelle 3).

Proband:in	Alter	Geschlecht	Tätigkeit
P1	56 Jahre	weiblich	Arbeitstätig
P2	47 Jahre	weiblich	Arbeitstätig
P3	28 Jahre	männlich	Student
P4	38 Jahre	männlich	Arbeitstätig
P5	24 Jahre	weiblich	Studentin
P6	37 Jahre	weiblich	Arbeitstätig

Tabelle 3: Proband:innen der Tiefeninterviews.

Interviewdurchführung und Transkription

Die Interviews wurden im Zeitraum vom 01.12.2020 bis zum 18.12.2020 mit den sechs Proband:innen durchgeführt. Aufgrund der durch die Covid-19-Pandemie bedingten Situation wurden alle Proband:innen mittels Videointerviews über digitale Plattformen

wie Zoom oder Skype befragt. Jedes Tiefeninterview wurde nach dem bereits beschriebenen Leitfaden von je einem Teammitglied geleitet und hierbei eine Audiodatei zur späteren Transkription aufgezeichnet. Die Durchführung der Interviews über digitale Kanäle verlief weitgehend reibungslos. Gegenüber der üblichen Durchführung in Person sind keine Nachteile in den Interviewergebnissen zu verzeichnen. Die Dauer der geführten Interviews variiert in einer Zeitspanne von 30 bis 70 Minuten.

Als ersten Auswertungsschritt wurden die aufgezeichneten Interviews zunächst nach den Transkriptionsregeln von Kuckartz verschriftlicht.²⁰⁶ Sämtliche erhobenen Daten wurden aus Datenschutz-Gründen anonymisiert.

Qualitative Inhaltsanalyse

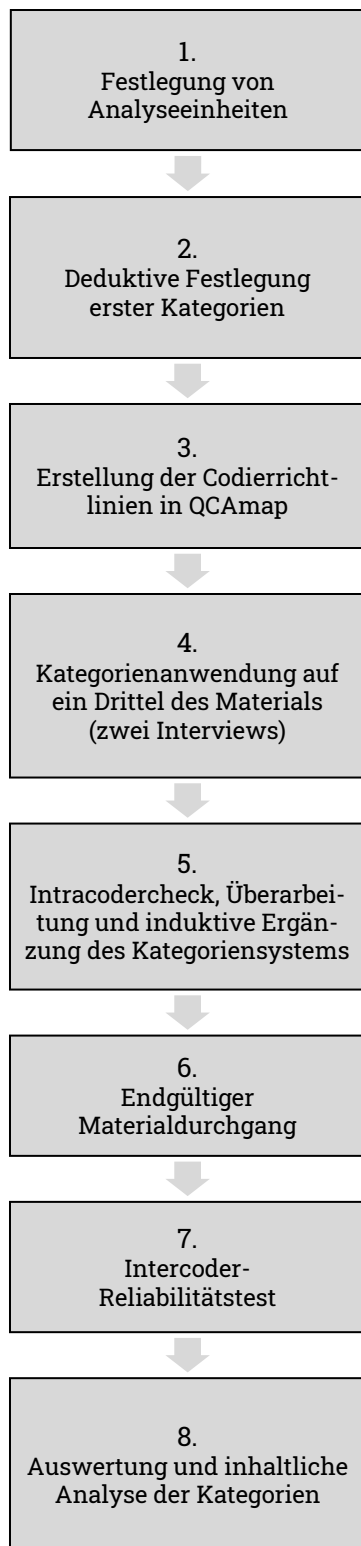
Für die Aufbereitung und Auswertung der Interviews wurde die qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring als Methode gewählt. Es wurde dabei für die qualitative Inhaltsanalyse die von Mayring et al. entwickelte Software ,QCAmap'²⁰⁷ verwendet, in der die Textbestandteile nach den festgelegten Kategorien codiert werden können.

Zentral ist dabei besonders die Kategorien- beziehungsweise Regelgeleitetheit, was die qualitative Inhaltsanalyse für intersubjektives Durcharbeiten geeignet macht und dennoch eine Interpretation der entsprechenden Dateninhalte ermöglicht. Mayring und Fenzl beschreiben die grundlegenden Prinzipien dieser Methodik, die für die vorliegende Studie übernommen werden sollen.²⁰⁸

²⁰⁶ Vgl. Kuckartz 2018, S. 167–168.

²⁰⁷ <https://www.qcamap.org/>.

²⁰⁸ Vgl. Mayring und Fenzl 2019.



Es wurden in einem ersten Schritt Analyseeinheiten festgelegt, also der mindeste und maximale Umfang der zu kategorisierenden Textbestandteile. Für das Erkenntnisinteresse der vorliegenden Arbeit ist es sinnvoll, die Analyseeinheiten nicht auf einzelne Antworten zu beschränken, sie jedoch auf die Interviewtranskriptionen der einzelnen Proband:innen zu begrenzen. Im zweiten Schritt wurden auf Basis der theoretischen Grundlagen die Kategorien Motivation, Glück und Datenschutz sowie die jeweiligen Unterkategorien erarbeitet. Daraufhin wurden in der Software QCAMap die festgelegten Kategorien verschriftlicht und in Codierrichtlinien umgesetzt. Dabei wurden die Definition der jeweiligen Kategorie sowie je ein Ankerbeispiel festgelegt. Im nächsten Schritt erfolgte die Anwendung der so festgelegten Kategorien auf ein Drittel der in QCAMap importierten Interviewtranskriptionen. Nachdem zwei Interviews mit den festgelegten Kategorien codiert worden waren, wurde nach dem Intracodercheck (Mehraugenprinzip) das Kategoriensystem überarbeitet und um weitere, vom Material abgeleitete Kategorien ergänzt. Der Codierleitfaden findet sich in Tabellenform im Anhang [A.2](#) dieses E-Books. Nach dieser Überarbeitung wurde in einem zweiten Durchlauf das gesamte Material in QCAMap mittels des Kategoriensystems bearbeitet. Ein Intercoder-Reliabilitätstest wurde mit einer an den vorangehenden Schritten nicht beteiligten Person durchgeführt, um sicherzustellen, dass das erarbeitete Kategoriensystem regelgeleitet und intersubjektiv anwendbar ist. Im letzten Schritt wurden die Textelemente ausgewertet und interpretativ analysiert. Die Ergebnisse der Analyse werden in den folgenden Kapiteln dargestellt und diskutiert.

Abbildung 15: Ablaufschema qualitative Inhaltsanalyse, nach Mayring und Fenzl 2019.

5.2. Ergebnisse

Im vorliegenden Kapitel werden anhand der Kategoriendefinitionen die Ergebnisse aus den qualitativen Interviews ausgewertet.

Hauptkategorie Nutzungsmotive

Die Hauptkategorie ‚Nutzungsmotive‘ befasst sich mit den individuellen Motivatoren der einzelnen Proband:innen zum Aufzeichnen von Körperdaten mittels digitaler Geräte. Dies dient, wie bereits erwähnt, der Beantwortung des folgenden Teils der Forschungsfrage: Aus welchen Gründen werden digitale Technologien zum Aufzeichnen eigener Körperdaten verwendet? Die Motivatoren zum digitalen Tracking sind zudem Gegenstand der Hypothesen H_1 und H_4 . Während H_1 nach den Hauptmotiven zum Aufzeichnen von Körperdaten fragt, behandelt H_4 das Teilen und Vergleichen mit dem sozialen Umfeld als Motivation. Die ersten vier Unterkategorien dieser Oberkategorie wurden bereits vor dem Codiervorgang deduktiv festgelegt, die übrigen drei hingegen induktiv am Material entwickelt.

Teilen und Vergleichen

In der Studie von Gimpel, Nißen und Görlitz, auf die in Kapitel [2.3](#) bereits eingegangen wurde, wird die Vereinigung und der Vergleich mit weiteren Trackenden als wichtiger Motivator für das Self-Tracking beschrieben.²⁰⁹ In den übrigen untersuchten Forschungsergebnissen desselben Kapitels spielt der Vergleich mit anderen für die Proband:innen allerdings nur eine untergeordnete Rolle. Auch in der quantitativen Onlinebefragung der vorliegenden Studie gaben lediglich 33% der Befragten an, dass der Vergleich mit anderen sie zum Aufzeichnen motiviere (siehe [4.2](#)). Hypothese H_4 konnte in der quantitativen Erhebung demnach nicht bestätigt werden.

Umso erstaunlicher ist es, dass in vier von sechs Tiefeninterviews die Befragten mehrmals erwähnten, dass der Vergleich mit anderen sie motiviere. Beispielhaft hierfür kann die folgende Aussage von P5 über das soziale Netzwerk Strava²¹⁰ für Läufer:innen und Radfahrer:innen herangezogen werden:

„Und dadurch, dass man es auch mit Freunden teilen kann, irgendwie, ist es auch ein ganz witziger Austausch, und man motiviert sich glaube ich auch gegenseitig, ähm, genau. Also eigentlich finde ich es interessant und spannend, und ein witziges soziales, sportliches Netzwerk, das man nutzen kann.“ (P5)

²⁰⁹ Vgl. Gimpel, Nißen und Görlitz 2013, S. 8–9.

²¹⁰ Vgl. Strava o.J.

Diese Einschätzung wurde von P2 bestätigt, die zusätzlich zum Netzwerk Strava auch die Anwendung Zwift für kompetitives Radfahren nutzt.²¹¹

„Hat ja tatsächlich auch etwas von einer, wie sagt man... So wie Facebook, so ein Social Aspekt sag ich mal, dass du ja dann letztendlich... Ja, ist zwar bescheuert, aber es ist so, ähm, das was du machst auch veröffentlichst.“
(P2)

Interessant an diesem Zitat ist, dass P2 das Teilen und Vergleichen als befremdlich wahrzunehmen scheint, obwohl sie selbst davon Gebrauch macht. Möglicherweise ist das Teilen von Körperdaten mit anderen Personen bis heute sozial wenig etabliert oder wird von Nutzer:innen als unnatürlich empfunden, was eine Erklärung sein könnte, weshalb in der Onlinebefragung die Relevanz dieses Motivators so gering ausgefallen ist. Die qualitativen Ergebnisse deuten jedenfalls darauf hin, dass einige Proband:innen den Praktiken des Vergleichens und Teilens der Körperdaten mit dem sozialen Umfeld einen recht hohen Stellenwert beimessen.

Eigene Gesundheit / Fitness

Aus den Forschungsergebnissen der untersuchten Studien in Kapitel [2.3](#) wurde deutlich, dass die Verbesserung der eigenen Fitness und Gesundheit zu den wichtigsten Motivatoren für das Self-Tracking zählt. Die Ergebnisse der quantitativen Untersuchung dieser Studie stützten diese Erkenntnis (siehe [4.2](#)): Unter den Befragten gaben 81% an, dass es ihr Wunsch sei, mithilfe von Self-Tracking etwas für die eigene Gesundheit zu tun. Die Verbesserung der Fitness streben 74% der Befragten an.

So wundert es nicht, dass auch in der qualitativen Untersuchung die eigene Gesundheit und Fitness eine sehr wichtige Rolle spielen. Alle Proband:innen erwähnten jeweils mindestens vier Mal während den Interviews, dass sie die Verbesserung des Gesundheits- und Fitnesszustands zum Self-Tracking motiviere. Die Interviewpartner:innen versprechen sich durch den Einsatz digitaler Geräte einen gesünderen und fitteren Lebensstil. P6 sagte hierzu:

„Sondern mir geht es einfach eher darum, einfach was... mich zu bewegen. Also ich will jetzt auch nicht irgendwie, dass ich sage ich trainiere jetzt, und will immer besser werden, weiterkommen oder jeden Tag schneller sein, das ist mir eigentlich egal. Sondern ich will halt eigentlich hauptsächlich mich bewegen, und ja.“(P6)

Dabei ist auch die Vorbeugung oder die Überwachung von Krankheiten relevant, was aus diesem Zitat von P4 hervorgeht:

²¹¹ Vgl. Zwift o.J.

„Aber so weit ging es eigentlich nur darum, das für mich Zuhause zu überwachen, [...] weil ich jetzt halt Bluthochdruck habe, krankheitsmäßig. Das war die Prämisse dahinter.“(P4)

Auch die qualitativen Ergebnisse stützen somit die Hypothese, dass die Verbesserung der Fitness und Gesundheit zu den Hauptmotiven für das Aufzeichnen eigener Körperdaten gehört.

Körperverständnis

Der Wunsch, ein besseres Verständnis für den eigenen Körper zu erlangen, ging ebenfalls als einer der wichtigsten Gründe zum Aufzeichnen von Körperdaten aus den Erkenntnissen von Kapitel [2.32.3](#) hervor. In der quantitativen Untersuchung konnte dieser Aspekt allerdings nicht bestätigt werden (siehe [4.2](#)). Die Befragten ordneten das Körperverständnis lediglich auf Platz sechs unter den wichtigsten Motivatoren für das digitale Aufzeichnen von Körperdaten ein.

In den qualitativen Interviews spielt das Interesse für den eigenen Körper hingegen eine sehr wichtige Rolle. Alle Interviewpartner:innen erwähnten mehrmals, dass sie das Körperverständnis zum Self-Tracking motiviere. P3 beispielsweise, um den eigenen Schlaf und Stresslevel nachzuvollziehen:

„[...] wie gut ich geschlafen hab. Oder so aus fun mal, an welchen Tagen mein Stresslevel jetzt mal besonders hoch war.“(P3)

Auch P1 zeigte Interesse an der Aufzeichnung der eigenen Schlafqualität:

„Ja, ja, weil es ist so ein Diagramm und dann kann man genau sehen, wann ich wach war und ja... Wann der Tiefschlaf war.“(P1)

Obwohl nicht alle Proband:innen diese Funktion nutzen, ist die Vermessung des eigenen Schlafes zur Erlangung eines besseren Verständnisses für den eigenen Körper ein bemerkenswertes Phänomen. Schließlich ist der Schlaf die Zeit des Tages, in welcher der menschliche Geist die Kontrolle abgibt, um sich selbst und dem Körper etwas Ruhe zu verschaffen. Menschen können naturgemäß während des Schlafes nicht beurteilen, in welchem körperlichen Zustand sie sich befinden. Der Einsatz digitaler Geräte im Schlaf kann deshalb im übertragenen Sinne auch als Minimierung des Kontrollverlustes gedeutet werden. Menschen erlangen die Kontrolle über den eigenen Körper bei Nacht, indem sie morgens auf ihrem digitalen Endgerät nachvollziehen können, wie sich der eigene Körper beim Schlaf verhalten hat.

Neben der Überwachung von Schlaf und Stresslevel, erwähnen die Proband:innen in dieser Kategorie auch die Vermessung der eigenen Herzfrequenz oder das Zählen von Schritten bei alltäglicher Bewegung oder sportlichen Aktivitäten.

Neugierde an Technik

Viele Menschen, die mit dem Aufzeichnen von Körperdaten beginnen, machen dies aus reiner Neugierde. Das zeigen sowohl bisherige Forschungen zu diesem Thema (siehe 2.3), als auch die Ergebnisse der quantitativen Onlinebefragung der vorliegenden Studie (siehe 4.2). Allerdings ging aus der quantitativen Erhebung hervor, dass sie das weniger aus Neugierde an der Technik machen. Lediglich 41% der Befragten gaben an, sie hätten Interesse an der Technologie. Vielmehr konnte die Neugierde als Interesse am eigenen Verhalten gedeutet werden.

Umso interessanter ist die Frage, ob für die Proband:innen in den Tiefeninterviews das Interesse an der Technologie eine wichtige Rolle spielt. Zumindest fünf von sechs Befragten erwähnen mindestens ein Mal, dass das Interesse an der Technik ein Grund für die Aufzeichnung ist. Beispielhaft hierfür steht das folgende Zitat von P4:

„Ich nutze es halt gerne. Das ist so bisschen mein... Technikverliebtheit sowieso, äh, was ja... Was ja bei mir irgendwie so ein bisschen vorrangig ist. Also sei es jetzt die neuen Handy-Technologien oder irgendwas Tolles am PC zu haben oder dann halt eben auch an Technik-Gadgets irgendwie verrückte Sachen auszuprobieren oder irgendwie was Neues immer da zu haben. Das ist ja schon mein... meine Welt, mein Hobby, mein so bisschen... ja nicht mein Erstreben, aber einfach so mein Spaß an der Sache.“ (P4)

Die Faszination an der Tracking-Technologie spiegelte sich auch bei P3 wider:

„Also so ein Armband nur, keine gescheite Uhr. Das fand ich schon ziemlich cool, da seinen Schlaf und so zu tracken. Aber eine Smartwatch fand ich irgendwie dann doch noch besser.“ (P3)

Das Zitat von P3 macht deutlich, was sich in mehreren Interviews herauskristallisiert: Meist legen sich die Proband:innen im Laufe der Zeit weitere Tracking-Geräte zu. In der Regel beginnen sie die Aufzeichnung von Körperdaten mit dem eigenen Smartphone. Hier scheint der Einstieg besonders einfach zu sein, da sie das Gerät bereits besitzen und hierfür lediglich eine bestimmte App herunterladen oder aktivieren müssen. Wenn sie Gefallen an der Aufzeichnung gefunden haben, kaufen sie sich ein zweites oder drittes Gerät, beispielsweise einen Fitnessstracker oder eine Smartwatch.

Die Ergebnisse aus der qualitativen Forschung legen nahe, dass das Interesse an der Technologie durchaus eine gewisse Relevanz haben kann. Im Vergleich zu anderen spielt dieser Motivator allerdings eine weniger wichtige Rolle.

Überblick über eigene Aktivitäten

In der quantitativen Erhebung gaben 90% der Befragten an, dass sie die Gewinnung eines Überblicks über die eigenen Aktivitäten zum Self-Tracking motiviere. Es war damit der

wichtigste Motivator für das Aufzeichnen von Körperdaten. Während der Interviewführung der qualitativen Interviews stach dieser Aspekt zunächst nicht hervor, sodass er, genau wie die beiden nachfolgenden Kategorien, erst induktiv am Material entwickelt wurde.

Drei Interviewpartner:innen gaben an, dass sie sich mithilfe des Self-Trackings einen Überblick über die eigenen Aktivitäten verschaffen wollen. Besonders häufig wurde dieser Aspekt von Interviewpartnerin P1 erwähnt, welche sieben Mal während des Interviews eine entsprechende Aussage formulierte. Beispielfhaft hierfür steht das folgende Zitat:

„[...] Habe ich dann immer nach den Fahrradtouren und auch um nachzuvollziehen natürlich, die Fahrradtouren, wo wir wann waren. Denn da ist ja auch immer das Datum gespeichert, das wird auch automatisch immer gespeichert, das muss ich nicht eingeben. Und dann können wir immer nachvollziehen, wo wir wann waren.“ (P1)

Auch P4 gab an, die eigenen Aktivitäten gerne im Blick zu behalten:

„Dann sieht man die Strecke, die ich abgelaufen bin. Äh... Da wo ich Fotos, oder kleine Videos gemacht habe, hält dann ganz kurz das Programm an und zeigt das Foto oder Video. Das ist dann auch immer so eine schöne, äh, ja Erinnerung an die Tour oder an die Strecke.“ (P4)

Die beiden Zitate machen deutlich, dass für manche Nutzer:innen die Selbstaufzeichnungspraktiken eine Art digitales Tagebuch darstellen. Hier verschmilzt die Selbstvermessung mit der Lebensprotokollierung, wie sie auch Stefan Selke im Buch *Lifelogging* beschreibt.²¹²

Insgesamt kann gesagt werden, dass die Erlangung eines Überblicks über die eigenen Aktivitäten auch in der qualitativen Untersuchung eine Rolle spielt, allerdings fällt deren Bedeutung wesentlich geringer aus als in der quantitativen Erhebung.

Soziale Teilhabe

Diese Unterkategorie befasst sich mit sozialer Teilhabe und sozialen Beziehungen als Resultat der Tracking-Technologie. Dieser Motivator nahm in den betrachteten Studien aus der Vergangenheit keine relevante Rolle ein (siehe 2.3). Dort war lediglich von dem Teilen und Vergleichen der Körperdaten die Rede. Deshalb wurde dieser Aspekt auch nicht in der quantitativen Erhebung der vorliegenden Forschungsarbeit abgefragt.

In der qualitativen Untersuchung konnte das Thema induktiv am Material entdeckt werden. Soziale Teilhabe unterscheidet sich vom Teilen und Vergleichen dadurch, dass

²¹² Vgl. Selke 2016a, S. 1.

es sich nicht um den Vergleich der Körperdaten an sich handelt. Vielmehr geht es um den sozialen Austausch und die Partizipation, die sich aus dem digitalen Aufzeichnen von Körperdaten ergibt. Exemplarisch hierfür kann folgendes Zitat von P4 herangezogen werden, der auf die Frage antwortete, ob ihn der Vergleich mit anderen Leuten anspricht:

„Hm... Ja nicht der Vergleich mit anderen Leuten, sondern einfach nur, äh, zu sehen, wenn die schöne Fotos oder so weiter auch reinstellen oder eine schöne Fahrradtour gemacht haben, dran erinnert zu werden: Du könntest ja auch mal auf den Esel drauf steigen und einfach nur die Natur erkunden und einfach mal die schöne Landschaft erkunden, die es eigentlich doch hier bei uns gibt.“ (P4)

Besonders interessant an dieser Kategorie ist, dass nicht nur reale soziale Kontakte zum Self-Tracking motivieren können. Auch der rein virtuelle Kontakt mit anderen, fremden Selbstaufzeichner:innen wird von den Proband:innen als angenehm und motivierend empfunden, wie dieses Zitat von P2 deutlich macht:

„Aber auch generell, diese Tätigkeit nicht alleine machen zu müssen, obwohl ich für mich alleine bin. Gefühlt ist es nicht alleine mehr. Das ist ganz speziell, vielleicht jetzt auch gerade zu diesen Corona-Zeiten finde ich das was sehr, sehr tolles, muss ich sagen. Und was bei mir auch noch so ein bisschen mit, ist vielleicht auch durch unser Reisen und so. Ist grad bei Zwift, ist das total international. Du siehst Leute aus Südafrika, Asien, dann ist da ein Australier oder dann... Keine Ahnung, Holländer und es ist halt einfach... Ja, mit den Fahnen, wo du dich ja dann zu erkennen gibst, aus welchem Land du kommst, genau, ist das auch so international, genau.“ (P2)

Diese Aussage zeigt, dass der virtuelle soziale Austausch gegebenenfalls auch durch die Pandemiesituation zum Zeitpunkt der Studie verstärkt wurde. Menschen wurden zum digitalen Tracking und Austausch motiviert, weil sie sich (beispielsweise beim Sport) nicht mehr mit anderen Personen treffen konnten. Es bleibt abzuwarten, ob diese Entwicklung auch nach der Covid-19-Pandemie anhalten wird oder ob die Relevanz des virtuellen Austauschs im Zuge der Selbstaufzeichnung zurückgeht.

Zielerreichung als Selbstzweck

Die letzte Unterkategorie in der Hauptkategorie ‚Nutzungsmotive‘ wurde ebenfalls induktiv entwickelt. Dass die Erreichung sportlicher und gesundheitlicher Ziele für die Nutzer:innen von digitalen Self-Tracking-Geräten und Anwendungen wichtig ist, zeigt

ten sowohl die Erkenntnisse aus vergangenen Studien (siehe 2.32.3), als auch die Resultate der quantitativen Untersuchung (siehe 4.2). Unter den Befragten gaben 72% an, dass dieser Faktor sie motiviere.

In den qualitativen Tiefeninterviews wird allerdings deutlich, dass die Zielerreichung nicht nur intrinsisch motiviert sein kann. Manchen Nutzer:innen geht es nicht nur darum, ein bestimmtes Gewicht zu erreichen oder die generelle Physis zu verbessern. Wenn auf deren Tracking-Gerät ein bestimmtes Ziel vorgegeben wird, ohne dass sie selbst genau dieses Ziel festgelegt haben, dann möchten sie es auch erreichen.

Dies ging aus drei von sechs Interviews hervor, beispielsweise aus dem folgenden Zitat von P1 auf eine entsprechende Nachfrage der Interviewerin:

I: „Hattest du auch schon die Situation oder kommt es vor, dass du auf deine Uhr schaust und dann siehst du: Ich habe jetzt 9.800 Schritte, oh, die 10.000, die will ich jetzt noch knacken! Oder ist dir das dann egal?“

P1: „(schmunzelnd) Ne, das habe ich sogar diese, ne letzte Woche habe ich es gemacht. Da war wirklich nur noch so knapp 200 Schritte und da habe ich gesagt, das mache ich jetzt noch. Bin in der Wohnung hin- und hergelaufen. (lacht)“ (P1)

Natürlich kann davon ausgegangen werden, dass der Wille, mehr Schritte zu machen, bei P1 durchaus auch mit der Erhaltung oder Verbesserung der eigenen Gesundheit in Zusammenhang steht. Dennoch ist erstaunlich, dass die Probandin extrinsisch von ihrem Tracking-Gerät dazu motiviert werden konnte, abends noch Schritte durch die Wohnung zu laufen, obwohl sie sich an diesem Tag bereits gut bewegt hat, was das geringe Defizit von 200 Schritten zum Tagespensum zeigt. Ohne digitale Selbstvermessung würde wohl kaum eine Person abends durch die Wohnung laufen, wenn sie beispielsweise an diesem Tag bereits joggen war, selbst wenn sie ein ehrgeiziges sportliches Ziel vor Augen hat.

P6 traf eine ähnliche Aussage:

„Und, ich meine, an manchen Tagen, wenn du jetzt weißt okay, ich mache heute gar nichts, dann ist das okay. Aber manchmal geht es mir schon so, dass, wenn ich abends sehe okay, ich habe jetzt 600 Kalorien, mir fehlen noch 100, dann denke ich mir komm, da kannst du jetzt schon noch irgendwas machen, die 100 schaffst du halt noch.“ (P6)

Die Zielerreichung als Selbstzweck kann auch in Zusammenhang mit dem Thema Gamification bei digitalen Self-Tracking-Lösungen stehen. Letzteres wird an späterer Stelle unter der Hauptkategorie Technologie näher erläutert.

Hauptkategorie Glücksempfinden

Für die Auswertung des qualitativen Themenbereichs Glück sind H₂ und H₃ relevant, welche die Subjektivität der Zufriedenheit der einzelnen Proband:innen berücksichtigen. Dabei wurde einerseits das Aufzeichnen selbst, andererseits das Erreichen von Zielen durch das Aufzeichnen als positiver Beitrag zum eigenen Leben beziehungsweise der eigenen Zufriedenheit hinterfragt.

Besonders für die Frage nach dem subjektiven Glücksempfinden der Proband:innen ist es wichtig zu erwähnen, dass eine Quantifizierung hier nicht unbedingt sinnvoll ist. Eine Kategorisierung nach positivem, negativem und neutralem Beitrag zum eigenen Leben wurde zunächst vorgenommen, jedoch wurde von keiner der befragten Personen explizit ein ausschließlich positiver oder negativer Einfluss benannt, vielmehr ist der Übergang fließend und beschreibt meist einzelne Aspekte der Zufriedenheit. Eine harte Unterscheidung zwischen positivem und negativem Einfluss auf das Glücksempfinden kann und soll daher nicht getroffen werden. Um Bias in den Antworten zu vermeiden und suggestiv eine bestimmte Definition des Glückes vorzugeben, wurde die Definition von *Glück* in der Befragung nicht vorgegeben. Auf die Frage danach, ob das Aufzeichnen eigener Körperdaten glücklicher mache, antwortete P4 mit einer Erklärung, was Glück für ihn bedeute:

„Ob es jetzt wirklich einen glücklich macht? Ja, da gibt es schönere Sachen. Meine Frau macht mich glücklich. Mein Leben an sich macht mich glücklich. Dass alle, alle gesund und munter sind und dass wir uns das, was wir aufgebaut haben, auch schön nutzen können und, äh [...] Das ist für mich Glück. Auch einen gesunden Nachwuchs zu haben, der uns allerlei Nerven kostet, aber uns auch immer wieder mit tollen Sachen überrascht. Das ist das, was ich als Glück empfinde oder mich glücklich macht. Aber jetzt nicht irgendwelche Daten aus einer App.“(P4)

In dieser Definition von Glück wird eine Gleichsetzung dessen mit Daten oder den daraus gewonnenen Erkenntnissen explizit abgelehnt. Vielmehr, so P4, seien Faktoren wie Gesundheit, Gemeinschaft und das Leben selbst elementare Bestandteile seiner Definition von Glück. In dieser Glücksdefinition werden die Technologien oder deren Nutzung also eher als unwichtig für die Bewertung des eigenen Glückes verstanden.

Versteht man das Glück als subjektiv empfundene, auch teilweise Verbesserung des eigenen Lebens, trifft dieses auch auf die Nutzung von Self-Tracking-Technologien beziehungsweise das Aufzeichnen eigener Körperdaten zu. Eine Verbesserung wurde in den Interviews häufig im Sinne eines Prozesses oder einer positiven Entwicklung verstanden, so P2 über die Nutzung ihrer Apple Watch:

„Nein, also fast ausschließlich positiv. Wirklich, ja. Für mich ist das eine sehr tolle Entwicklung.“(P2)

Dies deckt sich mit den Ergebnissen der quantitativen Befragung, in der beinahe die Hälfte der Proband:innen angegeben hatte, dass sich ihr Leben durch das Tracking etwas oder sogar sehr verbessert habe (siehe Kapitel 4.2). P5 beispielsweise nutzte zum Zeitpunkt des Interviews bereits seit mehreren Jahren die App Strava, mit der sportliche Aktivitäten aufgezeichnet werden können. Sie beschrieb einen deutlichen Anstieg ihrer körperlichen Aktivitäten seit der ersten Nutzung der Self-Tracking-Technologien, lehnte jedoch ab, diese Verbesserung auf die Technologie als solche zurückzuführen. Als positiven Beitrag empfinde sie dagegen, die Entwicklungskurve ihrer körperlichen Aktivität anhand der aufgezeichneten Daten beobachten zu können:

I: „Also würdest du so im Großen und Ganzen sagen, dass es eher eine Bereicherung ist für dein Leben, dass du das hast?“

P5: „Ja, absolut. Also ich finde es auf jeden Fall sehr interessant zu sehen, und, wie gesagt, dadurch, dass ich es auch schon ein paar Jahre nutze, halt die Entwicklung zu sehen.“ (P5)

Auch wird von mehreren Proband:innen der positive Einfluss beschrieben, den die Aufzeichnung beziehungsweise Nutzung der jeweiligen Technologien auf das alltägliche Leben im Allgemeinen habe. P3 beispielsweise sagte, er habe durch die digitale Aufzeichnung seiner Zahnhygiene-Routine diese optimieren können: „Hm. Ich putze länger Zähne (lacht)“, und nannte eine Verbesserung der eigenen Bemühungen, gesünder zu leben. Jedoch erkannte er keinen deutlichen Einfluss auf das eigene, allgemeine Glücksempfinden:

„Eigentlich nicht viel. Die Ernährung vielleicht ein bisschen. Oder ich habe versucht, healthier zu leben.“ (P3)

P2 beschrieb ganz allgemein eine Verbesserung der Zufriedenheit im Alltag: „[...] ist das für mich also wirklich zufriedenstellender, so im Alltag“ (P2). P6 hingegen bezeichnete die Aufzeichnung der eigenen Körperdaten zwar als „geschickt und praktisch“, sähe darin jedoch, auf Nachfrage, keine Verbesserung des eigenen Glücksgefühls:

I: „Würdest du denn auch sagen, dass [...] es dich glücklicher gemacht hat? Auf so eine lange Sicht gesehen?“

P6: „Nö (lacht). Also das würde ich so nicht sagen. Das wäre ein bisschen übertrieben. Aber ich finde es einfach geschickt und praktisch.“ (P6)

Auch in den Ergebnissen der quantitativen Befragung gab etwa die Hälfte der Proband:innen an, das Tracking habe ihr Leben weder verbessert noch verschlechtert. Diese Bewertung des Allgemeinzustandes findet sich auch in den Tiefeninterviews wieder. In den Antworten der Proband:innen sind Glück und Zufriedenheit wiederum oft an Teilbereiche des Lebens und Faktoren wie Gesundheit und sportliche Aktivität gebunden.

Dabei helfen die Tracking-Technologien, eine Art routinierte Selbstdisziplin aufzubauen und zu erhalten:

„Aber da muss ich wirklich auch sagen, seitdem ich die Sachen nutze und da auch immer so ein bisschen drauf achte: Da mach ich schon mehr [...] Und das [...] stimmt mich froh.“(P4).

Zwar beschrieb P4 dabei ein positives Gefühl beziehungsweise eine positive Entwicklung durch die Aufzeichnung eigener Körperdaten. Als positiver Beitrag wurde hier aber besonders die erinnernde und motivierende Funktion der Self-Tracking-Technologien bezeichnet:

*„Das macht mich jetzt nicht glücklich, aber, äh, ich bin schon einerseits positiver, dass ich doch für mich ein bisschen was mache und einfach, äh, die Erinnerung bekomme: Hier, du (pfeift). Jetzt aber mal kurz raus, ne?“
(P4)*

Ein möglicher positiver Beitrag auf das eigene Leben der Proband:innen ist also überwiegend an das Erreichen von körperlichen Zielen gebunden. Self-Tracking-Technologien und die digitale Aufzeichnung eigener Körperdaten wurden hierbei als helfende Instrumente verstanden. Dabei nehmen die Proband:innen der vorliegenden Studie reflektiert ihr eigenes Handeln wahr und bezeichneten sich als nicht unglücklicher, wenn Ziele nicht erreicht würden:

I: „Macht dich die Nutzung deiner Geräte denn glücklicher?“

P3: „Wenn ich meine Ziele erreiche, meinst du?“

I: „Eher im Allgemeinen betrachtet.“

P3: „Ja, das schon.“

I: „Wie äußert sich das?“

P3: „Puh, das ist schwer zu sagen. Man hat vielleicht halt einfach bessere Laune, wenn man sieht, dass man abgenommen hat. Wenn ich zunehme, macht es mich jetzt aber auch nicht unglücklich. Die App stellt es schon clever an mir zu vermitteln, wie toll ich abnehme oder Ähnliches oder halt einfach immer das Positive mir zu zeigen.“(P3)

Es lässt sich festhalten, dass das Aufzeichnen eigener Körperdaten auch als Überbrückung eines Mangels beschrieben werden kann. Proband:innen sprechen ebenfalls den Aspekt der Freiwilligkeit an, der einen negativen Einfluss auf das persönliche Glücksempfinden ausschließt, denn, so P5:

„[...] man wird ja nicht dazu gezwungen. Also es ist [...] man macht es ja freiwillig, deshalb [...]“ (P5).

Das Glück durch die Auseinandersetzung mit den eigenen Daten ist bei den meisten Proband:innen nicht primäres Ziel, sondern Produkt der zunehmenden körperlichen Aktivität, die nach eigenem Empfinden zufriedener macht:

„Also ich denke, einerseits, weil Sport zufriedener macht. Das habe ich ja jetzt erst erfahren dürfen, weil ich immer unsportlich war. Dass mir tatsächlich auch etwas fehlt, wenn ich es nicht machen kann.“ (P2)

Von dieser Probandin wurde ein Mangel explizit benannt. Dieser Mangel wiederum bezieht sich auf eine Bedürftigkeit nach körperlicher Aktivität und die intrinsisch motivierte Verbesserung der eigenen Gesundheit und des Wohlbefindens, nicht beispielsweise auf die Selbstoptimierung im Vergleich mit anderen Nutzenden.

Wenn die Ziele nicht durch die Nutzenden selbst festgelegt worden waren, sahen diese meist keinen negativen Einfluss beziehungsweise empfanden keinen Druck zur Verbesserung der eigenen Leistung. So wurden beispielsweise andere Tätigkeiten, wie das Erreichen von durch die App vorgegebenen Schrittzahlen, von manchen Proband:innen als weniger wichtig beschrieben und deren Ergebnisse auch nur sporadisch geprüft:

„Genau, Schritte, da gucke ich auch so immer mal wieder so ein bisschen, ähm, tue mich da aber nicht unter Druck setzen.“ (P5)

Andererseits zeigt das beschriebene Verhalten mancher Proband:innen auch, dass sie durch das Tracking doch einen Druck verspüren, ihre Ziele zu erreichen, wobei die Tracking-Technologien zu extrinsischen Motivatoren für Bewegung werden können.

Ein Gefühl des Drucks zur Optimierung der eigenen Gesundheit oder Leistung beschrieben mehrere Proband:innen. Meist ist dies an das Erreichen von Zielen gebunden, wurde jedoch von den Proband:innen als solcher auch erkannt und als abhängig vom subjektiven Empfinden eingeschätzt. P1 beispielsweise beschrieb, sie mache sich manchmal persönlichen Druck, P5 wiederum sagte aus, es deprimiere sie, anhand ihrer Körperdaten zu sehen, wenn sie sich nicht viel bewege:

„Aber das deprimiert mich immer ein bisschen, weil ich mich momentan nicht so viel bewege (lacht) und da dann eben nicht so viel drinsteht.“ (P5)

Auch hier wurde deutlich, dass die Reflexion des Aufgezeichneten – oder eines Mangels an aufgezeichneten Daten – zu einem Gefühl der Unzulänglichkeit führen kann. Deutlich wurde zudem, dass der Druck nicht unbedingt auf das Aufzeichnen selbst, sondern auf die eigenen Zielsetzungen bezogen war. Reflektiert wurde also das eigene Verhalten und die Selbstkontrolle *mittels* der Technologie:

„Also es kommt auch immer so ein bisschen darauf an, wie du gerade selber so drauf bist, irgendwie, finde ich, ja. Manchmal finde ich es positiv, manchmal finde ich, ist das schon auch irgendwie so ein bisschen, ja [...] Stress, stressig, teilweise.“ (P5)

P6 wiederum beschrieb ihr eigenes subjektives Empfinden und ihre Anfälligkeit für Gefühle der Unzulänglichkeit bei Nichterreichen der eigenen Ziele im Allgemeinen, was sie auch in ihrer Nutzung der Selbstaufzeichnungs-Apps in Form von Druck erkannte:

„Ja, schon. Also, weil das halt irgendwie [...] Der (Partner) schimpft da immer mit mir, weil das ist halt schon so ein gewisser Druck. Und wenn du dafür anfällig bist, und ich bin das, ja (lacht), dann ähm, macht das schon, also, weil du halt gerade so [...]“ (P6)

Negative Einflüsse, so zeigte sich, waren – sofern vorhanden – zunächst eher an die Reflexion der eigenen Körperdaten und die Visualisierung der eigenen Gesundheit gebunden. So beschrieb P4:

„Also erst war der Einfluss mal negativ, weil du dir natürlich aufgrund dessen [...] Ich habe mir anfangs ziemlich oft den Blutdruck gemessen und habe dann, sobald der, weil der Arzt sagte ja, oder die Ärztin sagte ja, man sollte immer unter 140 bleiben, Minimum. Das ist ja so diese... Diese Grenze, die auch der weltweite Ärztenbund vorgibt. Ansonsten obendrüber ist halt schädlich [...] Und da machst du dir anfangs natürlich schon die Gedanken, wenn es irgendwie... (lacht) du am Essen bist und bist immer noch irgendwie weit über 150 oder 140 weit drüber...“ (P4)

Auch in diesem Beispiel wurde die digitale Aufzeichnung von Körperdaten nicht zur Verbesserung eines (äußerlichen) Lifestyles verwendet, sondern zur Gesundheitsprävention. Interessanterweise beschrieb P4 an dieser Stelle des Interviews, dass er sich besonders in der Anfangsphase seiner Nutzung oft Gedanken um die eigene Gesundheit machte, und durch Pausen in der Aufzeichnung ein Stressgefühl entstanden sei. Hierbei werden die aufgezeichneten Daten als Mittel zur Selbsterkenntnis über die eigene Gesundheit verstanden:

„[...] Ah komm, in zehn Minuten tust du nochmal messen... Also anfangs war es sehr stressig, bis ich mir dann auch mal gesagt habe: Na ja komm, du musst jetzt auch dich erstmal an die Tabletten gewöhnen.“ (P4)

Im Hinblick auf die langfristige Verbesserung der eigenen Gesundheit beschrieb P4 jedoch nach einer Eingewöhnung das Tracking ebenfalls als positiven Einflussfaktor.

Zuletzt sollen noch zwei Aussagen hervorgehoben werden, die sich insbesondere auf die Situation der Covid-19-Pandemie beziehen. Zwar wurde im Design des Fragebogens die

Pandemie nicht berücksichtigt, jedoch wurde von mehreren Proband:innen angedeutet, dass Self-Tracking-Technologien in dieser Situation zu einem positiven Allgemeinzustand beitragen können. Einerseits, so P3, wäre es schwierig, während der Pandemie körperlich fit zu bleiben, was durch die Self-Tracking-Technologien überbrückt werden könne:

„Auch gerade so in der Corona Zeit. Da ist es schwierig fit zu bleiben. Ähm. Ja sonst hat sich eigentlich nicht viel geändert.“(P3)

Auch werden die Technologien als positiver Beitrag im Hinblick auf mögliche Einsamkeit bei körperlichen Aktivitäten verstanden, da durch den sozialen Aspekt der Apps ein Gemeinschaftsgefühl entstehen kann, was von P2 als positive Auswirkung beschrieben wurde:

„Gefühlt ist es nicht alleine mehr. Das ist ganz speziell, vielleicht jetzt auch gerade zu diesen Corona-Zeiten finde ich das was sehr, sehr tolles, muss ich sagen.“(P2)

Insgesamt lässt sich sagen, dass negative Einflüsse auf Zufriedenheit und Glücksempfinden kaum explizit benannt wurden, was jedoch auch auf die Tatsache zurückführbar sein könnte, dass es sich bei den Interviewten ausschließlich um Personen handelt, die das Tracking zum Zeitpunkt der Interviews praktizieren. Auffällig war jedoch die von manchen Proband:innen beschriebene Unzulänglichkeit oder der Druck, die durch das Nichterreichen von Zielen oder einer vergleichsweise geringeren körperlichen Aktivität in bestimmten Phasen bedingt wurde und auch ein Nutzungsmotiv darstellen kann. Self-Tracking-Technologien nehmen dabei die Rolle eines Indexes für diesen Mangel ein, welcher den Nutzenden visuell übersetzt vor Augen geführt wird. Auch kann durch das Nichterreichen von Zielen ein wahrgenommener Druck erkannt werden.

Anders als sich dies beispielsweise für Social-Media-Plattformen beschreiben lässt, handelt es sich bei den Self-Tracking-Technologien also nicht um derartig stark immersive Umgebungen. Diese werden eher passiv genutzt und als Hintergrundrauschen wahrgenommen. Die Proband:innen sind außerhalb statt innerhalb der Apps und Technologien aktiv, sie müssen nicht ständig ‚up-to-date‘ sein. Für viele steht in der Bewertung der eigenen Zufriedenheit der soziale Aspekt eher untergeordnet zu den Aspekten der Selbstoptimierung und Verbesserung der eigenen Gesundheit, worauf sich auch das Empfinden der Zufriedenheit bezieht. Interessant ist jedoch, dass bei den Proband:innen der vorliegenden Studie ein positiver Einfluss häufig an die beobachtete Entwicklung der körperlichen Aktivität gebunden ist. Das subjektive Empfinden der Proband:innen unterscheidet sich dabei, jedoch ist ein positiver Einfluss auf die Zufriedenheit nicht unbedingt auf die Aufzeichnung selbst oder der Auseinandersetzung damit zurückführbar. Dabei werden die Self-Tracking-Technologien überwiegend als Instrument wahrgenommen, jedoch auch als Motivatoren.

Hauptkategorie Datenschutz

Die Hauptkategorie ‚Datenschutz‘ befasst sich mit Ergebnissen zur forschungsleitenden Frage nach den Einstellungen der Nutzer:innen von Self-Tracking-Technologien hinsichtlich der Weiterverarbeitung ihrer aufgezeichneten Daten. Ferner soll geprüft werden, inwiefern sich die gewonnenen Erkenntnisse mit den im Vorfeld aufgestellten Hypothesen H₅ und H₆ decken. H₅ unterstellt auf Seiten der Nutzer:innen ein geringes Bewusstsein darüber, auf welche Weise und in welchem Umfang Unternehmen digital aufgezeichnete Körperdaten weiterverarbeiten. H₆ thematisiert die Bereitschaft zur Weitergabe digital aufgezeichneter Körperdaten an Krankenkassen beziehungsweise Versicherungen im Rahmen von Bonusprogrammen. Im Kern geht es hier um die Einstellung der Nutzer:innen zur Ökonomisierung ihrer personenbezogenen Daten. Die Kategorien zur Wichtigkeit des Datenschutzes wurden deduktiv anhand der vorangegangenen Recherche im Vorfeld der Auswertung aufgestellt. Die Kategorien zur Frage nach einer Verhaltensanpassung aufgrund von Datenschutzabwägungen sowie nach der Einstellung gegenüber einer Ökonomisierung der Daten wurden induktiv am Material entwickelt.

Datenschutzbewertung

Mit den Unterkategorien ‚Datenschutzbewertung – wichtig‘ und ‚Datenschutzbewertung – unwichtig‘ sollten Aussagen der Befragten erfasst werden, aus denen deren Einstellungen hinsichtlich der Wichtigkeit des Datenschutzes hervorgehen.

Vergleicht man die Haltung der Interviewten untereinander, zeigt sich kein klarer Trend in die eine oder andere Richtung. Während die Proband:innen P1, P3 und P6 keinerlei Aussagen trafen, aus welchen sich eine wichtige Bewertung des Datenschutzes ableiten lässt, überwiegten diese bei P4 und P5 sogar gegenüber jenen, welche auf eine unwichtige Bewertung schließen lassen.

In allen sechs Interviews finden sich einzelne Aussagen, die auf eine Bedenken- oder Sorglosigkeit der Proband:innen hinsichtlich der Nutzung ihrer Daten hindeuten. Besonders deutlich formulierte dies P6 in ihrer Antwort auf die Frage, für wie privat oder sensibel sie ihre aufgezeichneten Daten hält:

„Also, um ehrlich zu sein, ich bin da [...] Also ich bin da grundsätzlich sowieso nicht so empfindlich, was das angeht. Ähm, und, also ich sehe das halt überhaupt nicht als kritisch. Mir sind die eigentlich [...] die Daten eigentlich völlig Wurst. Also ob jetzt jemand weiß, wie viel ich gelaufen bin, oder auch nicht, oder was ich wiege, also, das finde ich... Da habe ich keine Sorgen, sage ich jetzt mal.“ (P6)

Ähnlich äußerte sich auch P2 auf die Frage, ob sie sich vor dem Download einer Tracking-App über die Datenverarbeitung informierte:

„Nein. Nein, gar nicht, ich habe es einfach heruntergeladen. Genau, da bin ich vielleicht wirklich auch ein bisschen unkritisch bei so Sachen. Irgendwie bringt mir das... Also ich habe ein Ziel mit dieser App, das ist ja mit anderen Apps auch so, wo man irgendwas angibt und da denke ich dann gar nicht vorher darüber nach, tatsächlich.“(P2)

Diese Aussage deckt sich mit den Ergebnissen der quantitativen Befragung und stützt H₅ hinsichtlich des Bewusstseins über die Datenverarbeitung. Wie unter [4.2](#) dargelegt, gaben 54% der Befragten an, sich nicht über die Datenweiterverarbeitung informiert zu haben.

Interessant an dieser Aussage ist ferner, dass P2 hier ihre Bedenkenlosigkeit hinsichtlich der Verarbeitung ihrer Daten in Kontext zu ihrem Motiv der Zielerreichung setzte. Dies zeigte sich an späterer Stelle erneut:

„Vielleicht werde ich auch noch über Datenschutz so ein bisschen grübeln. Genau, es ist in Echt so mehr im Sinne des Praktischen. Und so eines hat zum anderen geführt, und genau. Mehr so. Aber nicht groß hinterfragt, oder, ja, überlegt oder so. Sondern einfach gemacht, sozusagen.“(P2)

Der Mehrwert, den die Probandin sich von der Nutzung der Technologie erhofft, scheint in diesem Fall etwaige Bedenken hinsichtlich der Datenverarbeitung zu überwiegen, wenn nicht gar nebensächlich zu machen.

Ein weiterer Faktor, der in die Datenschutzbewertung mit hinein zu spielen scheint, ist die individuelle Bewertung über die Sensibilität der Daten. So erklärte P6:

„Von dem her weiß ich jetzt schon so ein bisschen die Grundzüge, aber das war jetzt für mich einfach nicht so wichtig, weil, wie gesagt, die Sachen, die ich jetzt dort hinterlege, die sind für mich jetzt nicht so kritisch. Also zum Beispiel ich finde das jetzt auch nicht... Mich stört das jetzt auch nicht, wenn jemand das sehen würde, zum Beispiel heute bin ich jetzt da und da hin gelaufen. Dann ist das jetzt halt so, ja. Wenn das jemanden glücklich macht, dann (lacht) ist das auch gut.“(P6)

Ähnlich äußerte sich auch P4 hinsichtlich der Verarbeitung seiner Daten durch Huawei:

„Ich wüsste jetzt nicht, ob aus meinen Schlafdaten irgendwas Schlimmes generiert werden könnte... Ob man mir dadurch einen Strick drehen kann oder mir meine, äh [...], Böses damit könnte, sag ich jetzt mal. Aber ansonsten... Dann lass doch den Chi Ming Peng doch wissen, dass ich letzte Nacht nur sechs Stunden geschlafen habe. Das ist... Das ist dann so eine Datengeschichte, wo mir das fast egal ist.“(P4)

Anders scheint die Bedeutung von Datenschutz jedoch hinsichtlich der Verwendung und Verbreitung von Fotos von Personen zu sein. Hier meldeten sowohl P4 als auch P2 Bedenken an. So sagte P2 beispielsweise:

„Ich würde sagen, zu 80% haben die meisten einfach ein Foto von sich oder sogar mit dem Partner oder so darauf. Das würde ich jetzt nicht machen. Eben gerade so aus persönlichen oder Datenschutzgründen, genau.“(P2)

Besonders deutlich wird die Abhängigkeit zwischen Datenschutzbewertung und Sensibilitätswahrnehmung der Daten in folgendem Dialog zwischen P5 und der Interviewerin:

P5: „Ähm [...] (seufzt). Schwierig das zu beantworten, also ich finde schon, dass es private Daten sind, dass es ja um seine eigene Leistung geht, aber, weiß nicht, wenn jetzt... wenn das jetzt öffentlich werden würde, wie oft und wie weit und wie schnell ich laufe, fände ich das jetzt nicht so schlimm, wie wenn meine Handynummer öffentlich werden würde oder sowas.“

I: „Also du hältst es schon für private Daten, aber jetzt nicht so hochsensibel?“

P5: „Ja genau.“(P5)

Schließlich führte P2 noch eine weitere interessante Begründung für die Nicht-Auseinandersetzung mit dem Datenschutz an:

„Ja, ehrlich gesagt mache ich mir da gar nicht so viele Gedanken darüber, weil ich irgendwie immer denke... Also wenn man es so betrachtet, bin ich eh schon gläsern. Das ist so meine Auffassung.“(P2)

An dieser Stelle zeichnen sich Seitens P2 Gedanken der Resignation ab, ähnlich wie Zuffo es in ihren in [2.4](#) dargelegten Ausführungen konstatiert.

Abschließend sei an dieser Stelle noch auf eine Aussage von P4 zur Frage verwiesen, ob er noch weitere Daten aufzeichnen würde, solange es keinen zu starken Eingriff in die Privatsphäre bedeuten würde:

„Ja. [...] Ja... Aber es ist... Man ist da immer auch hin und her gerissen. Ich sag mal, auf der einen Seite sagt man: Ja, Datenschutz ist einem wichtig. Andererseits hängst du aber halt bei Facebook und Instagram rum. Ne? Also [...] bei denen, die ja eigentlich die meisten Daten abgreifen oder auch... Jeder hat ein Android-Handy.“(P4)

Im wissenschaftlichen Diskurs werden derartige widersprüchliche Verhaltensweisen mit dem Begriff des Privacy Paradoxon beschrieben. Während (Internet-)Nutzer:innen einerseits angeben, dass ihnen der Schutz ihrer Privatsphäre wichtig sei, erteilen sie gleichzeitig zahlreichen Websites die Erlaubnis zum Setzen von Tracking-Cookies oder teilen auf andere Weise eine Vielzahl an teils sensiblen Daten.²¹³

Im Folgenden sollen daher Äußerungen zum konkreten Verhalten in den Blick genommen werden und wie sich Datenschutzabwägungen hierauf auswirkten.

Verhaltensanpassung an Datenschutzabwägungen

In der Unterkategorie ‚Verhalten an Datenschutzabwägungen angepasst‘ wurden die Interviewtexte auf Passagen untersucht, aus denen hervorging, dass die Befragten sich aufgrund von Datenschutz- oder Privatsphäre-Abwägungen zu einem bestimmten Verhalten entschlossen. Im Folgenden werden die getroffenen Verhaltensweisen dargelegt.

Wie im vorangegangenen Abschnitt erwähnt, betonten P2 und P4 die Bedeutung des Datenschutzes hinsichtlich der Veröffentlichung und Verbreitung von Fotos. Während P2 äußerte, aus „Datenschutzgründen“ auf das Einstellen eines Profilbilds zu verzichten, versucht P4 bereits beim Fotografieren, Datenschutzerwägungen gerecht zu werden:

„Ich passe auch sehr drauf auf, dass wenn ich Fotos teile und Leute drauf sind, dass die Fotos [...] entweder, wo die Leute drauf sind, sehr klein sind, dass man das nicht wirklich erkennt, oder halt eben von hinten irgendwie die Leute... Also ich würde jetzt nie von meinem Sohn von frontal irgendwie Nahaufnahme irgendwo in die Komoot-App oder in die andere App reinposten, weil wie gesagt, die sind ja doch [...] zum Teil öffentlich die Sachen [...], weil mein Kind... Das geht niemanden was an, außer meine Familie und meine Freunde, die den sowieso privat auch kennen. Und, äh... Da achte ich dann schon drauf. Ja.“ (P4)

Obige Aussage zeigt ferner, dass Datenschutz- und Privatsphäre-Erwägungen auch in Entscheidungen hinsichtlich des Verbreitungs- oder Veröffentlichungskreises Eingang finden. So ist P4 darauf bedacht, Fotos und Videos nur mit Familie und Freund:innen, nicht jedoch mit der Öffentlichkeit zu teilen.

Was die gesammelten Körperdaten anbelangt, gaben P2 und P5 ebenfalls an, Einstellungen vorgenommen zu haben, sodass diese nur mit dem Freundeskreis geteilt werden:

²¹³ Vgl. Keber 2019, S. 45.; Grimm, Keber und Zöllner 2019, S. 245.

„Also, man kann sein Profil quasi entweder öffentlich schalten oder nur für sich, oder für seine Freunde, das kann man quasi selber entscheiden, wem man seine Aktivitäten preisgeben möchte, ähm, ich habe das so eingestellt, dass quasi nur meine Freunde und ich sehen, was ich quasi für Aktivitäten aufzeichne, und ähm es ist quasi wie auf Facebook, man lädt das dann hoch, und dann können die, mit denen du befreundet bist, das sehen, und die können dir dann auch ähm so Likes geben für deine Läufe quasi, genau. Also eigentlich nur ich und meine Freunde sehen das.“(P5)

Dies deckt sich mit Erkenntnissen aus der quantitativen Befragung, dass jene Nutzer:innen, welche überhaupt ihre Daten mit anderen teilen, dies hauptsächlich ihren Familienmitgliedern und Freund:innen vorbehalten (siehe Abbildung 12).

Neben den bereits genannten Verhaltensanpassungen erklärte P4 außerdem auf die Frage, für wie privat oder sensibel er seine Daten hält, dass er bei der Registrierung in Diensten auf die Angabe seines echten Namens verzichte, sowie mit mehreren E-Mail-Adressen arbeite:

„Also ich bin jetzt nirgendwo so mit meinem richtigen Namen eingetragen. Äh. Ich habe da immer nur Nicknames, sag ich jetzt mal. [...] Ich habe auch eine Zweit- und Dritt-E-Mail-Adresse, mit denen ich mich dann für solche Sachen eintrage. Also ich habe eine Haupt-E-Mail-Adresse, wo ich sag ich mal den ganzen Schriftverkehr oder die wichtigen Sachen drüber mache. Und dann habe ich so zwei, drei Spam-E-Mail-Adressen, mit denen ich mich bei sowas dann registriere oder anmelde, ähm... Da sind auch keine Adressdaten oder sonst was hinterlegt.“(P4)

Ferner erklärte P4, dass er dort, wo nicht zwingend Daten zur Nutzung erforderlich seien, diese auch nicht angebe:

„Wie gesagt, Datenschutz... Ich guck schon drauf, dass wichtige Daten von mir nicht im Netz rumkursieren, sondern wirklich nur da, wo sie notwendig sind. Ansonsten habe ich bei solchen Apps... Ich habe kein Alter angegeben. Ich habe kein Geburtsdatum angegeben. Also da, wo es nicht zwingend erforderlich ist, wo es eine Pflichtangabe ist, rein zu schreiben, wie alt du bist, wann du geboren bist und Straße, Hausnummer etc. anzugeben, da schreibe ich das dann auch nicht rein.“(P4)

Schließlich erklärte P4 noch, dass er jene Apps, welche „zu viele Freigaben“ möchten, gar nicht installiere oder, sollten die Freigaben erst nach der Installation erfordert werden, diese auch dann auch wieder lösche:

„Wenn du das gesehen hast, dann kommt ja immer, wenn du die App runtergeladen hast: Dem zustimmen und dem zustimmen oder nur wenn die

App offen ist oder sonstige Sachen... Und da waren dann jetzt zum Beispiel auch Sachen, die wollten dann, ähm, Standortübermittlung haben. Die wollten Kontaktdaten aus dem Telefon freigeben... Also wenn mir eine nicht App passt, so toll die dann auch ist... Wenn die zu viele Freigaben aus meinem Handy raus haben möchte, dann installiere ich mir die auch nicht.“(P4)

Neben der Frage, welche Verhaltensanpassungen die Proband:innen aus Datenschutzerwägungen trafen, wurden mit der Unterkategorie ‚Verhalten nicht an Datenschutzerwägungen angepasst‘ die Texte auf Passagen hin untersucht, in welchen ein angepasstes Verhalten implizit oder explizit abgelehnt wurde.

Sowohl P2 als auch P4 trafen Aussagen, in denen sie die Anpassung ihres Verhaltens mit einer Einschränkung des Lebens oder der eigenen Handlungsfreiheiten in Verbindung setzten. So antwortete P2 beispielsweise auf die Frage, wie stark er den von ihm genutzten Diensten vertraut und ob er ihnen noch mehr Daten anvertrauen würde, Folgendes:

„Wir haben einen guten Freund, der weigert sich, WhatsApp zu nutzen, weil er sagt, das wäre für ihn völlig unsicher und so weiter. Aber ich denke, dann darf man gar nichts mehr nutzen. Weil wenn ich irgendwie Google benutze und ein Hotel suche in (Land), dann zeigt es mir drei Tage später irgendwas in der Region an, wo ich denke, ja, das wurde jetzt irgendwie auch schon wieder erfasst, was ich da gegoogelt habe. Und, äh, deswegen mach ich mir... Ja, dann dürfte ich gar nichts machen, dann müsste ich wie in der Steinzeit leben.“(P2)

Ähnlich äußerte sich auch P4:

„Ich glaube, wenn jemand über Datenschutz meckert, dann muss er sein Handy erstmal in die Tonne hauen. Dann darf er nur noch mit einem alten Wähltelefon auf Festnetz anrufen. [...] Und selbst da wüsste ich nicht, ob man abgehört wird, haha (ironisches Lachen). Ne... Äh... Also hm... Es ist... [...] Es ist in der heutigen Zeit mit den Smartphones und alles was man so digital nutzt, glaube ich, äh, ganz schwierig, was Datenschutz betrifft.“(P4)

Jene Personen, die umfänglich auf den Schutz ihrer Daten achten, seien also nach P2 und P4 in dem, was sie „tun dürfen“, eingeschränkt.

Die Aussagen, sowohl von P2 hinsichtlich des Lebens „wie in der Steinzeit“, als auch die Aussage von P4, dass derjenige, der über den Datenschutz „meckert“ nur noch ein Wähltelefon statt eines Smartphones nutzen könnte, deuten darauf hin, dass die beiden einen zeitgemäßen, modernen Lebensstil nicht oder nur schwer mit der umfänglichen Berücksichtigung von Datenschutzerwägungen vereinbar sehen.

Neben diesen Begründungen und Rechtfertigungen zur Nicht-Anpassung des Verhaltens, trafen P3 und P4 des Weiteren noch Äußerungen zum Informationsverhalten. Diese bieten eine mögliche Erklärung für die in der quantitativen Befragung festgestellte Uninformiertheit hinsichtlich der Datenverarbeitung.

So erklärte P3, dass er sich vor dem Kauf seiner Tracking-Geräte nicht über die Datenverarbeitung informiert hätte:

„Ne. Denke da bin ich auch nicht der einzige (lacht). AGBs sollte man ja eigentlich auch lesen, aber wer tut das schon. Ich habe sogar mal gelesen, dass wenn man alle AGBs lesen würde, man einen Monat pro Jahr damit verbringen würde (lacht).“ (P3)

Ähnlich äußerte sich auch P4:

„Ich meine, Datenschutzerklärung kennt jeder. Wenn man eine App installiert oder irgendetwas freigibt, das sind dann 74 Seiten, ziemlich klein geschrieben und ganz unten kommt dann das Knöpfchen Einverstanden und das hat man in drei Sekunden gedrückt.“ (P4)

P4 ergänzte diese Äußerung wenig später wie folgt:

„Datenschutzerklärung... Im Endeffekt... Wer liest die schon? Also... Man geht ja meistens hin und klickt dann wirklich nur direkt. Runtergescrollt und dann auf Zustimmung klicken, damit man schön in die App reinkommt.“ (P4)

Diese Aussagen stützen die bereits unter [4.2](#) aufgestellte Vermutung, dass der wahrgenommene (zeitliche) Aufwand des Lesens von Nutzungsbedingungen und Datenschutzerklärungen das Informationsinteresse der Nutzerinnen und Nutzer in vielen Fällen überwiegt. Mit ihren rhetorischen Fragen danach, wer das schon täte, zeigten P3 und P4 ferner, dass sie annehmen, dass sich der Großteil der Leute wie sie verhalte.

Einstellung zur Ökonomisierung von Daten

Anknüpfend an die Forschungsfrage und die Fragen zur Hypothese H₆ in der quantitativen Befragung wurden im Rahmen der qualitativen Interviews auch Fragen zur Einstellung der Proband:innen hinsichtlich der Nutzung ihrer Daten von Unternehmen – insbesondere Versicherungen – gestellt. Im Zuge der Arbeit am Material wurden induktiv die Unterkategorien ‚Ökonomisierung von Daten – Aufgeschlossen‘, sowie ‚Ökonomisierung von Daten – Skepsis‘ gebildet.

Mit ersterer Kategorie wurde der Text auf sämtliche Passagen hin untersucht, in welchen sich die Proband:innen der Ökonomisierung (im Sinne von wirtschaftlicher Verwertung) ihrer Daten durch Unternehmen im Allgemeinen und durch Versicherungen im Speziellen gegenüber aufgeschlossen äußerten.

In diesem Zusammenhang konnten in allen sechs Interviews entsprechende Aussagen gefunden werden. Alle Proband:innen zeigten sich offen gegenüber der Möglichkeit, gegen die Weitergabe ihrer personenbezogenen Daten an einem etwaigen Bonusprogramm der Krankenkasse mitzumachen. Exemplarisch sagte P6 in diesem Zusammenhang Folgendes:

„Also, ehrlich gesagt [...] Also, wenn das jetzt nur einen Bonus gibt, und keinen Manus[sic!]/(lacht), ja, dann wäre mir das eigentlich egal. Weil ich finde solche Sachen eigentlich cool, wenn man sowas macht. Also ich finde halt... Ich finde es cool, jetzt nicht nur bei der Krankenversicherung, wenn es halt nicht nur Einheitstarife gibt, ja. So dass man sagt, jeder zahlt das und das, und fertig aus. Sondern dass man es halt beeinflussen kann.“(P6)

P1 zeigte sich der Herausgabe ihrer Schrittdaten ebenfalls aufgeschlossen, sie erwartete hierfür jedoch eine Gegenleistung:

„Ja, irgendeine Gegenleistung. Ob es jetzt Geld ist oder Sachprämien, irgendwas Tolles. Ja.“(P1)

Auch P4 erklärte seine Bereitschaft zur Teilnahme an einem derartigen Programm und brachte als Gegenleistung noch Gutscheine für Aktivitäten ins Spiel:

„Entweder kriegst du einen Bonus, dass du eine Rückzahlung von deinen Krankenkassenbeiträgen bekommst oder glaube ich, so Art Gutscheine für irgendwelche, ähm, Aktivitäten, die die Techniker anbietet. Wie jetzt zum Beispiel so ein Aqua Jogging. Dann kriegst du dann acht Stunden Aqua Jogging, musst aber nur fünf bezahlen oder sowas und den Rest übernimmt die Techniker. Ich glaube so Sachen sind in diesem Bonusprogramm drin. Also wenn das geklappt hätte, hätte ich das mit Sicherheit gemacht.“(P4)

Als Kunde der Techniker Krankenkasse könnte er dies theoretisch auch bereits tun, jedoch ist seine verwendete App mit dem Bonusprogramm der Techniker nicht kompatibel.

Es lässt sich festhalten, dass die Proband:innen zwar bereit sind, ihre Daten Unternehmen zur Verfügung zu stellen, sie in jedem Fall aber eine Belohnung oder Gegenleistung hierfür erwarten. Daneben wurden jedoch noch andere Argumente für die Ökonomisierung der Daten angeführt.

So könnte laut P5 damit ein Anreiz für ein sportlich aktives Leben gesetzt werden:

„Hängt schon ein bisschen mit dem Hintergrund zusammen. Aber prinzipiell finde ich es eigentlich eine coole Sache und finde ich auch gut, dass es von der Krankenkasse unterstützt wird. Weil das ja dadurch auch die Aktivität der Menschen auch fördert.“(P5)

P3, der eine elektrische Zahnbürste mit Tracking-Funktionen nutzt, sieht in derartigen Modellen auch eine Möglichkeit, zu einem gesunden Verhalten motiviert zu werden:

„Aber wenn jetzt z.B. die Krankenkasse sagen würde, wenn ich jetzt zweimal am Tag putze, bekomme ich einen Vorteil, dann würde ich das schon machen und mich auch motivieren.“(P3)

An dieser Aussage von P3 wird deutlich, was Petrlic mit seiner bereits in 2.4 erwähnten Äußerung, dass derartige Versicherungstarif-Systeme einen „ökonomischen Anreiz zur fremdbestimmten Selbst-Überwachung“ liefern, meint.²¹⁴ Ihm zufolge seien der zukünftigen Steuerung von Nutzenden durch Quantified Self-Daten keine Grenzen gesetzt.²¹⁵

P2 geht sogar so weit, in derartigen Anreizsystemen ein heldenhaftes Verhalten auf Seiten der Versicherungen zu erkennen:

„Ja, der Mensch ist ja... Letztendlich wie Tiere auch nach einem Belohnungssystem schon funktionieren. Ich glaube schon, dass das wirklich motivierend ist und unsere Gesellschaft gerade hier in Europa und den USA wirklich ein Problem hat, was Übergewicht und die nachfolgenden Erkrankungen betrifft. Das ist ohne Frage. Und von daher kann man da auch, ich sag mal, wirklich was Heldenhaftes dahinter sehen, dass die Versicherungen versuchen, da gegenzusteuern. Von daher, grundsätzlich das der positive Aspekt.“(P2)

Schließlich wirft P6 noch eine Idee auf, wie die Daten in der Werbeindustrie genutzt werden könnten:

„Also das ist jetzt nur ein Beispiel, aber das könnte ich mir gut vorstellen, dass, wenn das mein Laufen immer trackt. Dann könnte ja irgendein Unternehmen so im Hintergrund sagen: So, jetzt sind 800 Kilometer rum, jetzt schicke ich mal ein Angebot für neue Laufschuhe. Oder wenn ich jetzt zum Beispiel regelmäßig ein Yoga-Training aufzeichne, dann schicke ich jetzt halt mal regelmäßig irgendwie, das könnte man ja sicherlich auch in irgendeine App integrieren, Werbung für Yoga-Klamotten.“(P6)

²¹⁴ Vgl. Petrlic 2016, S. 96.

²¹⁵ Vgl. ebd.

Wenngleich alle Proband:innen sich in verschiedenen Aussagen einer Ökonomisierung ihrer Daten gegenüber aufgeschlossen zeigten, meldeten die meisten gleichzeitig auch Bedenken und Sorgen über mögliche Folgen an. Auf derartige Aussagen wurde der Text mit der Unterkategorie ‚Ökonomisierung von Daten: Skepsis‘ untersucht.

So erklärte beispielsweise P2, die einige Sätze zuvor noch von der heldenhaften Intention der Versicherungsunternehmen sprach, dass sie sich gleichzeitig Sorgen darüber mache, wo die Entwicklung eines derartigen Systems hinführen könnte:

„Aber ich finde dann schwierig, das noch zu stoppen. Weil dann müsste ja dann auch rein, zum Beispiel, wenn ich ein Gen habe für Brustkrebs oder so, dann ist das auch erfasst. Ja dann kann ich mich vielleicht gar nicht mehr versichern lassen, oder nur sehr hoch noch. Das finde ich eben tatsächlich so ein bisschen kritisch mit den Daten, was die Gesundheit betrifft und den Krankenversicherungen. Ja, da bin ich dann letztendlich unter dem Strich trotzdem eher dagegen, weil ich ein bisschen Sorge hätte, dass dann etwas ins Rollen kommt, was dann nicht mehr aufzuhalten ist. Und dann wirklich kritisch wird, genau.“ (P2)

Aus dieser Aussage geht auch die Sorge um die Belange von jenen mit gesundheitlichen Problemen und die möglichen Auswirkungen eines solchen weitergedachten Versicherungssystems hervor. Wie unter 2.4 bereits ausgeführt, führen auch Vertreter:innen von Politik und Netzaktivist:innen hier Bedenken an. So sieht beispielsweise auch Nocun in derartigen individualisierten Versicherungstarifen die Gefahr einer Aushöhlung des Solidaritätsprinzips.²¹⁶

Auch P3 und P6 sehen dies kritisch. P6 zufolge müsste darauf geachtet werden, dass weniger aktiven Personen durch ein derartiges System keine „üblen Nachteile“ entstehen:

„Und das andere ist natürlich auch in einer gewissen Weise muss man halt auch gucken, also, jetzt nicht für eine Person, persönlich. Sondern halt insgesamt in der Gesellschaft, wenn tatsächlich nachher diese Sachen genutzt werden, zum Beispiel auch von den Krankenkassen, ja. Dann muss man natürlich gucken, dass da nicht manche Leute davon üble Nachteile haben, die jetzt vielleicht nicht so aktiv sind, ja.“ (P6)

Auch P4 sieht diese Gefahr und erkennt, dass die Unternehmen eine derartige Praxis nicht aus einem Selbstzweck heraus betreiben. Vielmehr würden diese ihre eigenen Ziele mit dem Sammeln von Daten verfolgen wollen:

²¹⁶ Vgl. Nocun 2018b.

„Na ja guck mal hier der Dickie. Der ist übergewichtig. Der hat hier ziemlich hohe Herzfrequenzen. Da müssen wir dem mal den Beitrag erhöhen, weil der in eine Risikogruppe reinfällt oder sonstige Sachen. Na ja, da wäre ich vorsichtig mit dann. [...] Weil die wollen natürlich ihren Nutzen daraus ziehen. Die machen ja nicht so einen Quatsch einfach so, sondern die haben sich ja was dabei überlegt, was die mit den Daten machen.“(P4)

Und er erklärte ferner:

„Ich glaube da ziehen die schon ihre Gewinne draus. Sonst würden die das ja nicht machen.“(P4)

Die Auswertung der Ergebnisse zeigt, dass die Proband:innen der Ökonomisierung von Daten durch Versicherungen einerseits zwar grundsätzlich sehr aufgeschlossen sind, viele sich zu einer Teilnahme bereit erklären und sich Vorteile davon versprechen. Andererseits sind viele der Befragten sich jedoch auch etwaiger Nachteile und Gefahren, die eine fortschreitende Entwicklung hin zu einem individualisierten, datengetriebenen Versicherungsmodell mit sich bringen könnten, bewusst.

Hauptkategorie Technologie

Die Hauptkategorie ‚Technologie‘ umfasst Ergebnisse, die im Zusammenhang mit genutzten technischen Instrumenten und Verhaltensweisen im Rahmen der digitalen Aufzeichnung von Körperdaten stehen. Da alle Unterkategorien dieser Hauptkategorie induktiv entwickelt wurden, dient sie in erster Linie nicht der Beantwortung der Forschungsfrage oder der Hypothesen, sondern hält nennenswerte Ergebnisse der qualitativen Befragung, die darüber hinausgehen, fest. Da zu den folgenden Kategorien in Kapitel 2 noch keine theoretischen Grundlagen beschrieben wurden, folgt zu Beginn jeder Unterkategorie eine kurze theoretische Einführung.

Gamification

Während der Codierung der Tiefeninterviews ließ sich feststellen, dass Proband:innen wiederholt Verhaltensweisen erwähnen, die im Zusammenhang mit Gamification stehen. Folglich wurden die Interviews induktiv nach der Kategorie Gamification codiert.

Gamification lässt sich als „use of video game elements in non-gaming systems to improve user experience“²¹⁷ definieren. Bildl betont, dass Gamification im Zusammenhang mit Quantified Self vorwiegend zum Zwecke einer angenehmeren und unterhaltsame-

²¹⁷ Deterding et al. 2011, S. 2425.

ren Sammlung von Daten durch den Einsatz spielerischer Elemente Anwendung findet.²¹⁸ Alle sechs Proband:innen sprachen während ihrer Interviews mindestens einmal Gamification-Effekte an und empfanden die spielerischen Elemente der Anwendungen vorwiegend positiv.

Bildl unterscheidet verschiedene Methoden der Gamification. Hierzu zählen die Selbstrepräsentation durch Avatare in virtuellen Welten, Feedback, Abzeichen und Trophäen, Kommunikation, Ränge und Levels sowie Zeitdruck.²¹⁹ Zu jeder der Kategorien sind zutreffende Aussagen von Proband:innen vorzufinden. Vor allem bei P2 ist in diesem Zusammenhang festzuhalten, dass sieben ihrer Aussagen mit Gamification in Verbindung gebracht werden können.

Als Avatare sind in gamifizierten Quantified Self-Anwendungen Figuren zu verstehen, welche die Spielenden in einer virtuellen Welt repräsentieren. In einigen Anwendungen ist es zusätzlich möglich, den Avatar nach individuellen Vorstellungen zu gestalten, mit diesem verschiedene Levels zu erreichen und Challenges zu absolvieren sowie im Laufe der Zeit eine emotionale Bindung aufzubauen, was sich positiv auf die Nutzungsmotivation der Anwendung auswirkt.²²⁰ In diesem Zusammenhang beschrieb P2 das eigene Empfinden über Avatare im Vergleich zu einer Freundin:

„Zum Beispiel mit Zwiift, und dass da so ein Avatar läuft... Findet sie spooky, hat sie gesagt. Das findet sie irgendwie unheimlich. Ich weiß nicht, was daran unheimlich ist. Ich finde das super. Mich stört das überhaupt nicht, dass da so ein Avatar läuft, und dass ich das bin. Ich finde das echt eine super Erfindung.“ (P2)

Durch die zweite Methode der Gamifizierung, das Feedback, werden Nutzer:innen durch die Anwendung regelmäßig über Fortschritte informiert. Um motivierende Anreize zu schaffen, wird in der Regel stets positives Feedback vermittelt.²²¹ P3 scherzte zu dieser Art der Gamification:

„Die App stellt es schon clever an mir zu vermitteln, wie toll ich abnehme oder Ähnliches oder halt einfach immer das Positive mir zu zeigen.“ (P3)

Eine weitere Methode der Gamification stellt die Belohnung von Usern mittels Abzeichen oder Trophäen dar. Nachdem Anwender:innen Herausforderungen erfolgreich gemeistert oder bestimmte vorgegebene oder selbst festgelegte Ziele erreicht haben, werden diese durch virtuelle Trophäen honoriert. Nach Bildl erzeuge dies ein Gefühl des

²¹⁸ Vgl. Bildl 2014, S. 5.

²¹⁹ Vgl. ebd., S. 6–7.

²²⁰ Vgl. ebd., S. 6.

²²¹ Vgl. ebd.

Stolzes für die Person, die etwas erreicht hat.²²² In der quantitativen Befragung gaben in diesem Zusammenhang 27% der Befragten an, dass sie durch dieses Feature zufriedener gestimmt seien.

Als Beispiel einer erfolgreichen Wirkung der Gamification durch Trophäen dient folgende Aussage von Probandin 5:

„Und zudem kann man bei Strava auch so bei Challenges mitmachen, quasi so monatliche Läufe, wie fünf Kilometer, zehn Kilometer, und dann bekommt man quasi so eine digitale Trophäe dafür, und, das ist schon, also ich meine das ist schon ein kleiner Ansporn, wenn man dann quasi sagt so, jetzt geh ich zehn Kilometer laufen, und dann kriegst du da deinen digitalen Pokal dafür (lacht) und dann ist das schon auch ganz nett (lacht wieder).“ (P5)

Die Gamification-Methode Kommunikation weist Überschneidungen mit den bereits beschriebenen Kategorien ‚Teilen und Vergleichen‘ sowie ‚Soziale Teilhabe‘ auf. Hierbei erhalten Anwender:innen die Möglichkeit, über die Plattform mit weiteren befreundeten, jedoch auch teils fremden Nutzer:innen für einen Austausch oder Vergleich in Kontakt zu treten.²²³ Auch hier beschrieb P2 eine passende Beobachtung:

„Ist grad bei Zwift, ist das total international. Du siehst Leute aus Südafrika, Asien, dann ist da ein Australier oder dann... Keine Ahnung, Holländer [...]“ (P2)

Häufig können Nutzer:innen durch die Durchführung diverser Herausforderungen, wie das Erreichen eines Schritt- oder Kalorienverbrauch-Ziels, Punkte sammeln und so über eine gewisse Zeitspanne hinweg verschiedene Level meistern. Durch Ränge und Levels können Anwender:innen auf diese Weise eigene Fortschritte in der Anwendung dokumentieren.²²⁴ P4 ist sich der durch die Gamification verursachten Anreize bewusst:

„Es gibt aber da von der App selbst so kleine, äh, Anreize, äh, dass es heißt: Du hast jetzt 1.000.000 Schritte geschafft, oder 2.000.000 Schritte oder du bist jetzt 500 Kilometer Fahrrad gefahren, in der ganzen Zeit, wo du die App nutzt. Das sind so kleine Points, die du erreichen kannst, da kriegst du jetzt aber speziell nichts für zurück, dass du da irgendwie Prämien oder sowas bekommst. Das ist einfach so ein kleiner Anreiz für dich, bisschen mehr zu machen.“ (P4)

²²² Vgl. Bildl 2014, S. 6.

²²³ Vgl. ebd., S. 6–7.

²²⁴ Vgl. ebd., S. 7.

Auch das Hervorrufen von Zeitdruck durch die Quantified Self-Anwendung stellt eine Methode der Gamification dar. Beispielweise werden Nutzer:innen mittels Push-Nachrichten an eigens gesetzte oder durch das zum Tracking verwendete Gerät vorgegebene Ziele erinnert.²²⁵ Proband 4 beschrieb passend zur Gamification Methode ‚Zeitdruck‘:

„[...] ich bin schon einerseits positiver, dass ich doch für mich ein bisschen was mache und einfach, äh, die Erinnerung bekomme: Hier, du (pfeift). Jetzt aber mal kurz raus, ne?“ (P4)

In Anbetracht der Tatsachen, dass einerseits alle Proband:innen mindestens einmal während ihrer Interviews positiv über verschiedene Formen von Gamification sprachen sowie zum anderen, wie in der quantitativen Studie nachgewiesen, der Einsatz von Abzeichen oder Trophäen bei knapp einem Drittel der Befragten zu einer erhöhten Zufriedenheit führt, lässt sich zusammenfassend festhalten, dass sich der Einsatz von Gamification positiv auf die Nutzung von Quantified Self-Anwendungen auswirkt.

Virtualisierung

Der Philosoph Gilles Deleuze entwickelte 1992 den Schlüsselbegriff des ‚Virtuellen‘, womit er einen ontologischen, unbestimmten Zustand definiert, der sich von der gegenwärtig wahrgenommenen, äußeren Realität unterscheidet:

„die Realität einer Vergangenheit, die als real vom Möglichen und als vergangene vom Aktuellen (gegenwärtig Realen) unterschieden ist. Damit darf das ‚Virtuelle‘ nicht mit dem Möglichen, aber auch nicht mit einer ‚Als-ob-Realität‘ oder mit dem bloß Fiktiven verwechselt werden“²²⁶

Mehr als Fiktionalität bezeichnet das Virtuelle also einen anderen Zustand eines tatsächlich existenten Sachverhaltes oder Gegenstandes. Unter dem konkreten Begriff ‚Virtualisierung‘ bezeichnet Deleuze die

„Auflösung bzw. das Problematisch- und Produktivwerden bestimmter Identitätsstrukturen und das Auftauchen einer Serie von unbestimmten Differenzen [...] – analog zu Foucaults événementialisation“²²⁷

Es geht also in der Virtualisierung um die Ereignishaftigkeit von Momenten, die sich auch auf die Darstellung von aufgezeichneten Aktivitäten beziehen lassen. 2018 befasst

²²⁵ Vgl. Bildl 2014, S. 7.

²²⁶ Beuthan 2020, S. 231.

²²⁷ Ebd.

ten sich Attig und Franke in der Studie *I Track, Therefore I Walk – Exploring the Motivational Costs of Wearing Activity Trackers in Actual Users*²²⁸ mit der Frage, ob die Motivation zu sportlicher Tätigkeit sinkt, sobald Trackende ihr Aufzeichnungsgerät nicht mit sich führen und sich die Gelegenheit bietet, sportlich aktiv zu werden. Dies äußert sich beispielsweise in der bevorzugten Nutzung eines Fahrstuhls gegenüber einer Treppe, sobald das zum Tracking verwendete Gerät nicht in Benutzung ist. Beobachtungen der Studie weisen nach, dass die Proband:innen dazu neigten, ohne die Aufzeichnung der eigenen Körperdaten auch eine geringere Motivation zu körperlichen Aktivitäten zu zeigen.²²⁹

Auch in den im Rahmen dieser Arbeit durchgeführten Interviews konnten bei drei der sechs interviewten Personen ähnliche Verhaltensweisen festgestellt werden. In der induktiv entwickelten Kategorie ‚Virtualisierung‘ werden folglich Aussagen erfasst, in welchen Proband:innen der virtuellen Aufzeichnung und Speicherung der eigenen Körperdaten einen höheren Stellenwert zurechnen als der realen Durchführung körperlicher Aktivitäten.

Dies führt zu einem dazu, dass Proband:innen zu zusätzlichen sportlichen Aktivitäten beeinflusst werden, wenn das zum Tracking verwendete Gerät in Nutzung ist. So stellte P1 fest:

„Aber ich, ehrlich gesagt, ich laufe gerne auch dreimal die Treppe runter in den Keller. (lacht) Habe ich immer im Hinterkopf: Ich mache ja noch Schritte.“(P1)

Andererseits kann sich die Virtualisierung auch negativ auswirken. So führt ein vergessenes Aufzeichnen der eigenen Körperdaten bei P2 zu Ärger:

„Also wenn ich Sport mache ist es fast... Also sagen wir mal anders herum, wenn das jetzt, ich sag mal, ich würde das irgendwie vergessen anzuschalten, ähm, das wäre eher... Also würde mich zumindest kurzfristig, vielleicht nicht lange, aber kurzfristig ärgern. Mensch, warum habe ich das nicht angeschaltet.“(P2)

Zudem festigte P2 den höheren Stellenwert der virtuellen Aufzeichnung über die tatsächliche sportliche Betätigung mit folgender Aussage:

„[...] alles was nicht auf Strava ist, ist auch nicht gewesen, sozusagen...“(P2)

Zudem kann mittels der Kategorie Virtualisierung festgestellt werden, dass bei Proband:innen eine erhöhte Bereitschaft vorliegt, die Geräte dauerhaft bei sich zu tragen.

²²⁸ Attig und Franke 2019, S. 221–224.

²²⁹ Vgl. ebd., S. 211–224.

Dies deckt sich ebenfalls mit Ergebnissen der quantitativen Studie. Hier gaben 64% der befragten Proband:innen an, ihr Gerät dauerhaft bei sich tragen. Folgendes Zitat eines Interviews zeugt von der Bereitschaft zur dauerhaften Aufzeichnung von Tracking-Geräten:

„Und, wie gesagt, das Handy hat mich immer so ein bisschen gestört dann, weil ich es halt immer mitnehmen musste, und so hast du halt wirklich auch die Garantie, dass die Uhr halt alles trackt. Also, das ist jetzt nicht unbedingt notwendig, aber wenn du jetzt zum Beispiel... Wenn ich jetzt aufstehe und auf die Toilette gehe und wieder zurücklaufe, dann trackt der da halt auch die Schritte. Und da würde ich jetzt zum Beispiel mein Handy, zumindest mal in der Regel, nicht unbedingt mitnehmen.“ (P6)

Als interessantes Gegenbeispiel ist an dieser Stelle eine nicht durch Virtualisierung beeinflusste Aussage von P3 zu nennen. Dieser zeichnet mit seinem Tracking-Gerät, einer Smartwatch, keine Trainings auf. Auf die Nachfrage, wieso, äußerte P3 Folgendes:

„Also so beim Basketball oder Football bringt es mir nichts. Da würde die Uhr ja vielleicht auch kaputt gehen. Schwimmen oder so geh ich halt nicht. Und joggen wie gesagt tu ich nur sehr selten und da mache ich sie manchmal auch gar nicht dran.“ (P3)

Ergänzend ist in diesem Zusammenhang ein Ergebnis der Studie von Attig und Franke zu nennen, welche feststellen, dass intrinsisch zum Tracking motivierte Nutzer:innen weniger dazu neigen, sich ohne Tracker weniger sportlich aktiv zu verhalten, als extrinsisch motivierte Anwender:innen.²³⁰

Personifizierung von Technik

Während der Codierung der Interviews wurde wiederholt festgestellt, dass alle sechs befragten Proband:innen dazu neigen, ihren trackenden Smart Devices anthropomorphe Eigenschaften zuzuschreiben. In diesem Zuge wurde die induktive Kategorie ‚Personifizierung von Technik‘ erstellt.

Anthropomorphismus bezeichnet die Vermenschlichung von Objekten und wird durch Epley beschrieben als „the tendency to imbue the real or imagined behavior of nonhuman agents with humanlike characteristics, motivations, intentions, or emotions.“²³¹

Epley begründet dieses Handeln der Menschen nach drei Determinanten. Eine Determinante beschreibt den Anthropomorphismus mit dem Bedürfnis der Menschen nach sozialem Kontakt und Zugehörigkeit, auch ‚Affiliation‘ genannt. Die zweite Determinante,

²³⁰ Vgl. Attig und Franke 2019, S. 211–224.

²³¹ Epley, Waytz und Cacioppo 2007, S. 864.

‚effectance motivation‘, begründet sich nach dem Drang der Menschen, das Verhalten ihrer Umwelt zu erklären und vorhersagen zu können, um so Angst vor Unvorhersehbarem zu vermeiden. Durch den Einsatz einer Vermenschlichung nicht lebendiger Gegenstände können Menschen somit eine vermeintlich vorhersehbare Sachlage erzeugen. Determinante drei beleuchtet, dass verschiedene leblose Gegenstände Verhaltensweisen aufzeigen können, welche Menschen mit eigenem, gespeichertem Wissen assoziieren und somit zu einem Vermenschlichen der Gegenstände neigen.²³²

Alle Proband:innen sprachen von ihren Geräten vorwiegend als sprechende Instanz sowie als ‚er‘ oder ‚sie‘:

„Dann sagt er mir halt wie viele Kalorien ich angeblich verbraucht habe.“
(P2)

P1 und P6 empfanden die zur Aufzeichnung genutzte Anwendung als persönliche:n Helfer:in, welche:r den eigenen Trainingsfortschritt begleitet.

„[...] und diese App stellt mir so etwas zusammen. Und sagt dann auch gleich, ob es eine schwere Tour ist, oder leicht.“(P1)

„Also das kannst du auch machen, aber erstmal zeigt der das nur absolut, also er sagt halt okay, da warst du jetzt so und so schnell, da warst du so und so schnell, aber du kannst das dann auch, wenn du möchtest, vergleichen und kannst dann halt sagen okay, war ich jetzt halt schneller oder langsamer“(P6)

Auch einige negative personifizierte Äußerungen fielen während der Interviews, vermehrt wurde von einem „Maulen“ oder „Meckern“ der Geräte gesprochen:

„[...] die putzt in verschiedenen Stufen und Geschwindigkeiten und äh meckert, wenn man zu fest drückt und ja.“(P3)

„Und ständig hat der da irgendwie rumgemault und gemacht und getan...“
(P4)

Die anthropomorphen Zuschreibungen von trackenden Geräten der Proband:innen sind vor allem auf die dritte Determinante Epleys zurückzuführen. Weil die Quantified Self-Anwendungen teils menschliche Züge aufweisen, wie regelmäßige textuelle Erinnerungen oder Hinweise bei Fehlverhalten, neigten die Interviewten dazu, ihre Geräte zu personifizieren. Anbietende von Produkten und Services bauen bei der Produktentwicklung unter anderem bewusst menschliche Design-Elemente und Verhaltenszüge ein.²³³ Vor

²³² Vgl. Epley, Waytz und Cacioppo 2007, S. 864–867.

²³³ Vgl. Herrmann und Huber 2013, S. 18.

allem P3 scheint sich jedoch den menschlichen Anweisungen seiner Anwendung bewusst zu widersetzen:

„Die Uhr sagt dann auch, ich soll mal mehr trinken oder eher ins Bett. Da denkt man vielleicht ab und zu mal drüber nach, aber im Endeffekt setze ich es dann doch nicht um (lacht).“ (P3)

„Ja. Da hilft es auch nicht, wenn die App sagt, ich soll mich drauf stellen. Irgendwie will ich mich dann nicht drauf stellen.“ (P3)

Da die Kategorien Gamification, Virtualisierung und Personalisierung von Technik induktiv entwickelt wurden, sind diese nicht in der quantitativen Forschung dieser Studie inbegriffen und bieten über diese Arbeit hinaus noch Ansatzpunkte für weitere Forschung.

5.3. Diskussion

Die Ergebnisse der qualitativen Tiefeninterviews decken sich in vielen Bereichen sehr gut mit den Erkenntnissen aus der quantitativen Onlinebefragung. Es konnten interessante Resultate zu den Hintergründen des Self-Trackings gewonnen werden, welche die Ergebnisse der Onlinebefragung noch einmal in ein anderes Licht rücken. In einigen Teilbereichen lassen sich hingegen auch Unterschiede zwischen den Antworten der Teilnehmer:innen der quantitativen Studie und den Einschätzungen der Proband:innen aus den qualitativen Interviews feststellen. Außerdem wurden einige Facetten zum Self-Tracking neu entdeckt, die Raum für zukünftige Forschung bieten.

Im Bereich Nutzungsmotive für das Self-Tracking nahm das Teilen und Vergleichen bei den Interviewten einen recht hohen Stellenwert ein. Bei der Onlinebefragung spielte das Thema dagegen eine eher untergeordnete Rolle. Dieser Unterschied kann zufällig sein. Auch möglich ist allerdings, dass das Teilen und Vergleichen von Körperdaten bisher sozial wenig akzeptiert ist und deshalb seltener angegeben wurde, dass der Vergleich mit anderen motivierend wirken kann.

Auch im qualitativen Teil war die Verbesserung der eigenen Fitness und Gesundheit ein starker Motivator. Darüber hinaus die Erlangung eines besseren Verständnisses für den eigenen Körper, insbesondere beim Aufzeichnen des Schlafverhaltens, was als möglicher Schritt zur Minimierung des menschlichen Kontrollverlustes gedeutet werden kann. Das Interesse an der Tracking-Technologie motivierte nur manche Proband:innen zum Self-Tracking, allerdings legten sich nahezu alle im Laufe der Zeit seit Beginn der Aufzeichnung ihrer Daten weitere Tracking-Geräte zu. Der Überblick über die eigenen Aktivitäten war den Interviewpartner:innen insgesamt weniger wichtig als den Teilneh-

mer:innen der quantitativen Studie. Aber auch hier zeigte sich vereinzelt eine Verschmelzung von Self-Tracking und Lifelogging, wenn Tracking-Apps als digitales Tagebuch genutzt wurden.

Die hohe Relevanz des sozialen Austausches im Zusammenhang mit Self-Tracking, welcher über das reine Teilen und Vergleichen hinausgeht, war durchaus überraschend. Hier dürfte die Pandemiesituation während der Studie einen starken Einfluss gehabt haben. Die Zukunft wird zeigen, inwiefern bei Nutzer:innen von Self-Tracking-Lösungen auch nach dem Lockdown die Bereitschaft zum digitalen Austausch gegeben ist. Die Ergebnisse der Tiefeninterviews zeigten zudem, dass Nutzer:innen nicht nur intrinsisch zur Erreichung von sportlichen und gesundheitlichen Zielen motiviert sein können, sondern dass auch eine extrinsische Motivation durch die Tracking-Geräte zur Zielerreichung entstehen kann.

Ebendiese Zielerreichung konnte zusätzlich als wichtigster Faktor einer Steigerung der Zufriedenheit der Nutzer:innen beobachtet werden. Hier wurden besonders die Beobachtung eines Anstiegs der eigenen Leistung, sowie der Einfluss auf alltägliche Praktiken als positiv bewertet. Vereinzelt wurde festgestellt, dass durch die Auseinandersetzung mit den eigenen Körperdaten auch Gefühle der Unzulänglichkeit entstehen können. Überwiegend wurde jedoch deutlich, dass die Bewertung der eigenen Zufriedenheit nicht maßgeblich von Self-Tracking-Technologien abhängig ist. Dies ist darauf zurückzuführen, dass die Bewertung von Glück, wie eingangs erwähnt, stets subjektiv ist.

Auch die Datenschutzabwägungen der Nutzer:innen sind von deren subjektiver Einschätzung bezüglich der Sensibilität der von ihnen erhobenen Daten abhängig. Je weniger sensibel sie diese Daten einschätzten, desto weniger Gedanken machten sie sich zum Thema Datenschutz. Interessant in diesem Zusammenhang ist, dass das Teilen von persönlichen Fotos für die Nutzer:innen eher eine rote Linie darstellte als das Teilen von Körperdaten. Deren Verhalten passten die Interviewpartner:innen nur in wenigen Fällen aufgrund von Datenschutzabwägungen an. In diesem Zusammenhang wurde auch das Privacy Paradoxon bestätigt.

In mehreren Interviews wurde eine gewisse Resignation bezüglich des Themas Datenschutz aufgedeckt. Die zunehmende Anzahl an Möglichkeiten zur Erfassung von persönlichen Daten im Zuge der Digitalisierung, bewirkte bei den Nutzer:innen, dass sie aufhörten, sich mit dem Schutz ihrer Daten zu beschäftigen. Außerdem überwiegte bei den Anwendenden meist deren Wille zur Nutzung bestimmter Technologien und Anwendungen gegenüber deren Bedenken zur Datenverarbeitung, sodass sie nicht bereit dazu waren, die Datenschutzerklärungen der dahinterstehenden Unternehmen zu lesen. Demnach herrschte auch in der qualitativen Untersuchung insgesamt ein geringes Bewusstsein darüber, ob und in welcher Weise Körperdaten weiterverarbeitet werden.

Die Meinungen zur Ökonomisierung von Daten durch Krankenkassen und Versicherungen waren zwiespältig. Zwar zeigten sich die Interviewpartner:innen grundsätzlich zur Weitergabe bestimmter Gesundheitsdaten bereit, sofern sie dadurch eine Prämie oder einen anderen Vorteil erhalten. Allerdings äußerten sie hier auch Zukunftsbedenken und warnten vor möglichen gesellschaftlichen Problemen, wie etwa der finanziellen Bestrafung von weniger gesund lebenden Menschen oder chronisch Kranken.

Schlussendlich deckten die qualitativen Interviews auch neue Aspekte in Zusammenhang mit den genutzten Technologien und Verhaltensweisen beim digitalen Tracking auf, die unter den Themen Gamification, Virtualisierung und Personifizierung von Technik zusammengefasst wurden. Den Einsatz von spielerischen Elementen beim Self-Tracking empfanden die Interviewpartner:innen als angenehm. Gamification scheint sich positiv auf das Nutzungserlebnis beim digitalen Tracking von Körperdaten auszuwirken.

Mehrere Interviewpartner:innen sprachen den Errungenschaften im virtuellen Raum eine höhere Bedeutung zu als den Leistungen in der realen Welt. In diesem Zusammenhang konnte auch eine mögliche Gefahr für psychische Abhängigkeiten von digitalen Self-Tracking-Technologien erkannt werden. Schlussendlich neigten alle Interviewpartner:innen dazu, deren Geräte und Anwendungen für das Self-Tracking zu personifizieren. Dies ist wohl dadurch zu erklären, dass die Systeme häufig menschliche Züge aufweisen, beispielsweise mittels der Integration von virtuellen Fitnesscoaches.

6. Kritische Reflexion der Studie

In diesem Abschnitt werden das methodologische Vorgehen im Rahmen dieser Studie kritisch reflektiert sowie Limitationen dieser Arbeit aufgezeigt.

6.1. Diskussion der Untersuchungsdurchführung

Hinsichtlich der quantitativen Onlinebefragung ist kritisch anzumerken, dass in der Verbreitung des Umfrage-Links zur Rekrutierung von Teilnehmenden teils inhaltlich unterschiedliche Anschreiben verwendet wurden. So wurden beispielsweise über eine E-Mail, welche über einen Hochschulverteiler versandt wurde, im Text explizit jene Studierenden zur Teilnahme aufgefordert, welche bereits Schritte, Kalorienverbrauch, Puls oder Ähnliches mit Smartphone, Smartwatch oder Fitnesstracker aufzeichnen. In anderen Anschreiben wurde dagegen lediglich zum Mitmachen aufgefordert und allgemein das Thema genannt. Die Stichprobe erfolgte selbstselektiv, da die Empfänger:innen der Nachrichten frei entscheiden konnten, ob sie an der Umfrage teilnehmen wollen oder nicht. Es ist daher davon auszugehen, dass die Empfänger:innen der oben beschriebenen

hochschulinternen E-Mail, die zu diesem Zeitpunkt kein Self-Tracking betrieben, in geringerem Maße an der Umfrage teilnahmen. Dagegen könnten Nicht-Trackende, welche die allgemeiner formulierte Nachricht erhielten, trotzdem an der Umfrage teilgenommen und die Frage F2 nach den Gründen für die Nicht-Aufzeichnung beantwortet haben. Nachdem der Fokus dieser Forschungsarbeit auf den Motiven und Einstellungen der Self-Tracking-Betreibenden lag, wirkt sich dieser Umstand jedoch nicht übermäßig negativ auf die Qualität der diesbezüglich gewonnenen Erkenntnisse aus.

Es ist dennoch zu beachten, dass sowohl die quantitative Onlinebefragung als auch die qualitativen Interviews in erster Linie auf Personen ausgerichtet waren, die zum Zeitpunkt der Erhebung Self-Tracking betrieben. Vernachlässigt wurden Personen(-gruppen), die ihre Körperdaten nicht oder nicht mehr aufzeichnen. Insbesondere die Gruppe der ehemals Trackenden hätte hinsichtlich der Frage nach den Auswirkungen des Self-Tracking auf das eigene Glücksempfinden noch weitere Einsichten liefern können. Die Befragung von Nicht-Trackenden im Rahmen von Tiefeninterviews hätte außerdem weitere Erkenntnisse zu Beweggründen des Nicht-Trackens, sowie zur Rolle von etwaigen Datenschutzerwägungen in diesem Zusammenhang, hervorbringen können.

Wie in [5.1](#) dargelegt, wurden die Tiefeninterviews im Dezember 2020 aufgrund der Umstände der Covid-19-Pandemie über Videokonferenz-Programme, wie Zoom oder Skype, durchgeführt und aufgezeichnet. Dies lief weitgehend reibungslos. Während der Gespräche kam es zu keinen Verbindungsabbrüchen oder anderweitigen technisch bedingten Störungen. Diese Form der Interviewführung bot den Vorteil, dass die Proband:innen sich in ihrem Zuhause in einem vertrauten Umfeld aufhielten und externe Effekte durch eine für den Befragten fremde Umgebung verhindert werden konnten. Jedoch können auch im heimischen Kontext Störungen auftreten und das Ergebnis beeinflussen, wie beispielsweise im Fall von P4 geschehen, als dessen Partnerin unerwartet den Raum betrat, in welchem er das Interview führte und er in Folge kurzzeitig abgelenkt und irritiert war. Nichtsdestotrotz konnten die Online-Interviews anhand des Leitfadens gut durchgeführt und umfangreiche Antworten gewonnen werden.

Mit dem Mixed-Methods-Ansatz wurde das Ziel verfolgt, die jeweiligen Stärken von quantitativen und qualitativen Forschungsansätzen zu nutzen. Durch die quantitative Onlinebefragung sollte auf Basis einer großen Fallzahl ermittelt werden, ob und inwieweit die im Vorfeld aufgestellten Hypothesen bestätigt werden können. Mit den qualitativen Interviews sollten die Erkenntnisse aus der Onlinebefragung um Antworten auf die Fragen nach dem wie und warum ergänzt werden. Dies gelang rückblickend sehr gut. So lieferten die Ergebnisse der Interviews beispielsweise Erklärungsansätze dafür, weshalb der Großteil der online Befragten angab, sich schlecht über die Datenverarbeitung bei der digitalen Erfassung von Körperdaten informiert zu haben oder wie genau und warum Nutzende ihre Körperdaten mit Familie, Freunden und der Öffentlichkeit teilen.

Jedoch hätte die Arbeit noch stärker von der Kombination der beiden verschiedenen Ansätze profitieren können, wären die quantitative Onlinebefragung und die qualitativen Interviews sequenziell, also nacheinander und aufeinander aufbauend und nicht parallel erfolgt. So hätte man beispielsweise die Erkenntnisse aus den qualitativen Interviews nutzen können, um im quantitativen Teil auch zuvor nicht bedachte Aspekte, wie die Bedeutung von Gamification und Virtualisierung oder Phänomene wie die Personalisierung von Technik im Kontext von Self-Tracking, näher zu untersuchen. Umgekehrt hätte man in der Leitfadenerstellung und Interviewführung einzelne Aspekte, die in einer vorangegangenen quantitativen Befragung als besonders relevant oder bedeutend identifiziert wurden, noch detaillierter und tiefgreifender abfragen können. Dadurch, dass der zeitliche Rahmen zur Erstellung dieser Forschungsarbeit auf ein Studiensemester begrenzt war, konnte ein derartiger sequenzieller Mixed-Methods-Ansatz jedoch nicht verfolgt werden.

6.2. Limitationen

Zur gewissenhaften Interpretation der Ergebnisse dieser Studie sind an dieser Stelle einige Limitationen aufzuführen. Zunächst ist zu betonen, dass sich die vorliegende Arbeit vorwiegend auf das Tracking von Körperdaten in Bezug auf Fitness und physische Gesundheit bezieht. Das Aufzeichnen von mentalen Körperdaten Stimmungen oder Gefühlen wurde nicht weiter beleuchtet und bietet Ansatzpunkte für künftige Forschung.

Beide im Rahmen dieser Arbeit durchgeführten Studien müssen mit dem Wissen betrachtet werden, dass Teilnehmende vereinzelt Antworten gegeben haben könnten, welche nicht der Wahrheit entsprechen. Es ist zudem festzuhalten, dass die Proband:innen der beiden Studien vorwiegend aus dem persönlichen Umfeld der Verfassenden rekrutiert wurden, was gegebenenfalls zu Voreingenommenheit oder Verzerrungen führen könnte.

Die quantitative Studie lässt sich durch die willkürliche Auswahl der Stichprobe nicht als statistisch repräsentativ bezeichnen. Mit einer Verteilung der Geschlechter von zwei Drittel weiblich zu einem Drittel männlich und einem Altersmedian von 25, stellt diese kein realitätsgetreues Abbild der demographischen Struktur dar. Ein soziodemographischer Teilgruppenvergleich, welcher untersuchen soll, ob sich in der Beantwortung der Fragen relevante Unterschiede abhängig vom Alter, der Tätigkeit, oder dem Geschlecht der Befragten ergeben, wurde aufgrund der unterschiedlich großen und insgesamt zu geringen Stichprobengröße der Teilgruppen nicht durchgeführt.

Bezüglich der qualitativen Forschung ist zu ergänzen, dass der zeitliche Rahmen zur Erstellung dieser Forschungsarbeit auf ein Studiensemester begrenzt war. Dadurch bedingt konnten im Rahmen der qualitativen Forschung lediglich sechs Tiefeninterviews geführt werden.

7. Fazit & Ausblick

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Hypothesen der vorliegenden Arbeit weitestgehend bestätigt wurden. Bezüglich der Forschungsfrage ist Folgendes festzuhalten:

Als wichtigste Motivatoren konnten eine Verbesserung der eigenen Fitness und Gesundheit, die Neugierde sowie insbesondere im quantitativen Teil das Erlangen eines Überblickes über die eigenen Aktivitäten identifiziert werden. Außerdem stellte sich im qualitativen Teil der Studie die soziale Teilhabe, besonders im Hinblick auf die derzeitige Situation der Covid-19-Pandemie, als wichtiger Motivationsfaktor heraus.

Es zeigte sich, dass die überwiegende Mehrheit der Befragten sich nicht oder kaum mit dem Schutz der eigenen Daten im Zusammenhang mit Self-Tracking auseinandergesetzt hat. Im qualitativen Teil konnte herausgefunden werden, dass die Interviewten diese Auseinandersetzung von der eigenen Einschätzung des Grades an Sensibilität der jeweiligen Daten abhängig machen. Dabei war jedoch das eigene Verhalten häufig nicht an die Datenschutzabwägungen angepasst. Bezüglich der Weitergabe eigener Körperdaten an Krankenkassen waren die Haltungen der Befragten zwiespältig.

Eine Steigerung der Zufriedenheit durch das Aufzeichnen eigener Körperdaten konnte zudem bei einer Mehrheit der Befragten festgestellt werden. Dabei unterscheidet sich die Bewertung einer Zu- oder Abnahme der Gesamtzufriedenheit, abhängig vom persönlichen Verständnis des Glückes. Sowohl in der qualitativen als auch in der quantitativen Befragung äußerten die Befragten, dass eine Steigerung der Zufriedenheit durch Self-Tracking besonders durch das Verfolgen und Erreichen von Zielen erlangt werde.

Ein allgemeiner Anstieg des persönlichen Glücksempfindens durch das Aufzeichnen eigener Körperdaten konnte nicht festgestellt werden – ein Kausalzusammenhang, den das Credo ‚Tracke dich glücklich!‘ impliziert, ist somit an dieser Stelle nicht nachweisbar.

Weitere Erkenntnisse, welche durch die vorliegende Studie gewonnen werden konnten, stellen besonders die Aspekte Gamification von Self-Tracking, Personifizierung von Technik und Virtualisierung der eigenen Aktivitäten dar. Erneut stellt sich die Frage nach dem Verhältnis von Mensch und Technik, welches durch neue Technologien der digitalen Gesellschaft zunehmend eine Grenzverschiebung erfährt. Künftige Forschung wird sich ebenfalls mit dieser Frage auseinandersetzen müssen.

So könnten sich weitere Forschungsarbeiten einerseits mit der Frage nach dem medizinischen Nutzen des Self-Trackings befassen, wie mit den Auswirkungen auf das Selbstbild. Dabei sollten sowohl positive Aspekte, wie die Gesundheitsförderung, als auch mögliche Risiken, wie negative Auswirkungen auf das psychische Wohlbefinden durch den Druck zur Selbstoptimierung, berücksichtigt werden. Auch die Frage nach sozialer Teilhabe sollte tiefergehend erforscht werden. Im Hinblick auf aktuelle Entwicklungen

könnte beispielsweise hinterfragt werden, inwiefern sich die Nutzung und körperliche Aktivitäten nach Ende der Covid-19-Pandemie verändern werden. Auch die Konditionen und Auswirkungen von Bonusprogrammen der Krankenkassen, welche an die Körperdaten geknüpft sind, sollten im Hinblick auf soziale Gefüge und mögliche Veränderungen des Solidaritätsprinzips untersucht werden. Letztlich zeigen die Ergebnisse der vorliegenden Studie, dass auch eine Beachtung von Nicht-Trackenden wertvolle Erkenntnisse über Beschaffenheit, Gebrauch und Bewertung von Self-Tracking-Technologien liefern kann.

Es bleibt abzuwarten, welche Praktiken und Technologien des Self-Trackings in Zukunft entstehen und wie diese unsere zunehmend digitale Gesellschaft prägen und mitgestalten werden.

Literatur- und Quellenverzeichnis

- Agger, Ben (2011): iTime: Labor and life in a smartphone era. In: *Time and Society* 20, Nr. 1, S. 119–136.
- Amnesty International (2019): Allgemeine Erklärung der Menschenrechte, <https://www.amnesty.de/alle-30-artikel-der-allgemeinen-erklaerung-der-menschenrechte> (02.11.2020).
- AOK PLUS (2021): Das AOK PLUS-Bonusprogramm – Jetzt Prämie sichern!, <https://www.aok.de/pk/plus/inhalt/bonusprogramm/> (10.01.2021).
- Apple (o.J.a): Apple Watch, <https://www.apple.com/de/watch/> (10.01.2021).
- Apple (o.J.b): Health App, <https://www.apple.com/de/ios/health/> (05.01.2021).
- Attig, Christiane; Franke, Thomas (2019): I track, therefore I walk – Exploring the motivational costs of wearing activity trackers in actual users. In: *International Journal of Human-Computer Studies* 127, S. 211–224.
- Beuthan, Ralf (2020): Poststrukturalismus: Emanuel Levinas, Michel Foucault, Gilles Deleuze und Jacques Derrida. In: Zimmer, Jörg (Hrsg.): *Handbuch Ontologie*. Stuttgart: J.B. Metzler Verlag, S. 221–235.
- Bildl, Stefan (2014): Fun, Secure, Embedded – Advances in Embedded Systems Technical Report. In: *Advances in Embedded Interactive Systems*, S. 5–10.
- Bongiovi, Joseph R. (2019): The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power. In: *Social Forces* 98, Nr. 1, S. 1–4.
- Buck, Christoph; Kaubisch, Daniela; Eymann, Torsten (2016): Wer weiß was? – *Digitale Privatsphäre und App-Literacy aus Nutzerperspektive*. In: Nissen, Volker; Stelzer, Dirk; Straßburger, Steffen; Fischer, Daniel (Hrsg.): *Multikonferenz Wirtschaftsinformatik (MKWI) 2016 – Technische Universität Ilmenau, 09.–11. März 2016*. Ilmenau: Universitätsverlag, S. 391–402.
- Burzan, Nicole (2015): *Quantitative Methoden kompakt*. Konstanz, München: UVK Verlagsgesellschaft mbH mit UVK/Lucius.
- Chuah, Stephanie Hui-Wen et al. (2016): Wearable technologies: The role of usefulness and visibility in smartwatch adoption. In: *Computers in Human Behavior* 65, S. 276–284.
- Cuellar, Mariano-Florentino; Huq, Aziz Z. (2020): Book Review – Economies of Surveillance. In: *Harvard Law Review* 133, Nr. 4, S. 1280–1336.

- Deleuze, Gilles (2017): *Unterhandlungen – 1972–1990*. 6. Auflage. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Deterding, Sebastian et al. (2011): Extended abstracts on Human factors in computing systems. In: *CHI '11 Extended Abstracts on human factors in computing systems*, S. 2425–2428.
- Dresing, Thorsten; Pehl, Thorsten (2018): *Praxisbuch Interview, Transkription & Analyse – Anleitungen und Regelsysteme für qualitativ Forschende*. 8. Auflage. Marburg: Eigenverlag.
- Dröge, Kai (2020): Qualitative Interviews am Telefon oder online durchführen – Informationen für Studierende, <http://romanticentrepreneur.net/index.php/qualitative-interviews-am-telefon-oder-online-durchfuehren-informationen-fuer-studierende/> (15.02.2021).
- Duden (o.J.): Fitnessarmband, das, <https://www.duden.de/rechtschreibung/Fitnessarmband> (10.01.2021).
- Dworschak, Manfred (2015): Esoterik der Kurven. In: *Der Spiegel* (25.04.), Nr. 18, S. 111.
- Epley, Nicholas; Waytz, Adam; Cacioppo, John T. (2007): On seeing human: a three-factor theory of anthropomorphism. In: *Psychological review* 114, Nr. 4, S. 864–886.
- Evers, Jana; Tröster, Anja (2021): Die Vermessung des Ichs. In: *Reutlinger General-Anzeiger* (02./03.01.), S. 4–5.
- Flonk, Daniëlle (2021): Book Review: The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power. In: *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 27, Nr. 1, S. 284–286.
- Foucault, Michel (1977): *Discipline and punish – The birth of the prison*. London: Penguin Books.
- Foucault, Michel (2005): *Analytik der Macht*. Frankfurt a. M. Suhrkamp.
- Foucault, Michel (2012): *Der Gebrauch der Lüste. Sexualität und Wahrheit 2*. 14. Auflage. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Fraunhofer (o.J.): Smart Devices, https://www.iml.fraunhofer.de/de/abteilungen/b1/informationslogistik_und_assistenzsysteme/team_digitalisierung/Smart_Sensorik_Smart_Devices.html (05.01.2021).
- Garmin (o.J.): Vivofit 4, <https://buy.garmin.com/de-DE/DE/p/582444/pn/010-01847-11> (18.02.2021).

- Gartner (2019): Gartner Says Global End-User Spending on Wearable Devices to Total \$52 Billion in 2020, <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2019-10-30-gartner-says-global-end-user-spending-on-wearable-dev> (10.01.2021).
- Gemmerich, Timo et al. (2015): Quantified Self im Gesundheitssektor – Eine Untersuchung aus ethischer Perspektive. In: Zöllner, Oliver (Hrsg.): *#Neuland, #Individuum, #Gesellschaft. Ethik in einer digitalisierten Welt*. Stuttgart: Hochschule der Medien, S. 417–533.
- Generali Vitality (o.J.): Generali Vitality: Wie funktioniert das Programm, <https://www.generalivitality.com/de/de/so-funktioniert-vitality/> (10.01.2021).
- Generali Vitality (2020): Punkte, Prämien und Rabatte, <https://www.generalivitality.com/de/de/punkte-pramien-und-rabatte/> (10.01.2021).
- Gibney, Elizabeth (2016): Elektronik, die unter die Haut geht, <https://www.spektrum.de/news/elektronik-die-unter-die-haut-geht/1412927> (10.01.2021).
- Gimpel, Henner; Nißen, Marcia; Görlitz, Roland (2013): Quantifying the Quantified Self: A Study on the Motivations of Patients to Track Their Own Health. In: Baskerville, Richard (Hrsg.): *Proceedings of the the 34th International Conference on Information Systems*: Association for Information Systems (AIS).
- Grimm, Petra; Hammele, Nadine (2019): Das optimierte Ich: Mit Selbstvermessung und Selbstinszenierung zum Glück? In: Grimm, Petra; Keber, Tobias O.; Zöllner, Oliver (Hrsg.): *Digitale Ethik – Leben in vernetzten Welten. 2.*, durchgesehene Auflage. Ditzingen: Reclam, S. 90–105.
- Grimm, Petra; Keber, Tobias O.; Zöllner, Oliver (Hrsg.) (2019): *Digitale Ethik – Leben in vernetzten Welten. 2.*, durchgesehene Auflage. Ditzingen: Reclam.
- Hand, Martin; Gorea, Michelle (2018): Digital Traces and Personal Analytics: iTime, Self-Tracking, and the Temporalities of Practice. In: *International Journal of Communication*, Nr. 12, S. 666–682.
- Haraway, Donna (1985): A Cyborg Manifesto. In: *Socialist Review*.
- Helfferich, Cornelia (2019): Leitfaden- und Experteninterviews. In: Baur, Nina; Blasius, Jörg (Hrsg.): *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. 2. Auflage*. Wiesbaden: Springer VS, S. 669–686.
- Helliwell, John F. et al. (2020): *World Happiness Report*. New York: Sustainable Development Solutions Network.
- Herrmann, Andreas; Huber, Frank (2013): *Produktmanagement – Grundlagen – Methoden – Beispiele. 3. Auflage*. Wiesbaden: Springer Gabler.

- Hornby, Albert Sydney et al. (2011): *Oxford Advanced Learner's Dictionary of current English*. 8. Auflage. Oxford: Oxford University Press.
- John Hancock Life Insurance Company (o.J.): Introducing Vitality Active Rewards with Apple Watch, <https://www.johnhancockinsurance.com/vitality-program/apple-watch.html> (10.01.2021).
- Kallus, Konrad Wolfgang (2016): *Erstellung von Fragebogen*. 2. Auflage. Wien: Facultas.
- Keber, Tobias O. (2019): Datenschutz(recht) – Persönlichkeit als Handelsware? – *Warum Regulierung kein Monster, Europa eine Insel und Dateneigentum keine Lösung ist*. In: Grimm, Petra; Keber, Tobias O.; Zöllner, Oliver (Hrsg.): *Digitale Ethik – Leben in vernetzten Welten*. 2., durchgesehene Auflage. Ditzingen: Reclam, S. 45–59.
- Kelle, Udo (2019): Mixed Methods. In: Baur, Nina; Blasius, Jörg (Hrsg.): *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer VS, S. 159–172.
- Krebs, Dagmar; Menold, Natalja (2019): Gütekriterien quantitativer Sozialforschung. In: Baur, Nina; Blasius, Jörg (Hrsg.): *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer VS, S. 489–504.
- Kriwy, Peter; Glöckner, Richard (2020): Einstellung zum Datenschutz und mHealth-Nutzung. In: *Prävention und Gesundheitsförderung* 15, Nr. 3, S. 218–225.
- Krüger-Brand, Heike; Haserück, André (2020): Digitale Gesundheitsanwendungen: Apps auf Rezept ab August, <https://www.aerzteblatt.de/archiv/214888/Digitale-Gesundheitsanwendungen-Apps-auf-Rezept-ab-August> (05.01.2021).
- Kuckartz, Udo (2018): *Qualitative Inhaltsanalyse – Methoden, Praxis, Computerunterstützung*. 4. Auflage. Weinheim und Basel: Beltz.
- Latour, Bruno (2005): *Reassembling the social – An introduction to actor-network-theory*. Oxford, New York: Oxford University Press.
- Li, Daniela (2020): Smart Clothes: Was kann die intelligente Kleidung?, <https://www.otto.de/updated/ratgeber/smart-clothes-was-kann-die-intelligente-kleidung%E2%80%AF-81278/#smart-clothes-was-> (05.01.2021).
- Li, Ian; Dey, Anind; Forlizzi, Jodi (2010): A stage-based model of personal informatics systems. In: Mynatt, Elizabeth; Schoner, Don; Fitzpatrick, Geraldine; Hudson, Scott; Edwards, Keith; Rodden, Tom (Hrsg.): *Proceedings of the 28th international conference on Human factors in computing systems – CHI '10*. New York: ACM Press, S. 557–566.

- Lobe, Adrian (2016): Wir haben sehr wohl etwas zu verbergen!, https://www.zeit.de/kultur/2016-11/privatsphaere-persoenueliche-assistenz-google-home-ueberwachung-edward-snowden?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.de%2F (12.02.2021).
- Lovink, Geert (2019): *Sad by Design: On Platform Nihilism*. London: Pluto Press.
- Lück, Detlev; Landrock, Uta (2019): Datenaufbereitung und Datenbereinigung in der quantitativen Sozialforschung. In: Baur, Nina; Blasius, Jörg (Hrsg.): *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer VS, S. 457–471.
- Lupton, Deborah (2016a): The diverse domains of quantified selves: self-tracking modes and dataveillance. In: *Economy and Society* 45, Nr. 1, S. 101–122.
- Lupton, Deborah (2016b): *The quantified self*. Cambridge UK: Polity.
- Lutz, Christoph; Hoffmann, Christian Pieter; Ranzini, Giulia (2020): Data capitalism and the user: An exploration of privacy cynicism in Germany. In: *New Media & Society* 22, Nr. 7, S. 1168–1187.
- Madrigal, Alexis C. (2012): Reading the Privacy Policies You Encounter in a Year Would Take 76 Work Days, <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2012/03/reading-the-privacy-policies-you-encounter-in-a-year-would-take-76-work-days/253851/> (12.02.2021).
- Mager, Astrid; Mayer, Katja (2019): Körperdaten – Datenkörper. Auf den Spuren mehrdeutiger Reisen von Datenkörpern zwischen Empowerment und sozialer Kontrolle im Gesundheitsbereich. In: *Momentum Quarterly – Zeitschrift für sozialen Fortschritt* 8, Nr. 2, S. 95–108.
- Mayring, Philipp; Fenzl, Thomas (2019): Qualitative Inhaltsanalyse. In: Baur, Nina; Blasius, Jörg (Hrsg.): *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer VS, S. 633–648.
- McLuhan, Marshall (1994): *Understanding media – The extensions of man*. Cambridge, Massachusetts und London: The MIT Press.
- Meetup LLC (2021): Quantified Self Weltweit, <https://www.meetup.com/de-DE/topics/quantified-self/global/>.
- Meidert, Ursula et al. (2018): *Quantified Self – Schnittstelle zwischen Lifestyle und Medizin*. Zürich: vdf Hochschulverlag.
- Meyen, Michael et al. (2019): *Qualitative Forschung in der Kommunikationswissenschaft – Eine praxisorientierte Einführung*. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer VS.

- Möhring, Wiebke; Schlütz, Daniela (2019): *Die Befragung in der Medien- und Kommunikationswissenschaft – Eine praxisorientierte Einführung*. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer VS.
- Nafus, Dawn; Sherman, Jamie (2014): This One Does Not Go Up to 11: The Quantified Self Movement as an Alternative Big Data Practice. In: *International Journal of Communication*, Nr. 8, S. 1784–1794.
- Nocun, Katharina (2018a): *Die Daten, die ich rief – Wie wir unsere Freiheit an Großkonzerne verkaufen*. Köln: Lübbe.
- Nocun, Katharina (2018b): Tracking durch die Versicherung: Zu Risiken und Nebenwirkungen, <https://netzpolitik.org/2018/tracking-durch-die-versicherung-zu-risiken-und-nebenwirkungen/> (10.01.2021).
- Petric, Ronald (2016): Das vermessene Selbst – *Von der Selbst-Überwachung zur Fremd-Bestimmung*. In: *Datenschutz und Datensicherheit - DuD* 40, Nr. 2, S. 94–97.
- Pritz, Sarah Miriam (2016): Mood Tracking: Zur digitalen Selbstvermessung der Gefühle. In: Selke, Stefan (Hrsg.): *Lifelogging – Digitale Selbstvermessung und Lebensprotokollierung zwischen disruptiver Technologie und kulturellem Wandel*. Wiesbaden: Springer VS, S. 127–150.
- PWC (2015): Media Trend Outlook – Wearables: Die tragbare Zukunft kommt näher, <https://www.pwc.at/de/images/tmt-studie-3.pdf> (05.01.2021).
- Quantified Self (2020): Quantified Self: Self knowledge through numbers, <https://quantifiedself.com/> (02.11.2020).
- Quantified Self Deutschland (o.J.): Info Quantified Self Deutschland, <http://qsdeutschland.de/info/> (04.01.2021).
- Raab-Steiner, Elisabeth; Benesch, Michael (2018): *Der Fragebogen – Von der Forschungsidee zur SPSS-Auswertung*. 5. Auflage. Wien: Facultas.
- Richter, Felix (2019): Starkes Wachstum im Wearables-Markt, <https://de.statista.com/infografik/19978/verbraucherausgaben-fuer-wearables/> (05.01.2021).
- Rüegsegger, Adrian (2016): Messung von Körperdaten an der Schnittstelle zwischen Lifestyle und Medizin. In: *ARS MEDICI* 24 13, Nr. 24, S. 1149–1152.
- Runtastic (2021): adidas Running by Runtastic - Fitness & Lauf-App, <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.runtastic.android> (05.01.2021).
- Samsung (o.J.): Samsung Health, <https://www.samsung.com/de/apps/samsung-health/> (05.01.2021).

- Schaupp, Simon (2016): Die Vermessung des Unternehmers seiner selbst – *Vergeschlechtliche Quantifizierung im Diskurs des Self-Tracking*. In: Selke, Stefan (Hrsg.): *Lifelogging – Digitale Selbstvermessung und Lebensprotokollierung zwischen disruptiver Technologie und kulturellem Wandel*. Wiesbaden: Springer VS, S. 151–170.
- Schnell, Rainer (2019): *Survey-Interviews – Methoden standardisierter Befragungen*. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer VS.
- Schöttler, Christiane (2016): Self-Tracking zwischen Emanzipation und digitaler Überwachung – *Die Rolle Big Data für ein autonomes Verhalten*. In: *Communicatio Socialis* 49, Nr. 2, S. 201–210.
- Schrems, Max (2014): *Kampf um deine Daten*. Wien: edition a.
- Schulz, Martin (2014): Warum wir jetzt kämpfen müssen, <https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/debatten/die-digital-debatte/politik-in-der-digitalen-welt/martin-schulz-warnt-vor-technologischem-totalitarismus-12786805.html> (10.01.2021).
- Schumacher, Florian (2014): Quantified Self, Wearable Technologies und persönliche Daten. In: Langkafel, Peter (Hrsg.): *Big Data in Medizin und Gesundheitswirtschaft*. Heidelberg: medhochzwei Verlag, S. 227–241.
- Selke, Stefan (2016a): Einleitung – *Lifelogging zwischen disruptiver Technologie und kulturellem Wandel*. In: Selke, Stefan (Hrsg.): *Lifelogging – Digitale Selbstvermessung und Lebensprotokollierung zwischen disruptiver Technologie und kulturellem Wandel*. Wiesbaden: Springer VS, S. 1–21.
- Selke, Stefan (Hrsg.) (2016b): *Lifelogging – Digitale Selbstvermessung und Lebensprotokollierung zwischen disruptiver Technologie und kulturellem Wandel*. Wiesbaden: Springer VS.
- Splendid Research (2019): Studie: Optimized Self Monitor 2019, <https://www.splendid-research.com/de/studie-optimized-self.html> (05.01.2021).
- Statista (2015): Gründe für die Nutzung von Digital Health-Applikationen und -Services in Deutschland nach Alter und Geschlecht im Jahr 2015, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/454562/umfrage/gruenden-fuer-die-nutzung-von-digital-health-applikationen-und-services/> (05.01.2021).
- Statista (2020a): Absatz von Wearables weltweit in den Jahren 2014 bis 2019, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/515723/umfrage/absatz-von-wearables-weltweit/> (05.01.2021).

- Statista (2020b): Anzahl der Smartphone-Nutzer in Deutschland in den Jahren 2009 bis 2019, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/198959/umfrage/anzahl-der-smartphonenuutzer-in-deutschland-seit-2010/> (05.01.2021).
- Strava (o.J.): Tracking von Lauf- und Radfahrraktivitäten im sozialen Netzwerk für Sportler, <https://www.strava.com/?hl=de> (16.02.2021).
- Swan, Melanie (2013): The Quantified Self: Fundamental Disruption in Big Data Science and Biological Discovery. In: *Big data* 1, Nr. 2, S. 85–99.
- Techniker Krankenkasse (o.J.): Wie kann ich an TK-Fit teilnehmen?, <https://www.tk.de/techniker/magazin/digitale-gesundheit/spezial/tk-fit/wie-an-tk-fit-teilnehmen-2067058> (10.01.2021).
- Techniker Krankenkasse (2020a): So funktioniert TK-Fit, <https://www.tk.de/techniker/magazin/digitale-gesundheit/spezial/tk-fit/belohnungen-fitnessprogramm-2066246> (10.01.2021).
- Techniker Krankenkasse (2020b): TK-Gesundheitsdividende: Leistungskatalog (4/4), <https://www.tk.de/techniker/gesundheits-und-medizin/praevention-und-frueherkennung/tk-bonusprogramm/tk-gesundheitsdividende-leistungskatalog-2029142> (10.01.2021).
- Techniker Krankenkasse (2020c): TK-Gesundheitsdividende: Yoga für die Zähne (3/4), <https://www.tk.de/techniker/gesundheits-und-medizin/praevention-und-frueherkennung/tk-bonusprogramm/gesundheitsdividende-2010352> (10.01.2021).
- Thomä, Dieter; Henning, Christoph; Mitscherlich-Schönherr, Olivia (Hrsg.) (2011): *Glück – Ein interdisziplinäres Handbuch*. Stuttgart: J.B. Metzler.
- Virtuagym (2020): Kalorien, Fett & Eiweißzähler, <https://play.google.com/store/apps/details?id=digifit.virtuagym.foodtracker> (05.01.2021).
- Weichbold, Martin (2019): Pretest. In: Baur, Nina; Blasius, Jörg (Hrsg.): *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer VS, S. 349–356.
- Weyer, Johannes (Hrsg.) (2000): *Soziale Netzwerke – Konzepte und Methoden der sozialwissenschaftlichen Netzwerkforschung*. München und Wien: Oldenbourg.
- Xiaomi (o.J.): Mi Smart Band 4, <https://www.mi.com/de/mi-smart-band-4/> (05.01.2021).

Yeung, Peter (2021): 'If you switch off, people think you're lazy': demands grow for a right to disconnect from work, <https://www.theguardian.com/world/2021/feb/10/if-you-switch-off-people-think-youre-lazy-demands-grow-for-a-right-to-disconnect-from-work>.

Zuboff, Shoshana (2018): *Das Zeitalter des Überwachungskapitalismus*. Frankfurt a. M.: Campus Verlag.

Zuboff, Shoshana (2019): Surveillance Capitalism – Überwachungskapitalismus. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte* 69, Nr. 24–26, S. 4–9.

Zwift (o.J.): The at home training app connecting cyclists around the world, <https://www.zwift.com/eu-de> (16.02.2021).

Therapiere dich selbst!

Mental Health und digitale Selbst- therapie in der Generation Z

Von

Julia Bumiller

Felix Goetzke

Hanna Koesling

Konrad Kraft

Tobias Schäfer

Alica Wanner

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung.....	118
2. Theoretische Grundlagen.....	121
2.1. Digitale Ethik	121
2.2. Mental Health.....	128
2.3. Digitale Anwendungen und KI in der Gesundheitsbranche	139
2.4. Generation Z.....	148
3. Forschungsleitende Fragestellungen.....	154
4. Empirische Untersuchung	156
4.1. Forschungsdesign	156
4.2. Interviewdurchführung und Transkription	164
4.3. Auswahl der Analysemethode & des Kategoriensystems ...	165
5. Analyse nach Kategorien	169
5.1. OK 1: COVID-19 und Auswirkungen der Pandemie.....	169
5.2. OK 2: Persönlicher Status Quo	172
5.3. OK 3: Erfahrungen mit dem Gesundheitswesen.....	173
5.4. OK 4: Online-Anwendungen	177
6. Ergebnisse	185
6.1. Diskussion.....	185
6.2. Zusammenführung der Ergebnisse	189
7. Reflexion.....	191
8. Fazit und Ausblick	194
Literatur- und Quellenverzeichnis	197

1. Einleitung

„We live in a world that believes in the importance of mental health but is completely ineffective at treating it.“¹

– Kirby Harris, Conversationalist

Eine aktuelle, von ARD und ZDF in Auftrag gegebene Studie beziffert die durchschnittliche Nutzungsdauer des medialen Internets in der Gruppe der 14- bis 29-Jährigen auf 257 Minuten, also mehr als vier Stunden, pro Tag.² Ein Großteil der Nutzung entfällt dabei auf Social-Media-Plattformen wie Facebook, Instagram und Twitter. Auch wenn ein wissenschaftlicher Beweis für den Zusammenhang zwischen Social-Media-Nutzung und Depressionen noch zu führen ist, gehen die meisten Expert:innen davon aus, dass die ‚Bauweise‘ der Plattformen exzessives Nutzungsverhalten fördert und sich folglich negativ auf unsere psychische Verfassung auswirken kann.³

Unabhängig von dieser Kausalität steht fest: Millionen Menschen leiden unter Burnout, Einsamkeit oder Angststörungen. Bereits 2001 schätzte die Weltgesundheitsorganisation (WHO), dass ein Viertel der globalen Bevölkerung irgendwann in ihrem Leben mit psychologischen oder neurologischen Störungen konfrontiert wird.⁴ Aktuelle Studien zu den Auswirkungen der Covid-19-Pandemie in den USA und Großbritannien gehen indes davon aus, dass die Einschränkungen des sozialen und öffentlichen Lebens sowie die damit im Zusammenhang stehende Wirtschaftskrise die Auftrittshäufigkeit von Stress und Einsamkeit erhöht. Dabei sind jüngere Menschen öfter betroffen als ältere Bevölkerungsschichten.⁵

Betroffene kämpfen oftmals nicht nur mit ihrer Erkrankung selbst, sondern mit gesellschaftlicher Stigmatisierung und Behandlungsempässen. Vor allem in Großstädten können Wochen vergehen, bis professionelle Hilfe in Anspruch genommen werden kann. Abhilfe wollen ausgerechnet weitere Apps und digitale Angebote schaffen, die ihren Nutzer:innen individuell angepasste Hilfe versprechen. Mit fortschreitender Entstigmatisierung psychischer Probleme könnte Mental Health Tech schon bald eine wichtige Rolle in unserer digitalisierten Gesellschaft einnehmen.

Werden Betroffene dann neben wöchentlichen Video-Calls mit Therapeut:innen auf Meditations-Apps in Stresssituationen zurückgreifen? Werden sie smarte Wearables vor

1 Harris o.J.

2 Vgl. ARD und ZDF 2020.

3 Vgl. Krause 2015; vgl. Smith 2018.

4 Vgl. WHO 2001.

5 Vgl. McGinty et al. 2020, S. 93–94; vgl. Pierce et al. 2020, S. 887–891.

aufkommenden Panikattacken warnen? Werden sie womöglich mit Siri, Alexa und Co. über ihre Gefühle reden können?

Hier soll die vorliegende Forschungsarbeit anknüpfen. Sie will herausfinden, ob und wie Apps und digitale Dienstleistungen – auch in Verbindung mit Künstlicher Intelligenz (KI) – dem psychischen Wohlbefinden zuträglich sein können. Mit Blick auf den Umfang dieser Arbeit und die Komplexität der Thematik wird der Forschungsgegenstand auf Depressionen sowie Angststörungen und Panikattacken (im Englischen: anxiety attacks and panic attacks) in der Zielgruppe der Generation Z eingegrenzt. Daraus resultiert folgende Forschungsfrage:

Mental Health und digitale Selbsttherapie in der Generation Z – Können Apps & KI-Anwendungen bei psychischen Belastungen und Störungen das mentale Wohlbefinden und die mentale Gesundheit unterstützen?

Um diese übergeordnete Forschungsfrage zu beantworten, widmet sich die vorliegende Arbeit auch kleineren Teilfragen:

Von herausragender Relevanz ist, ob der Einsatz von Therapie- und Gesundheits-Apps zu einer nachhaltigen Linderung psychischer Störungen führen kann. Aber wie kann an dieser Stelle überhaupt Erfolg gemessen werden? Insbesondere vor dem aktuellen Hintergrund der Covid-19-Pandemie stellt sich ferner die Frage: Unter welchen Umständen können solche Therapiemodelle einen herkömmlichen Arztbesuch ergänzen oder gar gänzlich ersetzen?

Wie werden Apps und digitale Therapiemöglichkeiten, die bereits heute von Krankenkassen bezuschusst werden, von Patient:innen wahrgenommen? Überwiegen die positiven Seiten, z.B. der niedrighschwellige Einstieg oder der Abbau von Hemmungen und Stigmen? Oder sollen mit den Angeboten strukturelle Probleme in der Gesundheitsbranche (beispielsweise der Mangel an Therapieplätzen) überdeckt werden?

Wie müssen Apps gestaltet werden, damit sie helfen können? Gibt es vielleicht sogar Anwendungen, die so konzipiert sind, dass sie keine nachhaltige Hilfe leisten sollen, weil sie dadurch ihre Nutzer:innen verlieren würden? Welche Rolle spielen der Datenschutz und die Datensicherheit, und wie verhalten sich virtuelle Dialoge mit einer KI im Vergleich zum Gespräch mit einem:einer Therapeut:in?

Zur Beantwortung dieser Fragen bedient sich die vorliegende Arbeit verschiedener Forschungsmethoden:

Eine Betrachtung von Studien und fachspezifischer Literatur soll im zweiten Kapitel zunächst Aufschluss über den aktuellen Stand der Forschung geben und dabei helfen, die theoretische Grundlage für weitere Untersuchungen zu setzen. Dabei liegt das Hauptaugenmerk auf den Bereichen Digitale Ethik, Mental Health, Digitale Anwendungen und KI in der Gesundheitsbranche sowie Generation Z.

Anschließend wird für die eigenständige Datenerhebung ein qualitativer Forschungsansatz gewählt. In nicht-standardisierten Interviews mit Teilnehmer:innen aus der gewählten Zielgruppe soll die Nutzung von Gesundheits- bzw. Mental Health Apps sowie Fragestellungen zum psychischen Wohlbefinden vor dem Hintergrund dieser Apps in der gewählten Zielgruppe erforscht werden. Darüber hinaus soll aus qualitativen Experteninterviews ein zusätzlicher Erkenntnisgewinn resultieren.

Im fünften Kapitel werden die zuvor generierten Forschungsergebnisse zusammengeführt und die Forschungsfrage beantwortet. Abschließend beinhalten das sechste und siebte Kapitel eine kritische Reflexion der Studie sowie einen Ausblick in die Zukunft.

2. Theoretische Grundlagen

Um sich dem Forschungsthema zu nähern, bietet dieses Kapitel zunächst einen Einstieg in die theoretischen Grundlagen und den aktuellen Forschungsstand. Aus der forschungsleitenden Fragestellung ergeben sich die Unterkapitel ‚Digitale Ethik‘, ‚Mental Health‘, ‚Digitale Anwendungen und KI in der Gesundheitsbranche‘ sowie ‚Generation Z‘. Eine Betrachtung von Studien und fachspezifischer Literatur sowie die Teilnahme am digitalen Kongress der ‚Deutschen Gesellschaft für Psychiatrie und Psychotherapie, Psychosomatik und Nervenheilkunde‘ (DGPPN) sollen dabei Aufschluss über den aktuellen Forschungsstand geben und das theoretische Fundament für weitere Untersuchungen bilden.

2.1. Digitale Ethik

„Die Ethik als eine Disziplin der Philosophie versteht sich als Wissenschaft vom moralischen Handeln,“⁶ so Annemarie Pieper zur Definition der Ethik. Zur Beantwortung der Frage, ob und wie Apps und KI-Anwendungen das mentale Wohlbefinden und die mentale Gesundheit unterstützen können, soll diese Disziplin in den nachfolgenden Unterkapiteln näher ergründet werden.. Hierfür wird in diesem Kapitel zunächst eine Einführung in die ‚Digitale Ethik‘, eine Erweiterung der Ethik, sowie in deren Entwicklung gegeben. In den darauffolgenden Abschnitten werden der Glücksbegriff – und dabei insbesondere die Gedankenspiele Aristoteles‘ – sowie der Nihilismus einer genaueren Betrachtung unterzogen.

Einführung in die Digitale Ethik

Die Ethik bietet den Menschen Hilfestellung und Orientierung bei der Organisation ihres Lebens, indem sie Antworten auf die Frage ‚Was soll ich tun?‘ begründet. Sie wird deshalb auch als Theorie des richtigen Handelns angesehen. Da sie über die in einer Gesellschaft geltenden Wertmaßstäbe und Überzeugungen reflektiert, wird die Ethik außerdem als Reflexionstheorie der Moral bezeichnet.⁷

Die Technisierung unserer Gesellschaft macht das Aushandeln neuer, bis vor kurzem noch nicht notwendiger Regeln und Normen erforderlich.⁸ Hier setzt die Digitale Ethik als Erweiterung der Ethik an. Sie sucht nach „angemessenen und legitimen Haltungen und Handlungsweisen für zunehmend digitalisierte Lebensumwelten und allgemein für

⁶ Pieper 2017, S. 15.

⁷ Vgl. zu diesem Abschnitt Grimm, Keber und Zöllner 2019, S. 9.

⁸ Vgl. ebd., S. 11–12.

das Leben in der Digitalität.⁹ Dem Menschen soll dabei mittels Regeln und Normen geholfen werden, in der sich weiter modernisierenden Gesellschaft einen angemessenen Umgang mit den digitalen Technologien, deren Entwicklung, Einsatz, Anwendung und Auswirkungen zu finden.¹⁰ Die Digitale Ethik möchte den Menschen außerdem dazu befähigen, Probleme und Dilemmata der Digitalität zu erkennen sowie Lösungen für und Haltungen gegenüber diesen zu entwickeln bzw. sich deren Unauflösbarkeit bewusst zu werden.¹¹ So soll sich der Mensch mit Hilfe der Digitalen Ethik zum reflexionsfähigen Gestalter seiner Welt entwickeln, der sich verantwortlich in der Digitalität verhält.¹²

Vor allem die Technologie der Künstlichen Intelligenz birgt eine Vielzahl an ethischen Herausforderungen für unsere digitale Gesellschaft. So thematisiert Nolen Gertz in seinem Buch ‚Nihilism and Technology‘ beispielsweise die Problematik, durch das Nutzen von Technologien eine (scheinbar) problemfreie Welt zu erschaffen, in welcher der Mensch problematische und unerwünschte Erfahrungen vermeiden kann.¹³ Er bezeichnet eine solche Welt als reflektionsfrei, da durch den Einsatz von Technologie auch problematische und unerwünschte Fragen und Entscheidungen vermieden werden können.¹⁴ Technologien helfen Menschen nicht nur dabei, das Treffen von Entscheidungen zu vermeiden, unser Vertrauen in und die Abhängigkeit von Algorithmen geht sogar so weit, dass wir Technologie – um genauer zu sein KI – für uns entscheiden lassen (z.B. bereits heute in US-amerikanischen Gerichtsverfahren oder in autonomen Fahrzeugen).¹⁵

Aber wie viele solcher Entscheidungen möchten wir wirklich an KI delegieren? Werden wir irgendwann zu sehr auf KI vertrauen? Und wer gestaltet überhaupt die Zukunft von KI? Mit genau diesen Fragestellungen beschäftigt sich AI ethics, die Ethik der Künstlichen Intelligenz.¹⁶

In Zukunft werden Fachkräfte und Arbeit jeglicher Art von KI betroffen sein, was eine dramatische Veränderung unserer Gesellschaft zur Folge haben wird.¹⁷ Beim Umgang mit KI geht es daher nicht nur um eine Technologie, sondern auch darum, was Menschen mit dieser machen, wie sie diese einsetzen, wahrnehmen und erleben, und wie sie diese

⁹ Grimm, Keber und Zöllner 2019, S. 11.

¹⁰ Vgl. ebd., S. 13–14.

¹¹ Vgl. ebd.

¹² Vgl. ebd., S. 14.

¹³ Vgl. Gertz 2018, S. ix.

¹⁴ Vgl. ebd., S. ix und S. 8.

¹⁵ Vgl. ebd., S. 8; vgl. Coeckelbergh 2020, S. 5.

¹⁶ Vgl. zu diesem Abschnitt Coeckelbergh 2020, S. 6–7.

¹⁷ Vgl. ebd., S. 8.

in eine weitere sozialtechnische Umwelt einbetten.¹⁸ Denn KI kann zwar Entscheidungen für uns Menschen treffen und Handlungen mit ethischen Konsequenzen ausführen – allerdings ist sie sich ihrer Handlungen aufgrund von fehlendem Bewusstsein und freien Willen sowie fehlenden Emotionen nicht bewusst und verfügt auch nicht über Moral.¹⁹ Deshalb sollte zum einen KI nur als einfache (z.B. bei Entscheidungen), aber nicht als moralische Vertreterin angesehen werden.²⁰ Zum anderen sollten ethische Kriterien bereits bei der Gestaltung bzw. Entwicklung von KI implementiert „und im gesamten Prozess der Anwendung betrachtet werden, was man unter der Bezeichnung ‚Ethics by Design‘ fassen könnte.“²¹

Gertz ruft in diesem Kontext auch dazu auf, technologische Mediationen (beispielsweise durch KI) zu untersuchen, um sie zu gestalten, statt lediglich von ihnen gestaltet zu werden.²² Weiter argumentiert er, dass Technologien schon immer ein Teil der menschlichen Entwicklung waren und wir daher nicht fürchten sollen, was diese mit uns machen, sondern danach streben, mehr über sie zu lernen und eine aktive Rolle bei deren Gestaltung einzunehmen.²³

Aristoteles und Glück in der Nikomachischen Ethik

Glück ist gleichzeitig eines der jüngsten und ältesten wissenschaftlichen Konzepte. Es ist „sowohl begrifflich als auch in seiner Bedeutung vage und zugleich komplex“²⁴. Schon seit mehreren Tausend Jahren befassen sich Philosophen mit Glück, wobei die verschiedenen Schulen nie zu einer Einigung über die Definition des Glücksbegriffs gelangen konnten.²⁵ Einen starken Einfluss auf die Philosophie des Glücks nahmen antike Denker wie Aristoteles (384–322 v. Chr.).

Im Zentrum der Aristotelischen Ethik, die implizit oder explizit das Modell für alle nach ihr folgenden Konzepte der Tugendethik darstellt, steht die Frage, worin das Gute im Menschen besteht. Aristoteles selbst beantwortet sie in der Nikomachischen Ethik mit ‚Glückseligkeit‘ (oder Eudämonie vom altgriechischen eudaimonía = guter Geist), wobei dieser Begriff im vorliegenden Kontext nicht als Lust, sondern vielmehr als Zustand

¹⁸ Vgl. Coeckelbergh 2020, S. 80.

¹⁹ Vgl. ebd., S. 111.

²⁰ Vgl. ebd.

²¹ Grimm und Hammele 2019b, S. 167.

²² Vgl. Gertz 2018, S. viii.

²³ Vgl. ebd., S. 2.

²⁴ Grimm und Hammele 2019a, S. 94.

²⁵ Vgl. Stavrova 2014, S. 15.

geistiger Klarheit und Stabilität, sowie Genügsamkeit verstanden werden soll.²⁶ Eudämonie, so schreibt Aristoteles, würde „stets wegen ihrer selbst und niemals um eines anderen willen gesucht“²⁷.

Das Lebensglück, die Eudämonie, ist das höchste Gut in der Glückstheorie – es zu erreichen ist eine individuelle Aufgabe.²⁸ Aber wie kann ein Mensch diese Eudämonie erlangen?

Aristoteles bezieht sich an dieser Stelle zunächst auf das sogenannte Ergon-Argument. Er vergleicht Menschen mit Gegenständen, die einen Zweck bzw. eine spezifische Funktion (ergon) erfüllen. So wie das ‚ergon‘ eines Messers bspw. darin bestehe, zu schneiden, identifiziert Aristoteles die Ausübung der Vernunft (logos) als herausragende Eigenschaft des Menschen.²⁹

Ein vernünftiger Mensch wiederum verfüge über Tugenden. Aristoteles unterteilt hier in verstandesmäßige Tugenden (z.B. Weisheit, Klugheit, Auffassungsgabe) und ethische Tugenden (Charaktereigenschaften wie Großzügigkeit, Besonnenheit, Tapferkeit). Jede Tugend sei das Mittel zwischen zwei Lastern – z.B. Besonnenheit als Mittel zwischen Zügellosigkeit und Zwanghaftigkeit – und könne trainiert werden, indem immer wieder bewusst die richtige Mitte zwischen Exzess und Mangel gewählt wird.³⁰ Ziel dieser tugendethischen Perspektive Aristoteles' ist das gute bzw. gelingende Leben.³¹

In der aristotelischen Ethik gelten Gefühle als korrigier- und schulbar.³² Im Gegensatz zu den Denkern der anschließenden Epoche des Hellenismus (336–30 v. Chr.) wird der Mensch bei Aristoteles darüber hinaus jedoch auch als gesellschaftliches Wesen verstanden, dessen Glück an die Gemeinschaft gekoppelt ist.³³ Hier lassen sich Parallelen zum medizinischen Fachgebiet der Psychologie erkennen, welches Wechselwirkungen zwischen dem geistigen Wohlbefinden eines Menschen und seinem Umfeld erkennt und daraus auch folgende ethische Fragestellungen folgert:

Wie wollen wir mit anderen Menschen zusammenleben und als Gesellschaft mit Menschen umgehen, die an psychischen Störungen leiden (also eben keine Eudämonie erfahren)? Wie können wir für soziale Gerechtigkeit in unserem Gesundheitssystem sor-

²⁶ Vgl. Pauer-Studer 2020, S. 99–100.

²⁷ Gigon 1998, S. 1097.

²⁸ Vgl. Grimm und Hammele 2019a, S. 94.

²⁹ Vgl. Pauer-Studer 2020, S. 100–101.

³⁰ Vgl. ebd., S. 103.

³¹ Vgl. Grimm, Keber und Zöllner 2019, S. 16.

³² Vgl. Pauer-Studer 2020, S. 114.

³³ Vgl. Grimm und Hammele 2019a, S. 94–95.

gen und sicherstellen, dass alle psychisch Erkrankten die medizinische Behandlung erhalten, die sie benötigen? Diese und vergleichbare ethische Fragestellungen werden im weiteren Verlauf dieses Forschungsberichts an mehreren Stellen thematisiert.

Friedrich Nietzsche und der Nihilismus

„Beim Nihilismus handelt es sich um einen Begriff, der längst einen philosophischen Diskurs begründet hat, dabei allerdings [...] selbst nicht zufriedenstellend definiert wurde.“³⁴ Er setzt sich aus dem lateinischen Ausdruck ‚nihil‘ (übersetzt: nichts) und der Wortendung ‚-ismus‘ (Ideologie, Lehre) zusammen und kann grundsätzlich in zwei Grundtypen unterschieden werden:

Der ontologische Nihilismus geht mit der „völlige[n] Leugnung aller Wirklichkeit [einer]. Alles hat seine Realität nur im Ich“³⁵ – wobei auch das Selbst letztlich noch entgleiten kann. Im Gegensatz dazu bezeichnet der noologische Nihilismus die „Leugnung jedes Sinns und die Behauptung der absoluten Sinnlosigkeit“³⁶. Die Grenzen zwischen diesen beiden Kategorisierungen verlaufen fließend – Friedrich Nietzsche (1844–1900), der den von Friedrich Heinrich Jacobi begründeten Nihilismus-Begriff fortgeführt und geprägt hat, kann jedoch am ehesten dem noologischen, ‚existenziellen‘ Nihilismus zugeordnet werden.

Nihilismus als ‚Ideologie des Nichts‘ bedeutet aber nicht, dass wir einem als solches erkennbaren ‚Wertesystem des Nichts‘ anhängig wären. Vielmehr, so führt Nolen Gertz in ‚Nihilism‘ aus, gehe es darum, dass die Ansichten und Überzeugungen, die wir vertreten – oder von denen wir glauben, dass wir sie vertreten – gleichbedeutend mit ‚Nichts‘ seien.³⁷ Gertz beschreibt das am Beispiel eines Menschen, der zwar der Meinung sei, dass das Leben bedeutsam ist, sein eigenes aber mit Aktivitäten verbringe, die er als nicht erwähnenswert einschätzt.³⁸

„Was hast du gestern gemacht?“

„Ach, eigentlich nichts.“

Nietzsches Ausführungen und Vorhersagen zum Nihilismus wurden mehr als ein Jahrhundert später von der Postmoderne, einer einflussreichen philosophischen Strömung

³⁴ Brock 2015, S. 8.

³⁵ Weischedel 1983, Band 2, S. 163.

³⁶ Brock 2015, S. 9.

³⁷ Vgl. Gertz 2019, S. 6.

³⁸ Vgl. ebd.

der Gegenwart, erneut aufgegriffen. So attestiert Eike Brock der postmodernen Gesellschaft einen ihr innewohnenden „nihilistischen Drift“³⁹. Sie sei

*„durchzogen von zufriedenheitserodierenden Tendenzen, setzt das Individuum in ungekanntem Maße Kontingenzerfahrungen aus, schafft ein Klima des permanenten Leistungsdrucks und liefert keine befriedigenden Antworten auf das [...] chronisch unbefriedigte Sinnbedürfnis des Menschen.“*⁴⁰

Dazu trägt auch die fortschreitende Technisierung von Mensch und Umwelt bei. Durch ihren invasiven Charakter dringt Technologie in unsere Lebenswelten ein und gibt – in vielen Bereichen – den Rhythmus vor. Sie schafft „Strukturen, die den Rahmen unseres Handelns, Denkens, Empfindens und Wertens bilden“⁴¹, fungiert als ‚Vermittlerin‘ zwischen uns, unserer eigenen Lebenswirklichkeit und Persönlichkeit, und nimmt damit letztlich auch Einfluss auf unseren Willen.⁴² Technologien ermöglichen und erweitern die Tendenz zum Nihilismus, indem sie dem Menschen u.a. erlauben, die Last des Bewusstseins und Menschseins, das Treffen von Entscheidungen und Verantwortung zu vermeiden.⁴³

In ‚Der Wille zur Macht‘, einer Auswahl von Texten aus dem Nachlass von Friedrich Nietzsche, die der Philosoph krankheitsbedingt nie selbst veröffentlichen konnte, finden sich mehrdeutige Interpretationen des Nihilismus-Begriffs. Zum einen identifiziert Nietzsche den ‚passiven‘ Nihilismus, der mit der Entwertung bestehender Wertvorstellungen und einem Rückgang der Kraft einhergeht. Zum anderen beschreibt er den ‚aktiven‘ Nihilismus, der die Erzeugung neuer Werte bezeichnet und damit für Nietzsche ein Zeichen maximaler Kraft darstellt.⁴⁴ Gertz greift diesen Gedanken in ‚Nihilism and Technology‘ auf und ergänzt, dass passiver Nihilismus (und Dystopie) auch in aktiven Nihilismus (und Utopie) übergehen könne⁴⁵ – praktisch als Übergang vom Zerstören um des Zerstörens willen hin zum Zerstören um des Gestaltens willen.⁴⁶

Ähnlich wie dem Nihilismus nicht eindeutig eine positive oder negative Konnotation verliehen werden kann, sollten auch sowohl das unserer Gesellschaft zugrunde liegende Wettbewerbsprinzip als auch die fortschreitende Technisierung nicht per se einseitig verurteilt werden. Jedoch fördert sie die bereits von Nietzsche erahnte Gefahr eines

³⁹ Brock 2015, S. 389.

⁴⁰ Ebd.

⁴¹ Brock 2015, S. 399.

⁴² Vgl. Gertz 2018, S. 204.

⁴³ Vgl. ebd., S. 10.

⁴⁴ Vgl. Jung 2021.

⁴⁵ Vgl. Gertz 2018, S. 208.

⁴⁶ Vgl. ebd., S. 10.

„stillschweigenden Umschlags vom Nützlichen ins Absurde, oder vom Lebensfördernden ins Lebensbedrohliche, nämlich dann, wenn sich das Zweck-Mittel-Verhältnis zwischen Mensch und Technik zu Ungunsten des Menschen verkehrt.“⁴⁷

Als Beispiel können an dieser Stelle die sogenannten Sozialen Netzwerke herangezogen werden, die einen gesellschaftlichen Konflikt vorantreiben, unter dem insbesondere auch Angehörige der Generation Z als Hauptnutzerschaft der Dienste zu leiden haben. Über die digitalen Kanäle kommunizieren Menschen ununterbrochen, auf Plattform wie Instagram inszenieren sie ihr aufpoliertes Selbstbild – in ein „Zeitalter des allgemeinen Glücks, der Solidarität und der groß angelegten Selbstverwirklichung“⁴⁸ hat sie das jedoch nicht geführt.

Ganz im Gegenteil: Die Mitglieder der postmodernen Gesellschaft sehen sich mit der Erwartungshaltung konfrontiert, ‚sich selbst‘ zu werden. In Verbindung mit einem Idealbild der Selbstwerdung, das kaum zu verwirklichen ist, entsteht ein „soziales Biotop der Depression“⁴⁹ und damit einhergehend auch ein Nährboden für einen „müden Nihilismus“⁵⁰, der mit der Erlahmung des Willens der Menschen einhergeht.

Wie können wir Halt in der Haltlosigkeit finden? In der Einleitung der vorliegenden Arbeit wurde bereits angedeutet, dass die spezifischen Leiden der Spätmoderne vor allem psychischer (und psychosomatischer) Natur sind. Die Auseinandersetzung mit dem Nihilismus liefert weitere Anhaltspunkte für diese Annahme, an die in Kapitel [2.2](#) angeknüpft werden soll.

Forschungsbezug

In diesem Kapitel wurde zunächst eine Einführung in die Digitale Ethik vorgenommen. Dabei wurde gezeigt, dass der Mensch Reflexionskompetenz benötigt, um eine angemessene Haltung zu digitalen Technologien entwickeln und ethischen Herausforderungen in der digitalen Gesellschaft auch entsprechend begegnen zu können. Diese Reflexionsfähigkeit sowie das daraus resultierende Bewusstsein für die Dilemmata der Digitalität sind Grundlage dafür, dass der Mensch des digitalen Zeitalters nicht von Technologie gestaltet wird, sondern diese aktiv entwickeln kann und möchte.

Anschließend widmeten sich die beiden folgenden Unterkapitel zunächst dem Glücksbegriff – und dabei insbesondere den Interpretationen Aristoteles‘ – sowie dem philosophischen Konzept des Nihilismus. Auch wenn es eventuell nicht so offensichtlich ist

⁴⁷ Brock 2015, S. 401.

⁴⁸ Ebd., S. 402.

⁴⁹ Ebd., S. 414.

⁵⁰ Ebd., S. 415.

wie im vorhergegangenen Abschnitt, so enthält auch dieser Teil der Arbeit einen Bezug zum vorliegenden Forschungsthema:

Die Auseinandersetzung mit dem Glück und der aristotelischen Ethik hilft dabei, ein besseres Verständnis für den Menschen und sein Streben nach Eudämonie zu entwickeln. Sie gibt erste Anhaltspunkte dafür, wie das ‚gelingende Leben‘, nach dem wir – auch mit Hilfe von Technologie und KI – streben, aussehen kann. Mit konkretem Bezug auf die Forschungsfrage kann hier beispielsweise die Frage gestellt werden, inwiefern digitale Technologien, z.B. Apps und KI-Anwendungen zur Selbsttherapie von mentalen Störungen, dabei helfen können, ein gutes und gelingendes Leben zu führen bzw. beitragen können.

Gleichzeitig zeigt die Untersuchung den Zusammenhang zwischen Technologie und Nihilismus sowie zwischen Nihilismus und (psychischem) Leiden auf. So bezeichnet etwa Eimar Brock Depressionen, ein im Folgekapitel näher erläutertes Krankheitsbild, als „Erschöpfungs nihilismus“⁵¹. Nolan Gertz stellt in diesem Kontext die Behauptung auf, die Verbindung von Technologie und Nihilismus könne unser Leid nur lindern, nicht aber behandeln.⁵² Es gilt zu untersuchen, ob diese technokritische Ansicht in dieser Arbeit zugrunde liegenden Forschungsfeld bestätigt werden kann.

Zumal gerade Menschen, deren mentale Kapazität bzw. Gesundheit krankheitsbedingt beeinträchtigt ist, womöglich angreifbarer sind als andere.⁵³ Hierbei spielt erneut die Reflexionskompetenz eine Rolle: Sind solche Menschen in der Lage zu beurteilen, ob digitale Anwendungen zur Selbsttherapie ausreichend für sie sind? Und allgemein: Welche Auswirkungen bringt die Nutzung dieser Technologien auf das Leben der Nutzer:innen mit sich? Tragen die digitalen Anwendungen zu einem gesteigerten Glück bei oder sorgen sie lediglich dafür, dass man negativ im Unglück verharrt? All diesen Fragestellungen gilt es im weiteren Verlauf dieser Arbeit auf den Grund zu gehen.

2.2. Mental Health

Die WHO definiert Psychische Gesundheit als „Zustand des Wohlbefindens, in dem eine Person ihre Fähigkeiten ausschöpfen, die normalen Lebensbelastungen bewältigen, produktiv arbeiten und einen Beitrag zu ihrer Gemeinschaft leisten kann.“⁵⁴ Ist dieser Zustand beeinträchtigt, liegt das zumeist an sogenannten psychischen Störungen. Letztere sollen in diesem Kapitel näher untersucht werden. Darüber hinaus werden auch ent-

⁵¹ Brock 2015, S. 407.

⁵² Gertz 2018, S. 206.

⁵³ Vgl. Coeckelbergh 2020, S. 102.

⁵⁴ WHO 2019.

sprechende Therapiemöglichkeiten, insbesondere die der Selbsttherapie, beleuchtet. Anschließend erfolgt eine Betrachtung aktueller Entwicklungen und Herausforderungen zum Thema Mental Health.

Überblick über ausgewählte psychische Störungen

Beeinträchtigungen der psychischen Gesundheit sind keine Seltenheit. So erkrankten vier von zehn Deutsche im Laufe ihres Lebens an einer psychischen Störung.⁵⁵ Die WHO beschreibt drei Hauptfaktoren, die einen positiven oder negativen Einfluss auf die psychische Gesundheit und das Wohlbefinden haben können. Demnach wirken sich sowohl individuelle Merkmale wie genetische und biologische Eigenschaften als auch die emotionale und soziale Intelligenz eines Menschen auf dessen mentales Wohlergehen aus. Außerdem spielen laut WHO soziale Verhältnisse und Umweltfaktoren eine Rolle.⁵⁶ Wie genau diese Faktoren letztlich den Ausbruch einer psychischen Störung begünstigen, lässt sich jedoch nicht pauschal beantworten.⁵⁷ Zu den häufigsten psychischen Störungen zählen Angststörungen und affektive Störungen (darunter unipolare Depressionen), die nachfolgend noch näher definiert werden.⁵⁸ In Deutschland leiden 9,9 Millionen Menschen unter einer Angststörung und 5,3 Millionen Menschen unter einer unipolaren Depression.⁵⁹ Frauen erkranken dabei doppelt so häufig an einer Depression wie Männer.⁶⁰

In *Das erschöpfte Selbst: Depression und Gesellschaft in der Gegenwart* beschreibt der Soziologe Alain Ehrenberg die Rolle der Depression in der Psychiatrie als „vagen Sammelbegriff“⁶¹, für den eine einheitliche Definition noch ausstünde. Die vorliegende Arbeit nähert sich daher den zu betrachtenden Störungen über das von der WHO verabschiedete ICD-Klassifikationssystem (International statistical classification of diseases and health-related problems) an.⁶² Die amtliche Diagnosenklassifikation (ICD-10) wird vom Bundesministerium für Arzneimittel und Medizinprodukte (BfAM) als Kooperationspartner der WHO veröffentlicht.⁶³ Die ICD-10 erhebt den Anspruch, deskriptive und weitgehend ätiologiefreie Diagnosen zu stellen.⁶⁴ Damit soll eine Abkehr von den vorher üb-

⁵⁵ Vgl. Deutsche Psychotherapeuten Vereinigung e.V. 2020, S. 12.

⁵⁶ Vgl. WHO 2019.

⁵⁷ Vgl. WHO 2012.

⁵⁸ Vgl. Jacobi et al. 2014, S. 81; vgl. Jacobi et al. 2016, S. 89.

⁵⁹ Vgl. Jacobi et al. 2016, S. 89.

⁶⁰ Vgl. Stiftung Deutsche Depressionshilfe o.J. b, S. 1.

⁶¹ Ehrenberg 1998, S. 14.

⁶² Vgl. BfArM 2020.

⁶³ Vgl. ebd.

⁶⁴ Ätiologie = befasst sich mit den Ursachen einer Krankheit; vgl. Bleyl et al. 1976, S. 1.

lichen kategorialen Klassifikationen in Medizin, Psychosomatik und Psychiatrie vollzogen und interkulturelle Vergleiche erleichtert werden.⁶⁵ Im Bereich der psychischen Störungen (Kapitel V der ICD-10) wird dies besonders deutlich am weitgehenden Verzicht auf die klassische Begrifflichkeit der ‚psychischen Krankheit‘ und einem nahezu konsequenten Gebrauch des Wortes ‚Störung‘.⁶⁶

Der folgende Abschnitt nähert sich Depressionen und Angststörungen mit Hilfe des Kapitels V der ICD-10.⁶⁷ Die Depressive Episode (im ICD-10 mit der Kennnummer F32 versehen) wird in der Kategorie der Affektiven Störungen (F30–F39) genauer beschrieben. Eine Depression äußert sich demnach unter anderem in einer gedrückten Stimmung sowie der Verminderung von Antrieb, Aktivität und der Fähigkeit zur Freude. Interesse und Konzentration sind geschwächt und Betroffene leiden unter Müdigkeit, gestörtem Schlaf und vermindertem Appetit. Oftmals sind auch das Selbstvertrauen und Selbstwertgefühl beeinflusst. Die gedrückte Stimmung bleibt relativ konstant, unabhängig der Lebensumstände. Je nach Anzahl und Schwere der Symptome erfolgt die Klassifikation in leichte, mittelgradige und schwere depressive Episoden. Bei einer leichten depressiven Episode (F32.0) treten mindestens zwei bis drei der zuvor genannten Symptome auf und der:die Patient:in leidet unter einer allgemeinen Beeinträchtigung, kann jedoch die meisten Aktivitäten fortzusetzen. Betroffene einer mittelgradigen depressiven Episode (F32.1) haben hingegen große Schwierigkeiten, alltägliche Aktivitäten wahrzunehmen und es zeigen sich vier oder mehr der entsprechenden Symptome. Bei einer schweren depressive Episoden ohne (F32.2) oder mit (F32.3) psychotischen Symptomen (z.B. Halluzinationen, Wahnideen oder Stupor) leiden Patient:innen unter mehreren, quälenden Symptomen, die oftmals auch mit Suizidgedanken und -handlungen einhergehen.⁶⁸

Angststörungen (F41) fallen in die Kategorie der neurotischen, Belastungs- und somatoformen Störungen (F40–F48). Bei einer Panikstörung (F41.0) erleben Betroffene wiederkehrende, schwere Angstattacken (Panikattacken), die auch unabhängig von einer spezifischen Situation oder besonderen Umständen auftreten und deshalb nicht vorhersehbar sind. Dabei werden beispielsweise Herzklopfen, Schwindel und Entfremdungsgefühle empfunden sowie oftmals eine Furcht davor zu sterben, die Kontrolle zu verlieren oder wahnsinnig zu werden. Eine Panikstörung kann außerdem als sekundäre Folge einer Depression auftreten. Bei der Generalisierten Angststörung (F41.1) ist die Angst generalisiert, anhaltend und ‚frei flottierend‘, also nicht auf bestimmte Umgebungsbedingungen beschränkt oder lediglich in diesen betont. Patient:innen leiden unter anderem

⁶⁵ Vgl. Caspar et al. 2018, S. 16.

⁶⁶ Vgl. BfArM 2020.

⁶⁷ Vgl. ebd.

⁶⁸ Vgl. zu diesem Abschnitt BfArM 2020.

unter Nervosität, Zittern, Anspannung, Schwitzen, Benommenheit, Schwindel und Herzklopfen.⁶⁹

Nach dem ICD-Klassifikationssystem muss somit bei einem betroffenen Menschen eine bestimmte Mindestanzahl fest definierter Symptome während eines gewissen Mindestzeitraums festgestellt werden, um eine psychische Störung diagnostizieren zu können.⁷⁰ Kritiker:innen werfen dem deskriptiven Ansatz allerdings wissenschaftliche Unschärfe und Kompromissbildung vor.⁷¹ Außerdem stellt das ICD-Klassifikationssystem nur eine Möglichkeit zur Einordnung psychischer Störungen dar, denn eine Diagnose ist beispielsweise auch mittels des amerikanischen Klassifikationssystems DSM-5 oder klinischen Interviews möglich.⁷²

Behandlungsmethoden bei Depressionen und Angststörungen

Wird eine psychische Störung diagnostiziert, können diverse Behandlungsmethoden zum Einsatz kommen, um die Situation für die Betroffenen zu verbessern und den Zustand des psychischen Wohlbefindens wiederherzustellen. Im Leitbild der WHO heißt es dazu:

„Alle Menschen mit psychischen Störungen haben das Recht auf eine qualitativ hochwertige Behandlung und Betreuung durch eine entsprechende Gesundheitsversorgung. Sie sollten vor jeder Form unmenschlicher Behandlung und Diskriminierung geschützt werden.“⁷³

Welche Form der Behandlung bei Depressionen in Frage kommt, beschreibt beispielsweise die ‚Stiftung Deutsche Depressionshilfe‘. Demnach seien die essentiellen Bestandteile der Behandlung neben der medikamentösen Behandlung – auch als Pharmakotherapie bezeichnet – ebenso psychotherapeutische Verfahren wie die kognitive Verhaltenstherapie. Oftmals werden beide Therapieformen in Kombination angewandt. Ergänzende Maßnahmen oder Verfahren können die Symptomatik sowie die Lebensqualität der Betroffenen zusätzlich verbessern und ihnen dabei helfen, den Alltag zu bewältigen.⁷⁴ Für die genauen Behandlungsempfehlungen kann die ‚Nationale Versorgungsleitlinie Unipolare Depression‘, auch als ‚S3-Leitlinie‘ bezeichnet, herangezogen werden.⁷⁵

⁶⁹ Vgl. zu diesem Abschnitt BfArM 2020.

⁷⁰ Vgl. ebd.

⁷¹ Vgl. Caspar et al. 2018, S. 15.

⁷² Vgl. ebd., S. 18–19.

⁷³ WHO 2019.

⁷⁴ Vgl. zu diesem Abschnitt Stiftung Deutsche Depressionshilfe o.J. a.

⁷⁵ Vgl. DGPPN et al. 2015, S. 45–47.

Eine weitere wichtige Behandlungsmethode stellt die Psychotherapie dar. Der ‚Wissenschaftliche Beirat Psychotherapie‘ definiert diese als „die Behandlung von Individuen auf der Basis einer Einwirkung mit überwiegend psychischen Mitteln“⁷⁶. Dabei werden weitere Bedingungen wie beispielsweise

„das Anstreben der positiven Beeinflussung von Störungs- und Leidenszuständen in Richtung auf ein nach Möglichkeit gemeinsam erarbeitetes Ziel (z.B. Symptomminimalisierung und/oder Strukturveränderungen der Persönlichkeit) sowie einen geplanten und kontrollierten Behandlungsprozess, der über lehrbare Techniken beschrieben werden kann und sich auf eine Theorie normalen und pathologischen Verhaltens bezieht“⁷⁷,

gefordert. Bei depressiven Störungen gilt diese Behandlungsmethode als generell wirksam, wobei der Behandlungserfolg von der Ausprägung der Depression abhängt.⁷⁸ Einige Studien beschreiben, dass die Psychotherapie die gleiche Wirksamkeit wie der Einsatz von Antidepressiva vorweisen kann.⁷⁹

Für die Behandlungsempfehlungen bei Angststörungen kann die ‚S3-Leitlinie Behandlung von Angststörungen‘ herangezogen werden, welche die Psychotherapie und Pharmakotherapie für Patient:innen mit Panikstörung, Agoraphobie oder generalisierter Angsstörung zur Behandlung vorsieht. Bei der Wahl der Behandlung sollte die Präferenz der Patient:innen eine Rolle spielen.⁸⁰ In der Leitlinie heißt es zur Psychotherapie: „Grundlage jeder psychotherapeutischen Intervention soll die Entwicklung und die Aufrechterhaltung einer tragfähigen therapeutischen Beziehung sein, deren Qualität zum Behandlungserfolg beiträgt.“⁸¹

So wird die kognitive Verhaltenstherapie zur Behandlung von Angststörungen empfohlen, innerhalb derer Patient:innen mit angstauslösenden Situation konfrontiert werden sollen (Expositionstherapie). Inwiefern sich der Behandlungserfolg von Einzel- oder Gruppentherapien unterscheidet, ist derzeit noch nicht hinreichend erforscht. Neben der kognitiven Verhaltenstherapie wird im Leitfaden ebenfalls die psychodynamische Psychotherapie als Behandlungsmethode beschrieben.⁸² Hierbei stehen unbewusste Konflikte im Fokus, welche durch „freie Assoziationen und Deutungen des Erlebens und Verhaltens“⁸³ erkannt und gelöst werden sollen.

⁷⁶ Vgl. DGPPN et al. 2015, S. 66–68.

⁷⁷ Vgl. ebd.

⁷⁸ Vgl. Bundesärztekammer und Bundespsychotherapeutenkammer 2008.

⁷⁹ Vgl. DGPPN et al. 2015, S. 94–96.

⁸⁰ Vgl. Bandelow et al. 2014, S. 17.

⁸¹ Ebd., S. 17.

⁸² Vgl. ebd., S. 17–19.

⁸³ Ermann und Waldvogel o.J.

Die Leitlinie widmet sich auch nicht-therapeut:innengestützten Interventionen. Dabei handelt es sich um Anleitungen zur Selbsthilfe in Form von Büchern, Audiomaterial, Computern oder dem Internet, die auf dem Ansatz der kognitiven Verhaltenstherapie basieren. Diese dürfen zwar nicht als einzige Therapieform genutzt werden, da für eine Psychotherapie in Deutschland der Kontakt zu einem:einer Psychotherapeut:in bzw. einem:einer Ärzt:in vorausgesetzt wird, sie können jedoch zur Überbrückung der Zeit bis zum Therapiebeginn oder als begleitende Maßnahme sinnvoll sein.⁸⁴ Das Thema Selbsttherapie wird im nächsten Abschnitt näher betrachtet.

Da in dem Leitfaden zur Behandlung von Angststörungen bereits nicht-therapeut:innen-gestützte Online-Interventionen Erwähnung finden, sollen an dieser Stelle weitere Begrifflichkeiten aus diesem Bereich betrachtet und eingeordnet werden.

Grundsätzlich lässt sich E-Health als Oberbegriff beschreiben, der Gesundheitsangebote umfasst, die „moderne Informations- und Kommunikationstechnologien nutzen“⁸⁵. Die Begriffe Telemedizin, Cybermedizin, Online Health oder Health 2.0 werden teilweise synonym verwendet und beschreiben ebenfalls das Zusammenspiel von Internet und Medizin.⁸⁶ Bei E-Mental-Health liegt der Fokus auf dem Zusammenhang von digitalen Medien und der psychischen Gesundheit. Werden dabei mobile Technologien genutzt, spricht man von M-Mental-Health.⁸⁷ Im weiteren Verlauf dieser Forschungsarbeit werden E-Mental-Health und M-Mental-Health-Angebote betrachtet.

Nach Klein und Berger lassen sich die Formen von internetbasierter Behandlung unterteilen in Anwendungen, bei denen das Internet als Kommunikationsmedium dient, worunter beispielsweise E-Mail oder Videotherapien fallen, und solche, die das Internet als Informationsmedium zur ungeleiteten Selbsthilfe nutzen. Bei der geleiteten Selbsthilfe wird das Internet sowohl als Kommunikationsmedium als auch als Informationsmedium verwendet. So werden Patient:innen beispielsweise durch regelmäßigen Kontakt zu dem:der Therapeut:in bei der Anwendung eines webbasierten Selbsthilfeprogrammes unterstützt. Diese Behandlungsform ist nicht mit dem Ansatz der gemischten Behandlung, dem sogenannten blended treatment, gleichzusetzen, da hiermit eine traditionelle Psychotherapie mit persönlichem Kontakt (Face-to-Face) in Kombination mit internetbasierten psychologischen Interventionen gemeint ist.⁸⁸

Eichenberg und Kühne unterteilen E-Mental-Health-Angebote noch umfassender in die vier Subtypen

⁸⁴ Vgl. zu diesem Abschnitt Bandelow et al. 2014, S. 17.

⁸⁵ Knaevelsrud 2020.

⁸⁶ Vgl. Eichenberg und Kühne 2014, S. 19.

⁸⁷ Vgl. ebd.

⁸⁸ Vgl. Klein und Berger 2013, S. 150–151.

„internetbasierte Interventionsprogramme (mit oder ohne zusätzlichem therapeutischen Kontakt, z. B. zum/zur Hausärzt:in oder Online-Therapeut:in), internetgestützte therapeutische Software (z. B. Serious Games oder auch dialogische Expertensysteme), Onlineberatung und -therapie (singulär oder als ergänzendes Setting im Rahmen einer traditionell geführten ‚Sprechzimmertherapie‘ bzw. ‚Offline-Beratung‘) und Selbsthilfe (Selbsthilfeforen, Blogs, Videos, Selbstdiagnostika etc.)“⁸⁹.

Für die Anwendung von E-Mental-Health-Angeboten in der Praxis ist anzumerken, dass Ärzt:innen und Psychotherapeut:innen laut Digitalem Versorgungsgesetz (DVG) sogenannte Digitale Gesundheitsanwendungen (DiGAs) verschreiben dürfen. Im DiGA-Verzeichnis des Bundesministeriums für Arzneimittel sind diese Anwendungen aufgeführt.⁹⁰

Selbsttherapie

Wie bereits im vorherigen Abschnitt beschrieben, stellt die Selbsttherapie eine Form der heutzutage meist internetbasierten Interventionen bei psychischen Störungen dar. Im Folgenden soll dieser Form der Therapie näher betrachtet werden.

Der Unterschied zwischen der Wirkungsweise bzw. dem Erfolg von professioneller, klinischer Psychologie und populärer Psychologie, welche die Soziologieprofessorin Eva Illouz auch als Praktik der ‚talking cure‘ bezeichnet – zu der sie u.a. Selbsthilfebücher und -gruppen für den ‚quick-fix‘ der mentalen Gesundheit zählt – wird seit jeher kontrovers diskutiert.⁹¹ Während beispielsweise der Schriftsteller Samuel Smiles an Selbsthilfe glaubte und bereits Mitte des 19. Jahrhunderts einige Bücher zu dieser Thematik veröffentlichte, hatte der berühmte Psychoanalytiker Sigmund Freud eher eine pessimistische Ansicht hinsichtlich der psychischen Fähigkeit zur Selbsthilfe und einer ‚self-made recovery‘.⁹² Freud war der Auffassung, dass sich eine beschädigte psychische Entwicklung nicht durch reine Willenskraft wiederherstellen lasse, sondern es der wissenschaftlichen Arbeit eines:einer Psychoanalytiker:in bedürfe, um zur Verbesserung bzw. Heilung des Selbst beizutragen, da diese außerhalb des Bewusstseins und des Willens eines:einer Patient:in erfolge.⁹³ In der Pop-Psychologie, insbesondere in Selbsthilfegruppen, wird hier jedoch anders argumentiert: Wenn ein Fehler immer behoben werden kann, dann muss er das Ergebnis einer Willenskrankheit sein, welche – wenn diese

⁸⁹ Eichenberg und Kühne 2014, S. 23–24.

⁹⁰ Vgl. BfArM o.J.

⁹¹ Vgl. Illouz 2008, S. 12–13.

⁹² Vgl. ebd., S. 152–153.

⁹³ Vgl. ebd., S. 153–154.

selbst gemacht ist – ebenfalls wieder rückgängig gemacht werden könne.⁹⁴ Durch die Verwendung therapeutischer und aktiver Narrative über das Selbst könnten in Sitzungen solcher Selbsthilfegruppen eigene Probleme verstanden, an ihnen gearbeitet und sie überwunden werden.⁹⁵

Auch John Suler, der sich selbst als Cyber-Psychologe bezeichnet, thematisiert in seinem Buch *Psychology of the Digital Age – Humans Become Electric* die Selbsttherapie in Selbsthilfegruppen sowie die Selbsthilfebewegung und das therapeutische ‚Empowerment-Gefühl‘ der Menschen, ihr psychologisches Wachstum selbst steuern zu können.⁹⁶ Suler merkt dabei an, das therapeutische Potenzial von Personen nicht zu unterschätzen, die einander bei einem Problem helfen, welches sie alle teilen.⁹⁷ Selbsttherapie kann allerdings nicht nur im persönlichen Gespräch in Selbsthilfegruppen, sondern auch mittels eigenständiger Schreibtherapie oder Schreibtherapie mit einem:einer Therapeut:in bzw. einem anderen Selbsthilfegruppen-Mitglied als Adressat erfolgen. Diese greift Suler ebenfalls an einigen Stellen in seinem Buch auf. So würde das Schreiben beispielsweise einen psychologischen Nutzen bieten, indem es die Fähigkeit zur Selbstreflexion fördere, einen Erkenntnisgewinn über das Selbst ermögliche und somit eine Form der selbstbestimmten Psychotherapie darstelle.⁹⁸ Die erste Zielsetzung von psychotherapeutischer Veränderung sei die Identität: Bevor wir werden könnten, was wir brauchen und sein wollen, müssten wir zunächst verstehen, wer wir sind.⁹⁹ Mit Hilfe einer Schreibtherapie könnten Suler zufolge Personen unter Umständen enthemmter (als bspw. in einem persönlichen Gespräch) ihre Gedanken und Gefühle vermitteln und sich dadurch selbst besser reflektieren und offenbaren.¹⁰⁰ Auch böten sie die Chance, den Entwicklungsprozess der Therapie besser zu verstehen, indem die Patient:innen das Geschriebene nochmals durchlesen und neu interpretieren könnten, was ihnen z.B. wichtige Einblicke in Veränderungen ihres Gemütszustands ermögliche.¹⁰¹

Die ‚Nationale Versorgungsleitlinie Unipolare Depression‘ widmet sich in einem Abschnitt ebenfalls ausführlich dem Thema Selbsthilfe. Dort wird sie als niederschwellige psychosoziale Interventionen beschrieben und umfasst angeleitete Selbsthilfe sowie technologiegestützte psychosoziale Interventionen. Das Konzept der angeleiteten Selbsthilfe basiert oftmals auf Ansätzen der kognitiven Verhaltenstherapie, wobei der:die Psychotherapeut:in eine unterstützende Rolle einnimmt und den Verlauf und das

⁹⁴ Vgl. Illouz 2008, S. 196.

⁹⁵ Vgl. ebd., S. 196.

⁹⁶ Vgl. Suler 2016, S. 393.

⁹⁷ Vgl. ebd., S. 385.

⁹⁸ Vgl. Suler 2016, S. 161–162 und S. 386.

⁹⁹ Vgl. ebd., S. 383.

¹⁰⁰ Vgl. ebd., S. 384–386.

¹⁰¹ Vgl. ebd., S. 388.

Ergebnis der Behandlung kontrolliert. Ein Vorteil dieser Anwendung liege in der leichten Zugänglichkeit und der Möglichkeit, Angehörige der Betroffenen mit einzubeziehen. Die Form der technologiegestützten, psychosozialen Interventionen basiert ebenfalls auf dem Ansatz der kognitiven Verhaltenstherapie. Hierbei verwenden Patient:innen allerdings ein computerbasiertes System. In der Regel führt der:die Therapeut:in die betroffene Person in das Programm ein und begleitet die Behandlung mit regelmäßigen Rücksprachen. Dabei unterscheiden sich die Programme hinsichtlich des Inhalts, der Komplexität, Intensität und Einbindung des:der Therapeut:in erheblich.¹⁰²

Auch Klein und Berger beschäftigen sich mit Selbsttherapie. Internetbasierte Selbstmanagement-Interventionen können ihnen zufolge nach ihrem Einsatz in verschiedenen Phasen der Behandlung unterschieden werden. So könne ungeleitete Selbsthilfe beispielsweise ein niedrigschwelliger Zugang zur Prävention sein. Auch könne sie in der Frühintervention Anwendung finden, bevor (je nach Bedarf) eine klassische Psychotherapie erfolge. In der Primärversorgung könnten Selbsthilfeprogramme dann durch Ärzt:innen unterstützt werden. Außerdem würden im Rahmen ungeleiteter Selbsthilfe bspw. Inhalte und Übungen zur Vorbereitung einer Psychotherapie eingesetzt. Ebenso könne ungeleitete oder angeleitete Selbsthilfe als Ergänzung einer Psychotherapie eine Rolle spielen. Und auch bei der Behandlung von unterversorgten Gruppen, u.a. bei Patient:innen mit einer anderen Muttersprache, könnten internetbasierte Anwendungen hilfreich sein. Letztendlich könnten internetbasierte Interventionen außerdem in der Rückfallprophylaxe nach einer abgeschlossenen Therapie zu einem langfristigen Therapieerfolg beitragen, beispielsweise via Chat oder E-Mail.¹⁰³

Auch auf dem DGPPN-Kongress 2020 wurde Selbsttherapie thematisiert: Dr. Jan Philipp Klein, leitender Oberarzt für Psychiatrie und Psychotherapie am ‚Zentrum für Integrative Psychiatrie des Universitätsklinikums‘ in Lübeck, referierte – im Rahmen eines Vortrags zur digitalen Revolution in der psychischen Gesundheit – über Internet-Interventionen bei psychischen Störungen und Selbstmanagement. Klein erklärte, oft würde argumentiert werden, dass es eine Lücke in der Behandlung mentaler Störungen gäbe, da es nicht genügend Psychiater:innen geben würde oder weil Patient:innen lange Wege zurücklegen müssten, um einen:eine Psychiater:in aufzusuchen. Häufig würden somit strukturelle Barrieren für eine fehlende Inanspruchnahme einer Behandlung psychiatrischer Störungen verantwortlich gemacht werden. Klein merkte hier allerdings an, dass bei einer Befragung derjeniger, die eine schwere psychische Störung haben und keine Behandlung in Anspruch nehmen, drei von vier (d. h. 75%) angeben würden, dass der Grund für diese fehlende Inanspruchnahme einer Behandlung darin bestünde, dass sie nicht so sehr von jemand anderem abhängig sein wollen, um sich besser zu fühlen bzw. um gesund zu werden. Weiter führte er an, dass Selbstmanagement-Interventionen

¹⁰² Vgl. zu diesem Abschnitt DGPPN et al. 2015, S. 63–65.

¹⁰³ Vgl. zu diesem Abschnitt Klein und Berger 2013, S. 156.

(bzw. Selbsttherapie) hier eine interessante Alternative sein könnten. Er gab jedoch auch zu bedenken, dass nicht alle Probleme durch Selbstmanagement bzw. -therapie gelöst werden können, sondern es unter Umständen auch einer persönlichen Behandlung durch einen:eine Psychiater:in bedarf. Klein sieht solche Selbstmanagement-Interventionen aber als Option für weiter fortgeschrittene persönliche Behandlungen.¹⁰⁴

Weiter thematisierte er in seinem Vortrag auch die Effektivität von Selbstmanagement-Interventionen beispielsweise bei der Behandlung von Depressionen:

„[Studies show] that those who are currently untreated, had a particularly large effect suggesting that we can use these interventions to close the treatment gap. But even if we add these interventions to a psychotherapy, we can get an additionally [sic!] effect suggesting that we can increase the effectiveness of our available treatments.“¹⁰⁵

Zudem beschrieb er, dass Selbstmanagement-Interventionen so effektiv wie Face-to-Face-Psychotherapie sein können, wenn diese als sogenannten ‘guided’ Selbstmanagement-Interventionen angeboten werden.¹⁰⁶

Aktuelle Entwicklungen und Herausforderungen

Obwohl jährlich viele Menschen unter Angststörungen, Depressionen und anderen psychischen Störungen erkranken, nehmen nur knapp 19% der Betroffenen Kontakt zu Leistungsanbietern, wie Ärzt:innen oder Krankenkassen, auf.¹⁰⁷ Bei den Betroffenen von Depressionen haben rund zwei Drittel in den vergangenen zwölf Monaten keine psychotherapeutische Unterstützung gesucht bzw. wurden von Allgemeinmediziner:innen im Rahmen einer primärärztlichen Versorgung behandelt.¹⁰⁸

Verantwortlich dafür können zum einen individuelle Barrieren wie die „mangelnde Kenntnis über Behandlungsmöglichkeiten, Motivationsdefizit, rein somatisches Krankheitskonzept, Schonungsverhalten, Stigmatisierungsangst, interkulturelle Probleme und [ein] hohes Alter“¹⁰⁹ der Betroffenen sein. Zum anderen spielen soziale Barrieren wie eine unzureichende Erkennung psychischer Störungen durch Ärzt:innen, regionales

¹⁰⁴ Vgl. zu diesem Abschnitt Klein 2020.

¹⁰⁵ Ebd.

¹⁰⁶ Vgl. ebd.

¹⁰⁷ Vgl. Mack et al. 2014, S. 296.

¹⁰⁸ Vgl. Bretschneider et al. 2017, S. 15.

¹⁰⁹ Kruse und Herzog 2012.

Fehlen von Versorgungsangeboten oder lange Wartezeiten auf einen Psychotherapieplatz (in manchen Regionen) eine Rolle.¹¹⁰ Insbesondere in Ostdeutschland sowie in Bayern ist die Versorgungsdichte von Psychotherapeut:innen deutlich geringer als in westdeutschen Bundesländern.¹¹¹

Für eine bessere Prävention und Behandlung von psychischen Störungen wurde bereits 2013 der ‚European Mental Health Action Plan 2013–2020‘ entwickelt. Demnach soll das psychische Wohlbefinden der Bevölkerung verbessert und die Belastung durch psychische Störungen verringert werden. Außerdem sollen die Rechte von Menschen mit psychischen Gesundheitsproblemen respektiert und gerechte Chancen geboten werden, die höchste Lebensqualität zu erreichen ohne von Stigmatisierung und Diskriminierung betroffen zu sein. Es sollen zugängliche, sichere und wirksame Dienste eingerichtet werden.¹¹² Konkrete Vorschläge für die Umsetzung dieser Forderungen auf nationaler Ebene liegen allerdings nicht vor.

In den letzten Jahren sind internetbasierte Interventionen als Behandlungsform in der Praxis angekommen. Laut einer Umfrage der Bundespsychotherapeutenkammer bieten mittlerweile 88% der befragten Psychotherapeut:innen Videosprechstunden an, wobei diese zu 90,4% erst seit der Covid-19-Pandemie zum Angebot gehören.¹¹³ Die Covid-19-Pandemie kann an dieser Stelle durchaus als Digitalisierungstreiber bezeichnet werden. Aktuelle Veröffentlichungen zeigen, dass der Bedarf an digitalen Gesundheitsangeboten im Zuge der aktuellen Krise wächst.¹¹⁴ Insbesondere junge Menschen leiden unter den psychischen Belastungen, die unter anderem durch Selbstisolation entstehen.¹¹⁵ Laut dem ‚Zentralinstitut für Seelische Gesundheit‘ (ZI) könnten Digitale Gesundheits-Apps helfen, die negativen psychosozialen Auswirkungen zu mildern.¹¹⁶ Selbstmanagement-Interventionen oder Digitale Gesundheitsanwendungen (DiGAs) könnten laut ZI außerdem die gleiche Wirksamkeit von Face-to-Face-Therapien erzielen und seien daher insbesondere in Pandemiezeiten von besonderer Bedeutung.¹¹⁷ Im ‚Public Health COVID-19 Brief‘ wird der Ausbau digitaler Gesundheitsangebote ebenfalls postuliert.¹¹⁸ Auch eine Untersuchung vor der Covid-19-Pandemie aus dem Jahr 2019, in der eine Reihe aktueller Studien berücksichtigt wurden, zeigt eine hohe Bereitschaft zur Inanspruchnahme von E-Mental-Health-Anwendungen sowohl bei Patient:innen als auch bei Ärzt:innen und

¹¹⁰ Vgl. Kruse und Herzog 2012.

¹¹¹ Vgl. Bretschneider et al. 2017, S. 8–9.

¹¹² Vgl. WHO 2015.

¹¹³ Vgl. Gerlof 2020.

¹¹⁴ Vgl. Bitkom e.V. 2020.

¹¹⁵ Vgl. Zentralinstitut für Seelische Gesundheit (ZI) 2020.

¹¹⁶ Vgl. ebd.

¹¹⁷ Vgl. Ärzteschaft 2020.

¹¹⁸ Vgl. Hinck 2020.

Psychotherapeut:innen.¹¹⁹ Online-Therapie ist flexibel, leicht zugänglich und bietet eine niedrige Hemmschwelle.¹²⁰ Sie kann als Ergänzung zu herkömmlichen zeit- und ortsgebundenen Therapien dienen und Zugang zu schwer erreichbaren Gruppen bieten.¹²¹ Dadurch können internetbasierte Interventionen übliche Behandlungen also ergänzen oder sogar eine Alternative für Menschen sein, die keinen Zugang zu üblichen Formen der Behandlung haben oder solche wünschen.¹²² Auch können anderen Betroffene, Partner:innen oder Angehörige mit in die Online-Therapie einbezogen werden.¹²³

2.3. Digitale Anwendungen und KI in der Gesundheitsbranche

Um verstehen zu können, inwiefern Künstliche Intelligenz in psychotherapeutischen Behandlungen zum Einsatz kommen kann, ist zunächst eine Auseinandersetzung mit der Technologie als solche sowie ihrer Verwendung im medizinisch-psychologischen Kontext notwendig.

Künstliche Intelligenz

Künstliche Intelligenz bezeichnet ein vom Menschen entwickeltes Soft- oder Hardware System mit dem Zweck, ein komplexes Ziel zu erreichen.¹²⁴ Ein zentraler Unterschied zu EDV-Anwendungen, die auf festen Regelwerken basieren, besteht in der Fähigkeit von KI, Muster und Zusammenhänge zu erkennen und dadurch vergleichsweise deutlich bessere Ergebnisse auszugeben. Dabei zeichnen sich KI-gestützte Systeme dadurch aus, dass sie über die Eingabe, Verarbeitung und Ausgabe von Daten hinaus auch in der Lage sind, ohne konkrete Anweisungen der Entwickler:innen Schlussfolgerungen zu ziehen und Maßnahmen zur Zielerreichung einzuleiten.¹²⁵ KI ist in ihrer Ausprägung sehr wandelbar, in vielen Fällen ist sie jedoch in ein größeres technologisches System integriert, wie beispielsweise in Chatbots, Autos und Robotern.¹²⁶

KI-Technologie bietet sich für eine Vielzahl von Einsatzbereichen an, weswegen Expert:innen einen immensen Einfluss auf das zukünftige gesellschaftliche Zusammenleben prognostizieren.¹²⁷ Eine Ursache dafür ist die zunehmende Autonomie der KI, da sie imstande ist, ohne menschliche Intervention und nur auf Basis von eigens gesammelten

¹¹⁹ Vgl. Eichenberg und Hübner 2019.

¹²⁰ Vgl. Knaevelsrud 2020.

¹²¹ Vgl. ebd.

¹²² Vgl. Klein 2020.

¹²³ Vgl. Knaevelsrud 2020.

¹²⁴ Vgl. Coeckelbergh 2020, S. 64.

¹²⁵ Vgl. Grimm und Hammele 2019b, S. 153.

¹²⁶ Vgl. Coeckelbergh 2020, S. 68.

¹²⁷ Vgl. ebd., S. 74.

Erfahrungswerten zu lernen, sich selbst zu steuern und stetig weiterzuentwickeln. Die entwickelten Algorithmen können Muster in Daten wiedererkennen und Prognosen für zukünftige Datenmengen liefern, ohne die entsprechenden Instruktionen des:der Programmierer:in dafür erhalten zu haben. Ein Beispiel dafür ist AlphaZero, eine KI, welche mit den Spielregeln des Brettspiels Schach 'gefüttert' wurde und nach anschließendem, selbstständigem Lernprozess bessere Ergebnisse liefern konnte als „alle bislang entwickelten Softwares in diesem Gebiet“¹²⁸. Dieser Lernprozess, der es Maschinen ermöglicht, ihre Fähigkeiten zu verbessern, wird im Komplex des maschinellen Lernens als ‚Deep Learning‘ bezeichnet.¹²⁹

Maschinelles Lernen ist die Grundlage, auf der KI aufgebaut ist. Konkret ist damit eine Software gemeint, die durch Mustererkennung in großen Datenmengen in der Lage ist zu lernen. An dieser Stelle offenbart sich bereits ein erster Diskurs, denn die Bezeichnung des Lernens lässt vermuten, dass Maschinen ähnlich wie Menschen kognitiv dazu fähig sind, sich neue Dinge anzueignen.¹³⁰ Das Lernen ist allerdings nur eine von mehreren psychologischen Fertigkeiten, welche Margaret Boden Künstlicher Intelligenz zuschreibt. Darüber hinaus führt die Kognitionswissenschaftlerin an, dass KI dazu in der Lage sei, Handlungen zu planen, Entscheidungen zu treffen oder ihr Umfeld wahrzunehmen.¹³¹ Folglich stellt sich die Frage, inwieweit der Intelligenzbegriff in Bezug auf Maschinen anzuwenden ist und wo die Unterschiede zu menschlicher Intelligenz liegen.¹³²

Intelligenzkonzept im Komplex von KI

Der Medien- und Technologiephilosoph Mark Coeckelbergh definiert Künstliche Intelligenz als Mischung aus Technologie einerseits und Wissenschaft andererseits, welche eng mit anderen Disziplinen, wie die der Psychologie, der Kognitionswissenschaft oder auch der Neurowissenschaft verbunden seien. Heute hat sich ein interdisziplinäres Forschungsgebiet um KI herausgebildet, das in den letzten Jahren, bedingt durch die neuen technischen Möglichkeiten, enorm vorangetrieben wurde. Ihr Ziel ist es, die durch KI-Systeme induzierten gesellschaftlichen Veränderungen zu verstehen.¹³³ Im Zentrum der KI-Forschung steht die Frage, wie sich durch Maschinen dargestellte Intelligenz verstehen lässt und welche Auswirkungen dies auf den Begriff von (menschlicher) Intelligenz

¹²⁸ Grimm und Hammele 2019b, S. 164.

¹²⁹ Vgl. ebd., S. 164.

¹³⁰ Vgl. ebd., S. 164–165.

¹³¹ Vgl. Coeckelbergh 2020, S. 64.

¹³² Vgl. Grimm und Hammele 2019b, S. 157.

¹³³ Vgl. Coeckelbergh 2020, S. 67.

als solchen hat.¹³⁴ Sie ist von großer Bedeutung für unser Verständnis davon, welche Funktion KI aktuell übernehmen kann und zukünftig übernehmen könnte.

Im Kontext von Künstlicher Intelligenz steht oft die Frage im Zentrum, inwieweit man diese mit menschlicher Intelligenz gleichsetzen oder zumindest vergleichen kann. Psychologische Eignungen, wie Lernen und Wahrnehmen, sind grundsätzlich ähnlich zu Prozessen im menschlichen Gehirn und Teil einer gewissen Informationsverarbeitung, die nicht zwingend aus menschlicher Intelligenz resultieren muss. Dabei ist die Vorstellung, KI könne äquivalent zum Menschen kognitive Aufgaben meistern und demnach in vielen Belangen ebenbürtig sein, so alt wie der Begriff der Künstlichen Intelligenz selbst. Der Beginn der KI-Forschung kann auf das Jahr 1956 datiert werden, als sich die Teilnehmer der ‚Dartmouth-Konferenz‘ mit der Frage beschäftigten, ob und wie Maschinen dazu fähig sind, Probleme zu lösen oder eine Sprache zu benutzen.¹³⁵ Der Initiator des Vorhabens, John McCarthy, war davon überzeugt, eine solche lernende Maschine entwickeln zu können, deren kognitive Fähigkeiten vergleichbar mit denen der menschlichen Intelligenz wäre. Die potenzielle Entwicklung einer solchen Künstlichen Intelligenz, auch als ‚starke KI‘ bezeichnet, ist seither wissenschaftlich zwar ein Thema, ihre realistische Umsetzung gilt jedoch als umstritten.¹³⁶

Wie zu Beginn des Kapitels bereits angeführt, sind KI-Systeme meistens zu Teilen oder gar vollständig auf maschinellem Lernen aufgebaut. Das heißt, sie können Muster in Datenmengen erkennen und sich ohne die direkte Instruktion durch den:die Programmierer:in verbessern und entwickeln.¹³⁷ In der Praxis bietet KI heute zwar einen enormen Mehrwert, lässt die menschliche Intervention allerdings nicht obsolet werden. Denn obwohl KI-Systeme in ihrer Infrastruktur autonomer geworden sind, ist menschliche Interaktion weiterhin unumgänglich, um verantwortungsvolle Entscheidungen zu treffen. Auch wenn KI-Systeme auf Basis von Datenauswertungen gewisse Handlungsempfehlungen liefern, obliegt es Menschen, fehlende Intuition, Erfahrung oder Sensibilität der KI auszugleichen.¹³⁸

Die Betrachtung von KI als Wissenschaft dient dem Zweck der Aufklärung von Intelligenz und Kognition und soll auch Rückschlüsse zulassen, um menschliche Intelligenz besser zu verstehen und sie abzugrenzen.¹³⁹ Künstliche und menschliche Intelligenz unterscheiden sich in vielerlei entscheidender Hinsicht, bspw. im Hinblick auf das Vor-

¹³⁴ Vgl. Coeckelbergh 2020, S. 64.

¹³⁵ Vgl. Lenzen 2018, S. 21–22.

¹³⁶ Vgl. Grimm und Hammele 2019b, S. 160.

¹³⁷ Vgl. ebd., S. 164

¹³⁸ Vgl. Coeckelbergh 2020, S. 90.

¹³⁹ Vgl. ebd., S. 65.

handensein von Bewusstsein und Gefühlen oder die Fähigkeit, mehrere Dinge gleichzeitig zu tun.¹⁴⁰ Mit der Bezeichnung ‚schwache KI‘ kristallisiert sich dabei der zur ‚starken KI‘ gegensätzliche Begriff heraus, welcher Systeme meint, die sich auf die Lösung spezifischer Anwendungsprobleme beziehen. Diese Technologie ist bereits in unser alltägliches Leben integriert. So zeigt sich dies beispielsweise bei Chatbots, welche schon jetzt einen Großteil der Interaktion zwischen Kunden und Unternehmen im Internet abwickeln¹⁴¹ und in naher Zukunft sowohl einflussreicher als auch allgegenwärtiger werden.¹⁴²

KI-Systeme in der Gesellschaft

Die Bedeutung von Künstlicher Intelligenz im alltäglichen Leben nimmt stetig zu und ihre stetige Weiterentwicklung, begünstigt durch den technologischen Wandel, resultiert in disruptiven Auswirkungen auf die Gesellschaft.¹⁴³ In verschiedenen Branchen, darunter bspw. im Automobil-, dem Finanz- und dem Medizinsektor, werden KI große Potenziale zugeschrieben.¹⁴⁴

Die steigende Bedeutung von KI geht einher mit der Verfügbarkeit enormer Datenmengen, die mit dem Überbegriff ‚Big Data‘ von bisherigen Erhebungen und Beständen abgegrenzt werden. ‚Big Data‘ eignet sich dank seiner drei Eigenschaften Volume (Größe), Velocity (Schnelligkeit) und Variety (Unterschiedlichkeit) zu detaillierter Auswertung und Weiterverarbeitung.¹⁴⁵ Aus der großen Verfügbarkeit dieser Daten, die bei diversen Aktivitäten in unserer vernetzten Welt entstehen, ergeben sich verschiedene Einsatzmöglichkeiten von auf maschinellem Lernen basierenden KI-Systemen.¹⁴⁶

In der Gesundheitsbranche ermöglicht KI den Einsatz von Bild- und Spracherkennung zu diagnostischen Zwecken, eine frühzeitige Warnung bei komplexen Krankheitsverläufen sowie individuelle Therapiemöglichkeiten. In der Krebsforschung wird KI z.B. bereits heute mit alten radiologischen Scans ‚trainiert‘ und hilft anschließend dabei, Tumore bei neuen Diagnosen zuverlässig zu identifizieren. Die Relevanz digitaler Anwendungen in Behandlungs- und Diagnoseprozessen wird stark zunehmen und es wird eine große Hoffnung in die neuen Technologien gesetzt, die eine nachhaltige Verbesserung der Gesundheitsversorgung versprechen.¹⁴⁷

¹⁴⁰ Vgl. Grimm und Hammele 2019b, S. 165.

¹⁴¹ Vgl. Lembke et al. 2019, S. 64.

¹⁴² Vgl. Coeckelbergh 2020, S. 66–67.

¹⁴³ Vgl. Grimm und Hammele 2019b, S. 153.

¹⁴⁴ Vgl. Coeckelbergh 2020, S. 5.

¹⁴⁵ Vgl. Fasel und Meier 2016 S. 6.

¹⁴⁶ Vgl. Coeckelbergh 2020, S. 66–67.

¹⁴⁷ Vgl. Deutscher Bundestag 2020, S. 241.

Mental Health Apps und deren Anwendung in der Gesundheitsbranche

Auch wenn Mental Health Apps eine vergleichsweise junge Technologie sind, nutzen bereits sieben Prozent der Smartphone-Nutzer:innen Apps zur psychischen Gesundheit. Weitere zwölf Prozent könnten sich dies zumindest vorstellen.¹⁴⁸ Gerade im Bereich von Depressionen und Angststörungen ist hier ein großer Nutzen zu erwarten.¹⁴⁹ Gesundheits-Apps haben das Potenzial, Versorgungslücken zu schließen, Therapien effizienter zu machen und individualisiert zu gestalten.¹⁵⁰ Ihre Hauptfunktionen sind dabei Information/Edukation, Tracking/Monitoring und Gesundheitsmanagement.¹⁵¹ Es gibt verschiedene Arten von Mental Health Apps, u.a. Tagebuch-Apps, Apps mit interaktiven therapeutischen Übungen, App-basierte Interventionen, therapieunterstützende Apps, Chatbot Apps oder Virtual Reality Apps.¹⁵² Im Folgenden sollen Mental Health Apps und deren zugrunde liegende Technologie näher beleuchtet werden. Hierfür eignet sich zur besseren Übersicht eine grobe Einteilung in Anwendungen, die KI nutzen und solche, die darauf verzichten.

Anwendungen mit KI-Einsatz

Grundsätzlich sind KI-gestützte Prozesse in Prävention, Diagnose, Behandlung und Nachsorge psychischer Krankheiten denkbar. Manche Systeme können auch entlang dieser gesamten Kette zur Anwendung kommen.¹⁵³

Auch wenn viele Mental Health Apps noch nicht durch Künstliche Intelligenz unterstützt werden, gibt es doch Programme, die sie heute schon anwenden. Als Beispiel hierfür sei etwa die Anwendung ‚deprexis‘ zu nennen, welche auf der kognitiven Verhaltenstherapie basiert und anhand der Antworten der Nutzer:innen einen dynamischen Dialog mit ihnen aufbaut.¹⁵⁴

Einen ähnlichen Ansatz verfolgen Apps wie ‚MoodMission‘, die auf Grundlage der von Nutzer:innen beobachteten Symptome sogenannte Missionen vorschlägt, also etwa Aktivitäten oder Gedankenexperimente, die schnell helfen sollen. Auf Grundlage vorheriger Erfolge oder Misserfolge sucht die App KI-gestützt den jeweiligen Lösungsansatz aus, der für den:die Nutzer:in am wahrscheinlichsten geeignet ist.¹⁵⁵

¹⁴⁸ Vgl. Berg 2019, S. 4.

¹⁴⁹ Vgl. Surmann et al. 2017, S. 1040.

¹⁵⁰ Vgl. Knaevelsrud 2020.

¹⁵¹ Vgl. ebd.

¹⁵² Vgl. ebd.

¹⁵³ Vgl. PricewaterhouseCoopers 2017, S. 8.

¹⁵⁴ Vgl. Ameri 2017, S. 46–47.

¹⁵⁵ Vgl. Bakker und Richard 2019, S. 248.

Neben solchen Programmen, die als eine Art ‚virtueller Therapeut‘ dienen sollen, finden sich auch solche Apps, die Daten von Patient:innen entweder automatisch erfassen oder von diesen eingeben lassen, um sie anschließend aufzubereiten und zu analysieren. Diese Auswertungen können dann therapiebegleitend von Therapeut:innen und Patient:innen genutzt werden.¹⁵⁶ Durch die Datenerhebung und die gemeinsame Auswertung ist somit eine effektivere Therapie möglich, kritische Momente wie etwa eine akute Suizidgefahr können erkannt werden.¹⁵⁷ Bei Apps, die allein auf der Grundlage von Verhaltensdaten eines Smartphone-Nutzers funktionieren, wie etwa ‚Mindstrong‘ oder ‚Spire‘ (letzteres im Zusammenspiel mit Wearables), stellt sich allerdings nicht nur die Frage, ob hieraus belastbare Aussagen über den psychischen Zustand einer Person getroffen werden können, sondern auch, inwiefern solche Apps im Kontext des Überwachungskapitalismus im Zuboff’schen Sinne aufgrund der automatisierten und unkontrollierten Sammlung solcher intimen Daten schon aus Datenschutzüberlegungen heraus als kritisch angesehen werden sollten.¹⁵⁸

Ähnlich schwierig zu bewerten ist in diesem Kontext das Feld der Suizidprävention in Sozialen Netzwerken wie Facebook. Hier wertet eine KI automatisiert Nutzerinhalte aus, um Betroffenen und ihren Freunden Hilfe anbieten zu können. Dies kann zwar in Extremsituationen hilfreich sein, allerdings scannt Facebook hierfür alle Inhalte sämtlicher Nutzer:innen auf etwaige Anzeichen suizidaler Äußerungen. Aufgrund der Regelungen der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) ist diese Funktion in der Europäischen Union deaktiviert.¹⁵⁹

Auf dem DGPPN-Kongress 2020 wurde der Einsatz von KI im Mental Health-Bereich ebenfalls thematisiert: Oyono Vlijter, Projektmanager von ‚eMEN‘, einer E-Mental-Health-Innovation und transnationalen Implementierungsplattform, hält KI für einen effektiven Weg, die Lücke zwischen limitiertem Zugang und Behandlungszeit zu schließen. KI könne schneller und präzisere Diagnosen stellen und es Mediziner:innen ermöglichen, ihre Patient:innen ferngesteuert zu überwachen und über Probleme, die zwischen Behandlungsterminen auftreten, alarmiert zu werden. Er beschreibt, dass KI menschliche Therapeut:innen nicht ersetzen, sondern Daten und Erkenntnisse liefern solle, um Psychotherapien zu optimieren.¹⁶⁰

Auch Dr. Jan Philipp Klein antwortete im Rahmen des DGPPN-Kongresses ähnlich auf die Publikumsfrage, ob durch E-Mental-Health-Angebote wie eMEN zukünftig Face-to-Face-Therapie verringert werden würden: Die beiden Behandlungsangebote stünden in

¹⁵⁶ Vgl. Schiepek 2018, S. 51.

¹⁵⁷ Vgl. ebd., S. 54.

¹⁵⁸ Vgl. Cosgrove et al. 2020, S. 618–621.

¹⁵⁹ Vgl. zu diesem Abschnitt Constine 2017.

¹⁶⁰ Vgl. zu diesem Abschnitt Vlijter 2020.

keinem Wettbewerb zueinander und es würde zu keinem Ersatz von Face-to-Face-Therapie durch Computer, Roboter oder Ähnliches kommen. Stattdessen würden solche Online-Angebote den Zugang zu Behandlungen für Menschen ermöglichen, die bisher noch nicht therapiert werden, wodurch die Behandlungslücke reduziert werden könne. Außerdem sieht Klein in diesen Mental Health-Angeboten auch eine Chance, bisher verfügbare Therapieangebote zu optimieren, beispielsweise durch die Benutzung einer App zusätzlich zur Face-to-Face-Therapie, um deren Effektivität zu steigern und besser für Patient:innen zu sorgen.¹⁶¹

Anwendungen ohne KI-Einsatz

Darüber hinaus gibt es auch eine Vielzahl einfacher Anwendungen, die ohne Künstliche Intelligenz auskommen, bspw. Selbstdiagnose-Apps, die gänzlich standardisiert den ‚Public Health Questionnaire‘ (PHQ-9) abfragen und anschließend auswerten.¹⁶²

Zudem ist auch der Einsatz von Konferenz- und Videotelefonie-Tools zu Therapiezwecken zu nennen. Hierbei handelt es sich zwar nicht um Software, die explizit für diesen Zweck gebaut worden ist, jedoch wird gerade in Zeiten der Covid-19-Pandemie die ‚klassische‘ Therapiesitzung vermehrt in den digitalen Raum verlegt. Auch wenn dies auf den ersten Blick keine große Veränderung des Therapieansatzes bedeutet, wird bei genauerer Betrachtung doch klar, dass dies zu deutlich veränderten Rahmenbedingungen für die Interaktion zwischen Therapeut:in und Patient:in führt. Aus einer Übersichtsarbeit von Autumn Backhaus geht hierzu hervor, dass Psychotherapie per Videotelefonie sehr wohl praktikabel ist und Nutzer:innen auf beiden Seiten zufrieden mit den Resultaten sind, jedoch noch weitergehende Forschung notwendig ist.¹⁶³ Tatsächlich bringt telemedizinische Psychotherapie aber durchaus auch Chancen mit sich: Sind Betroffene dem:der Therapeut:in von zu Hause zugeschaltet, kann sich dieser:diese ein besseres Bild der heimischen Umgebung machen. Für den:die Patient:in fällt die Hürde, das Haus verlassen und sich in eine fremde Umgebung begeben zu müssen.¹⁶⁴

Während Psychotherapie per Videotelefonie etwa in Australien, wo ländliche Regionen extrem dünn besiedelt sind, schon seit einigen Jahren ein Thema ist,¹⁶⁵ hat sie sich hierzulande erst 2020, im Jahr der Covid-19-Pandemie, zu einem in der Breite genutzten Phänomen entwickelt.¹⁶⁶

¹⁶¹ Vgl. zu diesem Abschnitt Klein 2020.

¹⁶² Vgl. Terry und Gunter 2018, S. 137–138.

¹⁶³ Vgl. Backhaus et al. 2012, S. 126.

¹⁶⁴ Vgl. Simpson et al. 2020, S. 413.

¹⁶⁵ Vgl. Simpson, Richardson und Pelling 2015, S. 249.

¹⁶⁶ Vgl. Eichenberg 2020, S. 255.

Einige Apps bieten Videochats mit Therapeut:innen aber auch als Bestandteil ihres Gesamtangebots an.¹⁶⁷ Diese Kombination aus Selbsthilfe und digitalen Kontakten mit Therapeut:innen lässt sich als ‚geleiteter Selbsthilfeansatz‘ bezeichnen und ist eine recht junge Form der Therapie, die sich in den letzten Jahren herausgebildet hat.¹⁶⁸

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass es mit zunehmender Verbreitung des KI-Einsatzes in sämtlichen Lebensbereichen auch zu immer mehr KI-gestützten Anwendungen im medizinischen Bereich kommt – auch im Kontext psychischer Gesundheit. Trotz einer sehr engagiert geführten Diskussion um starke KI ist es nicht abzusehen, dass eine solche autonome Entscheidungen innerhalb einer Therapie trifft. Somit haben KI-Systeme in nächster Zukunft ausschließlich unterstützenden Charakter und die Verantwortung liegt nach wie vor bei dem:der verantwortlichen Expert:in.

Qualitätsprüfung und -sicherung von Mental Health Apps

Im Rahmen des DGPPN-Kongresses berichteten einige Forscher:innen, darunter Dr. Jan Philipp Klein, Prof. Christine Knaevelsrud und Prof. Wolfgang Gaebel, von der Notwendigkeit einer Qualitätsprüfung und -sicherung von Mental Health Apps in Deutschland und Europa. Klein erklärte, dass bereits eine große Anzahl an Selbstmanagement-Interventionen im Internet und in App Stores verfügbar seien, es für Mediziner:innen und Therapeut:innen allerdings sehr schwierig sei, zu entscheiden, welche dieser Anwendungen man für die Behandlung eines:einer Patient:in wählen solle. Aus diesem Grund hat die ‚Deutsche Gesellschaft für Psychiatrie und Psychotherapie‘ Qualitätskriterien für die Auswahl solcher Mental Health Apps bzw. Selbstmanagement-Interventionen entwickelt. Zu diesen Qualitätskriterien gehören die Sicherheit der Patient:innen und deren Daten, eine angemessene therapeutische Qualität, ein Beweis der Effektivität in der Zielgruppe sowie die Transparenz zentraler Informationen. Diese Qualitätskriterien können Patient:innen und Mediziner:innen dabei helfen, eine geeignete, sichere und effektive Selbstmanagement-Intervention zu finden. In Deutschland können Ärzt:innen und Psychotherapeut:innen digitale Gesundheits-Apps bzw. -Anwendungen verschreiben, die im DiGA (Digitale Gesundheitsanwendungen) Verzeichnis aufgeführt sind. Für eine Listung werden die Online-Anwendungen vom Bundesinstitut für Arzneimittel und Medizinprodukte (BfArM) beispielsweise hinsichtlich des Verwendungszwecks (Behandlung / Linderung des Leidens), Versorgungseffekten, Patient:innenzufriedenheit und Effektivität bewertet.¹⁶⁹

Speziell für Psychologie-Apps bzw. psychologische Online-Interventionen hat auch der Berufsverband Deutscher Psychologinnen und Psychologen ein Gütesiegel entwickelt.

¹⁶⁷ Vgl. Terry und Gunter 2018, S. 138.

¹⁶⁸ Vgl. Klein und Berger 2013, S. 150.

¹⁶⁹ Vgl. zu diesem Abschnitt Klein 2020.

Mit dieser Zertifizierung sollen die Wirksamkeit einer App-gestützten psychologischen Intervention und darüber hinaus die Qualitätsaspekte Datenschutz, Transparenz und Sicherheit für Patient:innen, Usability sowie die psychologische Wirksamkeit und Professionalität involvierter Personen (einschließlich einer ethischen Verpflichtung) bestätigt werden. Geprüft werden dabei digitale psychologische Gesundheitsangebote, die in qualifizierter Weise das psychische Wohlbefinden positiv beeinflussen sollen.¹⁷⁰

Auf Europäischer Ebene gibt es noch keine Richtlinien, welche sich speziell mit E-Mental-Health und der Prüfung von in diesem Bereich vorhandenen Angeboten beschäftigen. Besonders Gaebel machte in seinem Vortrag auf dem DGPPN-Kongress deutlich, dass es hierfür jedoch einen dringenden Bedarf gebe.¹⁷¹

Warum eine solche Prüfung und Qualitätssicherung wichtig ist und welche Gefahr von ungeprüfter und unregulierter Software ausgehen kann, zeigt auch Funk, das deutsche Online-Medienangebot und Content-Netzwerk der ARD und des ZDF für Jugendliche und junge Erwachsene zwischen 14 und 29 Jahren.¹⁷² In zwei Videos machen die Psychologin Pia Kabitzsch und die Journalistin Lisa Altmeier auf Gefahren aufmerksam, die von Therapie- bzw. Psychologie-Apps ausgehen können. App Stores bieten eine große Auswahl an Psychologie- und Selbsthilfe-Apps, die frei verfügbar sind und somit von allen Nutzer:innen heruntergeladen werden können. Oft sollen diese Angebote von professionellen Psycholog:innen entwickelt und getestet worden sein oder die Nutzer:innen von Expert:innen betreut werden. Eine solche professionelle Betreuung und Moderation des Austauschs unter den Nutzer:innen fehle innerhalb der Psychologie-Apps jedoch meistens, was dazu führe, dass die Betroffenen mit ihren Problemen alleine gelassen werden würden. Für besonders schwierig hält Kabitzsch es, wenn Personen, denen es generell schon psychisch schlecht gehe, mit nicht geprüften und unregulierten Psychologie-Apps in Kontakt kommen. Die Psychologin beschreibt, dass es sehr gefährlich sein könne, E-Mental-Health-Angebote zu nutzen, ohne zu wissen, worauf man bei solchen achten müsse. Kabitzsch steht frei verfügbaren Psychologie- und Mental-Health-Apps im App Store daher kritisch gegenüber, auch weil deren Wirksamkeit nur in wenigen Fällen durch aussagekräftige, wissenschaftliche Studien überprüft würde. Dadurch überwiege das Risiko, dass es Betroffenen nach der Nutzung solcher ungeprüfter Mental Health Apps psychisch noch schlechter gehen könnte, so die Expertin. Einzige Ausnahme ihrer kritischen Haltung stellen auf Rezept von Ärzt:innen verschriebene, d. h. verschreibungspflichtige, und geprüfte Apps dar (z.B. zur Therapieunterstützung oder Überbrückung von Wartezeiten für einen Therapieplatz). Auch Kabitzsch weist dabei auf das DiGA-Verzeichnis hin.¹⁷³

¹⁷⁰ Vgl. zu diesem Abschnitt Berufsverband Deutscher Psychologinnen und Psychologen o. J.

¹⁷¹ Vgl. zu diesem Abschnitt Gaebel 2020.

¹⁷² Vgl. Funk o. J.

¹⁷³ Vgl. zu diesem Abschnitt Funk (Hrsg.) 2020; Funk (Hrsg.) 2021.

2.4. Generation Z

Im Folgenden wird die zu untersuchende Zielgruppe unter dem Gesichtspunkt von Mental Health betrachtet und analysiert. Um sich aktuelle Merkmale und Lebenswelten der Generation Z zu erschließen, werden vorerst Veränderungen und prägende Erlebnisse im Aufwachsen sowie aktuelle, erkennbare Herausforderungen und das App-Nutzungsverhalten angerissen, sodass sich daraus Charakteristika ergeben und die mentale Gesundheit analysiert werden kann.

Zielgruppendefinition

Die Generation Z definiert junge Erwachsene und Jugendliche, die ab Mitte der 1990er Jahre geboren sind. Eine eindeutige Eingrenzung der Altersspanne lässt sich in verschiedener Fachliteratur nicht auffinden. Vielmehr kommt es zu unterschiedlichen Ansichten aus demographischer und Marketing-Perspektive.¹⁷⁴

Name / Forschungsinstitut	Eingrenzung nach Geburtsjahr
Triple-A-Team AG ¹⁷⁵	Ab 1998
OC&C Strategy Consultants ¹⁷⁶	zwischen 1998 und 2016
Domick ¹⁷⁷	ab 1997
Coiffard ¹⁷⁸	zwischen 1996 und 2002
Scholz ¹⁷⁹	ab 1995

Tabelle 1: Übersicht unterschiedlicher Eingrenzungen der Generation Z (eigene Darstellung).

¹⁷⁴ Vgl. Williams 2016.

¹⁷⁵ Vgl. Triple-A-Team AG 2016, S. 4.

¹⁷⁶ Vgl. OC&C Strategy Consultants 2019, S. 3.

¹⁷⁷ Vgl. Domick 2019.

¹⁷⁸ Vgl. Coiffard 2019.

¹⁷⁹ Vgl. Scholz 2014, S. 31.

Im Überblick der Generationsbezeichnungen folgt die Generation Z auf die Generation Y. Wie in Tabelle 1 erkennbar lässt sie sich nur schwer einheitlich am Alter eingrenzen. Die Definition dieser Generation zeigt sich eher in bestimmten Verhaltensmustern.¹⁸⁰

Folgende Ausarbeitungen sollen Hinweise und Orientierung bieten, sind jedoch nicht als feste Merkmale der Generation Z zu verstehen, da sich diese aufgrund ihres Alters momentan noch am Anfang des sekundären Sozialisierungsprozesses befindet.¹⁸¹ Durch einschneidende Lebensereignisse und mit fortschreitendem Alter ist es möglich, dass sich Verhaltensweisen verändern und möglicherweise den vorangegangenen Generationen anpassen.¹⁸²

Ähnlich wie verschiedene Generationen nur schwer einheitlich voneinander abgegrenzt werden können, hat man es auch bei der Definition von ‚Jugend‘ bzw. ‚jungen Erwachsenen‘ stets mit Ungenauigkeiten zu tun. Der Deutsche Bundestag äußert sich bezüglich des dazugehörigen Altersspektrums folgendermaßen:

„Es hat keinen klaren Anfang und kein klares Ende, wird aber grundlegend durch ein institutionelles Gefüge von Bildungseinrichtungen, zivilgesellschaftlichen Akteuren, sozialen Dienstleistungen, Unternehmen und Firmen strukturiert“¹⁸³.

Daher rückt die Altersbegrenzung im anschließenden Kapitel in den Hintergrund und die Zielgruppe wird stattdessen anhand verschiedener Merkmale charakterisiert.

In der vorliegenden Forschungsarbeit wird die Zielgruppe auf ein Alterssegment von 18 bis 25 Jahren begrenzt, da es zu dieser Altersgruppe besonders relevante Erkenntnisse gibt. Zusätzlich werden die jüngeren Vertreter:innen der Generation Z in den nächsten Jahren in die für die Forschung zu untersuchende Zielgruppe von ca. 18 bis 25 Jahren fallen.

Merkmale, Eigenschaften und Herausforderungen

„Die Generation Z ist die erste Alterskohorte von Konsumenten, die als ‚Digital Natives‘ von Geburt an mit digitaler Technik aufgewachsen ist.“¹⁸⁴ Sie erlebt den Beginn von Smartphones und die Markteinführung des iPhones, durch welches Internet, Kamera, Apps, Telefonie und Kurznachrichten in einem Gerät vereint werden. Auch Social-Media-Plattformen sind im Vergleich zu vorherigen Generationen nichts Neues mehr für

¹⁸⁰ Vgl. Scholz 2014, S. 31.

¹⁸¹ Vgl. Brademann und Piorr 2017, S. 348–349.

¹⁸² Vgl. Engel 2019, S. 35.

¹⁸³ Deutscher Bundestag 2017, S. 75.

¹⁸⁴ Kleinjohann und Reinecke 2020, S. 16.

die Generation Z, sondern werden als Standard zur Online-Identität mit beinahe schon zwanghafter Beteiligung angesehen.¹⁸⁵

Auch Online-Medien spielen eine ausschlaggebende Rolle. Sie prägen nicht nur die Marketing- und Kommunikationsbranche, sondern auch das Aufwachsen und somit das Verhalten der Vertreter:innen der Generation Z. Plattformen wie Facebook (2004) und YouTube (2005) bieten die Möglichkeit, ‚always on‘ und ohne Bindung an einen Ort zu kommunizieren und Inhalte zu konsumieren.¹⁸⁶ So ist die Generation Z bereits in ein digital vernetztes Umfeld hineingewachsen – eine Zeit, in der diese Möglichkeiten nicht vorhanden waren, ist ihr nicht bekannt.¹⁸⁷

Die Generation Z kommt vorwiegend aus (finanziell) eher sorgenfreien Elternhäusern.¹⁸⁸ Auf den ersten Blick scheinen also die wichtigsten Voraussetzungen gegeben zu sein, um der Zukunft positiv entgegen blicken zu können. Jedoch beschäftigt die Generation Z weitaus mehr ‚indirekte‘ Probleme, die auch eine Herausforderung für ihr psychisches Wohlbefinden darstellen.

Neben Klimawandel und Terrorismus spielt auch die Migrationsgesellschaft vornehmend in Europa eine immer bedeutendere Rolle für die Generation Z.¹⁸⁹ „Seit Jahrzehnten ist die Lebenslage junger Menschen in der Bundesrepublik Deutschland durch eine wachsende migrationsbedingte Diversität gekennzeichnet.“¹⁹⁰ Im Jahr 2018 beträgt der Anteil der Jugendlichen bzw. jungen Erwachsenen, die selbst als Migrant:innen in Deutschland gelten oder deren Eltern bereits zugewandert sind, 25%.¹⁹¹

Die Globalisierung und der technologische Fortschritt eröffnen der Generation Z zahllose Möglichkeiten, sorgen damit jedoch auch für Unsicherheit und Überforderung. Junge Menschen sehen sich oftmals mit einem Überangebot an Alternativen konfrontiert, z.B. in Bezug auf Konsum oder ihren beruflichen Werdegang. Das sorgt dafür, dass sie besonders intensiv nach Sicherheit und Orientierung suchen. Zudem trägt auch der Einfluss der digitalen und Sozialen Medien zu ihrem Wunsch und ihrer Suche nach Halt bei.¹⁹²

Durch die ‚always on‘-Mentalität hat sich auch die Rolle der Eltern gegenüber ihren Kindern verändert. Die Generation Z fühlt sich gerne geborgen und sowohl Eltern als auch Kinder sehen diesen Zustand inzwischen als Standard an.¹⁹³ Zusätzlich agieren Erstere

¹⁸⁵ Vgl. Triple-A-Team AG 2016, S. 3–5.

¹⁸⁶ Vgl. Klaffke 2014, S. 70–71.

¹⁸⁷ Vgl. Domick 2019.

¹⁸⁸ Vgl. Klaffke 2014, S. 71.

¹⁸⁹ Vgl. Triple-A-Team AG 2016, S. 7.

¹⁹⁰ Deutscher Bundestag 2018, S. 51.

¹⁹¹ Vgl. ebd.

¹⁹² Vgl. zu diesem Abschnitt Imdahl und Huber 2019, S. 66.

¹⁹³ Vgl. Scholz 2014, S. 42.

beim Versuch, ihre Kinder bestmöglich zu schützen, aber auch teilweise als ‚Helikopter-Eltern‘, kontrollieren und überwachen ihren Nachwuchs intensiver. Darüber hinaus versuchen Eltern immer häufiger, ihre Kinder auf wirtschaftliche, berufliche, aber auch soziale Probleme, wie beispielsweise Mobbing vorzubereiten und zu zeigen, wie sie diese im Leben meistern und damit umgehen können.¹⁹⁴

Psychisches Wohlbefinden in der Generation Z

Einer Studie der American Psychological Association aus dem Jahr 2018 zufolge wirken sich die oben beschriebenen Herausforderungen auch auf die psychische Gesundheit von Angehörigen der Generation Z aus. „91 percent of Gen Zs between ages 18 and 21 say they have experienced at least one physical or emotional symptom due to stress in the past month compared to 74 percent of adults overall“¹⁹⁵. Als Stresssymptome wurden bei den Befragten das Gefühl von Depressionen an erster Stelle mit 58% Zustimmung angegeben. Danach folgen mangelndes Interesse, Motivation oder Energie (55%) und das Gefühl von Nervosität und Angst (54%).¹⁹⁶ 48% der Generation Z fühlen sich die meiste bis gesamte Zeit gestresst und ängstlich. Gleichzeitig spricht die Generation Z Mental Health als wichtigstes ‚Gut‘ (verglichen mit finanziellem oder persönlichem Schutz) eine enorme Bedeutung zu. Außerdem erfragte wiederum eine Studie von Deloitte die Zustimmung der Befragten zu der These, die Generation Z könne glücklicher als ihre Eltern bzw. die Generation ihrer Eltern werden – nur 27% der Gen Z teilten diese Ansicht.¹⁹⁷

Auch in einer Umfrage des Pew Research Centers identifizierten 70% der Befragten (zwischen 13 und 17 Jahren) Depressionen und Angst als größte Herausforderungen, denen sie gegenüberstehen. Danach folgen Mobbing, Drogenabhängigkeit und Alkoholkonsum.¹⁹⁸ Es wird deutlich, dass Mental-Health-Probleme aktueller denn je für junge Menschen sind.

Bereits vor dem Ausbruch der Covid-19-Pandemie ergab eine Studie von Deloitte, dass die Generation Z als Arbeitnehmer:innen häufig unter Stress und Angst leiden. Während der Covid-19-Pandemie wurde eine zweite Umfrage durchgeführt und jüngste Entwicklungen zeigten ein geringeres arbeitsbedingtes Stresslevel, was wiederum auf die Entschleunigung während dieser Zeit zurückzuführen ist.¹⁹⁹

Gleichzeitig hat die Covid-19-Pandemie bestimmte Treiber von Stress und Angst jedoch auch befeuert. Viele Beeinträchtigungen der psychischen Gesundheit in der Generation

¹⁹⁴ Vgl. Ernst & Young 2015, S. 7.

¹⁹⁵ American Psychological Association 2018, S. 4.

¹⁹⁶ Vgl. ebd.

¹⁹⁷ Vgl. Deloitte 2020, S. 3.

¹⁹⁸ Vgl. Menasce Horowitz und Graf 2019.

¹⁹⁹ Vgl. Deloitte 2020, S. 4–5.

Z ergeben sich nach einer Studie von Scientific Research vor allem aus der zunehmenden Vereinsamung der jungen Menschen.²⁰⁰ Eine schlechte Work Life Balance sowie das Problem und die Unfähigkeit, sein ‚authentisches Selbst‘ zu sein, spielen dabei eine tragende Rolle.²⁰¹ In diesem Kontext identifizieren Angehörige der Generation Z auch Social-Media-Plattformen als schädlich für ihr mentales Wohlbefinden. Für 55% der Befragten stellen Social-Media-Plattformen zwar eine Unterstützung dar, für fast die Hälfte der Befragten (45%) sorgt die Nutzung von Instagram, Facebook & Co. jedoch für negative Erlebnisse, wie beispielsweise das Gefühl, bewertet oder verglichen zu werden. Insgesamt geben 38% an, sich durch die Nutzung von Social-Media-Plattformen schlecht zu fühlen.²⁰²

73% Prozent der Befragten in der Generation Z geben an, dass sie im vergangenen Jahr mehr emotionale Unterstützung für notwendig gesehen hätten.²⁰³ Nach einer Befragung von YPulse ist die Generation Z der Ansicht, dass nach sportlicher Betätigung (57%) an erster Stelle eine Therapie (48%) am effektivsten dafür wäre, Angstzustände und Schmerzen in Bezug auf Mental Health zu behandeln.²⁰⁴ Für Hilfe und Unterstützung zur Verbesserung der Mental Health zeigt sich die Generation demnach offen. Bereits 37% der Generation Z haben professionelle Hilfe in Form von Psycholog:innen in Anspruch genommen.²⁰⁵

App-Nutzungsverhalten

„Die Generation Z ist die erste, die zu 100 Prozent in der mobilen Welt groß wird.“²⁰⁶ Dabei wird deutlich, dass die Generation Z – geprägt von einer ‚always on‘-Mentalität – zunehmend mehr und intensiver mobile Endgeräte nutzen wird, was mit der Nutzung von Apps einhergeht. Social-Media-Plattformen stehen – gemessen an der durchschnittlichen Nutzungsdauer – dabei an der Spitze der verfügbaren Apps. WhatsApp, YouTube, Instagram und Snapchat werden mehrfach täglich verwendet und als wichtigste Applikationen für den Alltag eingestuft.²⁰⁷ Weiterhin lässt die App-Nutzung der Generation Z

²⁰⁰ Vgl. Jose und Lim 2014, S.160–161.

²⁰¹ Vgl. Grijak 2017, S. 27–28.

²⁰² Vgl. American Psychological Association 2018, S. 6.

²⁰³ Vgl. ebd.

²⁰⁴ Vgl. ypulse 2018, S. 2.

²⁰⁵ Vgl. American Psychological Association 2018, S. 4.

²⁰⁶ Krantz 2019 zitiert nach Schobelt 2019.

²⁰⁷ Vgl. YouGov 2017, S. 13.

auch Interesse an den Themenbereichen wie Schlaf(-Tracking), Diät und Ernährung sowie Selbst- und Zeitmanagement erkennen. 44% der Befragten benutzen Gesundheits-, Wellness- oder Fitness-Apps.²⁰⁸

Auch mögliche Apps zum Stressabbau sind für die Generation Z im Vergleich zu vorherigen Generationen beliebter geworden. Im Vergleich zur Generation X (7%) nutzt die Generation Z im Jahr 2020 mit 11%, insbesondere aufgrund der durch die Covid-19-Pandemie bedingten Änderungen ihres Alltags, Apps zum Stressabbau und lädt sogar erstmalig neue Apps im Bereich ‚Stressabbau‘ herunter.²⁰⁹

Durch die voranschreitende Offenheit der Generation Y fällt es der nachfolgenden Generation Z oft leichter, sich auf das Thema Therapie und Mental Health einzulassen.²¹⁰ Einer Studie von PricewaterhouseCoopers International (PwC) zufolge nutzen bereits 24% der Befragten innerhalb der Generation Z Apps zum Reduzieren von Stress.²¹¹ Bezüglich Werbung und Werbeinhalten in Apps ist die Generation Z zwiespaltig. 48% der Generation Z und Generation Y macht es nichts aus, wenn Werbeinhalte gezeigt werden, um eine App kostenlos zu nutzen.²¹²

Auch das Engagement in Apps ist bei der Generation Z weiter gestiegen. Die Generation Z hat 55% mehr Sessions pro Nutzer:in in den Top-Non-Gaming-Apps mit 150 Sessions pro Monat je App mit einer durchschnittlichen Zeit von 3,7 Stunden pro Monat, die in diesen Apps verbracht werden. Entsprechend steigt also nicht nur die Anzahl der Sessions, sondern auch die Nutzungsdauer.²¹³

Neben Unterhaltung und einem deutlichen Mehrwert für die Nutzung müssen Apps außerdem schnelle Ladezeiten und einfaches User Interface mitbringen, um von der Generation Z tatsächlich genutzt zu werden.²¹⁴ App-Lösungen sollten flexibel an die Bedürfnisse der Generation Z angepasst werden und besonders bequem und intuitiv gestaltet sein. Eine hohe Benutzerfreundlichkeit spielt für die Generation Z bei Apps eine besonders große Rolle.²¹⁵

Im Zusammenspiel mit der ‚always on‘-Mentalität und der erhöhten Nutzung von Apps in der Generation Z, unter anderem auch von Apps zum Stressabbau, wird der Bedarf an

²⁰⁸ Vgl. PwC 2020, S. 7.

²⁰⁹ Vgl. Criteo Global App Survey 2020, S. 7–8.

²¹⁰ Vgl. Harris o.J.

²¹¹ Vgl. PwC 2020, S. 7.

²¹² Vgl. Criteo Global App Survey 2020, S. 7–8.

²¹³ Vgl. App Annie 2019, S. 14.

²¹⁴ Vgl. IBM 2017.

²¹⁵ Vgl. PwC 2020, S. 7.

Mental Health-Apps deutlich. Aktuell lassen sich bisher nur wenige Erkenntnisse darüber finden, inwiefern solche Mental Health-Apps in der Generation Z in Bezug auf psychische Belastungen und Störungen genutzt werden.

Hier soll diese Forschungsarbeit ansetzen und im Folgenden die Nutzung solcher Anwendungen durch Angehörige der Generation Z, die mit psychischen Belastungen zu kämpfen haben und möglicherweise ihren Zustand verbessern wollen, weiter untersuchen.

3. Forschungsleitende Fragestellungen

Wie die theoretische Betrachtung im ersten Teil dieser Arbeit zeigt, bietet das Thema Mental Health und die Einstellung zu und Nutzung von Gesundheits-Apps in der Generation Z insbesondere im Hinblick auf KI sowie Digitale Ethik weitreichenden Forschungsbedarf.

Aufbauend auf eben dieser theoretischen Betrachtung wurde nachfolgende forschungsleitende Fragestellung entwickelt:

Können Apps & KI-Anwendungen bei psychischen Belastungen und Störungen das mentale Wohlbefinden & die mentale Gesundheit unterstützen?

Um diese übergeordnete Forschungsfrage zu beantworten, wurden nachfolgende Teilfragen (T) ausgearbeitet. Der Fokus auf unterschiedliche Bereiche des Themenspektrums soll eine tiefergehende Untersuchung ermöglichen. Durch die ausführliche Recherche in Kapitel 2 lassen sich Vorüberlegungen festhalten, die im Sinne eines explorativen Ansatzes als Hilfestellung für die Untersuchung dienen.

Zunächst stellt sich die Frage, ob der Einsatz von Online-Anwendungen zu einer nachhaltigen Linderung von psychischen Störungen beitragen kann. Dabei werden in dieser Forschungsarbeit auch Gesundheits-Apps unter Online-Anwendungen kategorisiert.

Außerdem ist fraglich, inwiefern herkömmliche Therapien durch die Nutzung solcher Anwendungen ersetzt werden können. Aus der Theorie lässt sich die Vermutung aufstellen, dass Gesundheits-Apps in Verbindung mit herkömmlichen Therapien zu einer Linderung psychischer Störungen führen können. Eine App könnte auch einem Arztbesuch vorgezogen werden, wenn dies für Betroffene aufgrund des psychischen oder generellen gesundheitlichen Zustandes beziehungsweise empfundener Stigmatisierungen einfacher ist, der Besuch bei einem:iner Ärzt:in. Ein weiterer Grund für die Bevorzugung einer Online-Anwendung könnte auch darin bestehen, dass Arztbesuche bspw. aufgrund der Covid-19-Pandemie weniger oder erschwerter möglich sind.

Für die qualitative Untersuchung wurden daher folgende Teilfragen festgelegt:

T1: Führt der Einsatz von Therapie- und Gesundheits-Apps zu einer nachhaltigen Linderung psychischer Störungen?

T2: Unter welchen Umständen können vor allem unter aktuellen Bedingungen solche Therapiemodelle einen herkömmlichen Arztbesuch ersetzen?

Zudem soll herausgefunden werden, wie Betroffene Online-Anwendungen wahrnehmen und welche strukturellen Probleme sich mit Betrachtung auf die Gesundheitsbranche ausmachen lassen. Es ist anzunehmen, dass Apps eher wahrgenommen und schließlich auch genutzt werden, wenn Krankenkassen diese bezuschussen. Eventuelle Hürden, mit denen Betroffene bei der Suche nach professioneller Handlung konfrontiert werden (bspw. zu wenige Therapieplätze), könnten eine schnelle und effektive Behandlung verhindern. Apps können möglicherweise dazu beitragen, diese Hürden abzubauen. Gegebenenfalls können Apps Menschen dazu motivieren, sich verstärkt mit ihrer psychischen Störung auseinanderzusetzen und Hilfe bei Therapeut:innen aufzusuchen. Jedoch erscheint es nicht empfehlenswert, Menschen, die profunde Probleme mit ihrer Psyche haben, mit KI-basierten Apps alleine zu lassen. Außerdem soll auch die Vermutung, dass Apps von der Gesundheitsbranche verwendet werden, um kurzfristige Lösungen zu schaffen und systematische Probleme nicht ausreichend beheben zu wollen, näher betrachtet werden.

Für diesen Bereich wurden daher weitere Teilfragen formuliert:

T3: Wie werden Apps und digitale Therapiemöglichkeiten, die bereits heute teilweise von Krankenkassen bezuschusst werden, von Patient:innen wahrgenommen?

Überwiegen die positiven Seiten (bspw. der niedrigschwellige Einstieg oder der Abbau von Hemmungen und Stigmen)?

T4: Sollen mit den Angeboten strukturelle Probleme in der Gesundheitsbranche (beispielsweise zu wenige Therapieplätze) überdeckt werden?

Schließlich ergeben sich Fragestellungen hinsichtlich der Gestaltung von Online-Anwendungen und der Einstellung von Betroffenen insbesondere auch gegenüber Künstlicher Intelligenz. Apps, die als datenschutzrechtlich unbedenklich gelten, werden vermutlich eher genutzt. Auch machen positive Bewertungen oder Empfehlungen anderer Betroffener eine Online-Anwendung vermutlich attraktiver für Nutzer:innen. Gleiches gilt für die Empfehlungen von Ärzt:innen. Online-Anwendungen, bei denen eine Psychologin oder ein Psychologe mit den Nutzer:innen kommuniziert, erscheinen nach Betrachtung der theoretischen Grundlagen hilfreicher als Apps mit KI. Es lässt sich vermuten, dass den Empfehlungen einer KI weniger Glaubwürdigkeit zugeschrieben wird

als den Empfehlungen einer menschlichen Therapeutin oder eines Therapeuten. Je persönlicher die KI jedoch funktioniert, desto hilfreicher erscheint diese. Durch ihren Aufforderungscharakter können Apps allerdings Abhängigkeiten schaffen, die einer effektiven Linderung einer psychischen Störung möglicherweise entgegenwirken. So scheinen einige Online-Anwendungen (im Sinne von Dating-Apps) so konzipiert zu sein, dass Personen nie ganz ‚austherapiert‘ sein dürfen und dadurch in ihrem Unglück verharren, da sie ansonsten die App wieder deinstallieren würden.

Folgende Teilfragen werden deshalb für die letzten Themenaspekte formuliert:

T5: Wie müssen Apps gestaltet werden, damit sie helfen können?

T6: Gibt es vielleicht sogar Programme, die so konzipiert sind, dass sie keine nachhaltige Hilfe liefern können, weil sie dadurch ihre Nutzer:innen verlieren würden?

T7: Welche Rollen spielen Datenschutz und -sicherheit, ‚Persönlichkeit‘ und wie verhalten sich virtuelle Dialoge mit einer KI im Vergleich zum Gespräch mit einem:einer Therapeut:in?

4. Empirische Untersuchung

Zur Beantwortung der vorangegangenen Forschungsfragen wird im Folgenden eine empirische Untersuchung in Form einer qualitativen Forschung durchgeführt.

4.1. Forschungsdesign

Für die eigenständige Datenerhebung wurde ein qualitativer Forschungsansatz gewählt. In nicht-standardisierten Interviews (Tiefeninterviews) mit Proband:innen aus der gewählten Zielgruppe galt es, die Nutzung von Mental Health-Apps sowie Fragestellungen zum psychischen Wohlbefinden vor dem Hintergrund dieser Online-Anwendungen in der gewählten Zielgruppe zu erforschen. Darüber hinaus sollte aus qualitativen Experteninterviews ein zusätzlicher Erkenntnisgewinn resultieren.

Ein Vorteil qualitativer Forschungsmethoden besteht darin, dass emotionale Reaktionen der Proband:innen sichtbar werden. Sie eignen sich damit besonders gut, um einen unmittelbaren Einblick in die persönliche Wahrnehmung der Zielgruppe zu erhalten. Weiter wird mittels qualitativer Forschungsmethoden ein Wissensgewinn durch die hohe Flexibilität bei der Befragung sowie ein tieferer Informationsgehalt durch die Erfassung subjektiver Meinungen ermöglicht. Dank der persönlichen Interaktion können durch Nachfragen zusätzliche Informationen generiert werden.²¹⁶ Ein Nachteil, der bei der

²¹⁶ Vgl. Eisend und Kuß 2017, S. 109.

Durchführung qualitativer Forschung in Kauf genommen werden muss, besteht in der mangelnden Repräsentativität der Stichprobe. Weiter werden höhere Anforderungen an die Interviewenden vor (d. h. bei der Planung) und während des Interviews, beispielsweise durch flexible, kurzfristige Reaktion auf bestimmte (Gegen-)Fragen, gestellt. Dabei kommt es zu einer geringeren Flexibilität in Bezug auf Zeit und Ort und zu einem erhöhten Aufwand durch die Rekrutierung geeigneter Proband:innen und intensiver Interpretation der Auswertungen.²¹⁷

Im Gegensatz zur quantitativen Forschung geht es bei der qualitativen Forschung nicht um eine numerische Darstellung von Einstellungen und Verhalten, sondern vielmehr um eine freie, interpretative Analyse nicht standardisierter Daten. Zusätzlich besteht die Gefahr einer Einflussnahme durch Dritte.²¹⁸ Bei einer quantitativen Forschungsmethode wäre allerdings sowohl eine hohe Objektivität bzw. Validität durch eine größere Stichprobe und die Verarbeitung dieser als auch eine hohe Flexibilität und möglicherweise ein geringerer Zeitaufwand gegeben.²¹⁹ Die Durchführung einer quantitativen Datenerhebung wurde jedoch vor allem deshalb abgelehnt, da es sich bei dem Forschungsgegenstand um ein noch immer stigmatisiertes Thema handelt. Aus demselben Grund wurden auch Gesprächsrunden mit mehreren Teilnehmer:innen ausgeschlossen. In dieser Konstellation hätte das Risiko bestanden, dass als ‚unangenehm‘ eingeschätzte Wahrnehmungen und Eindrücke der Proband:innen unter Umständen zurückgehalten worden wären. Dementsprechend wurden direkte Gespräche mit Proband:innen für die vorliegende Arbeit als erfolgsversprechender erachtet. Zusätzlich bedarf das Thema einer starken Kontrolle und Selektion der Proband:innen, da sich die Forschungsfrage nur auf einen bestimmten Teil der Generation Z bezieht. Bei einer quantitativen Befragung, z.B. im Rahmen einer Online-Umfrage, hätte nicht hinreichend sichergestellt werden können, dass alle Teilnehmer:innen auch tatsächlich dieser Zielgruppe entsprechen.

Insgesamt wurden zehn Tiefeninterviews mit Betroffenen und ein Experteninterview mit Prof. Dr. Ulrich Hegerl, dem Vorsitzenden der ‚Stiftung Deutsche Depressionshilfe‘, durchgeführt.

In diesem Kapitel wird nun zunächst die Auswahl der Erhebungsmethoden, Tiefeninterviews mit Proband:innen und Experteninterviews, näher erläutert. Anschließend werden in den darauffolgenden beiden Abschnitten die Leitfadententwicklung und der Pretest, als vorbereitende Maßnahmen des Forschungsinstrumentes, dargestellt. Die beiden letzten Unterkapitel beschreiben die Interviewdurchführung und Transkription sowie die Auswahl der Analysemethoden und des Kategoriensystems mit deduktiven und induktiven Kategorien.

²¹⁷ Vgl. Schreier 2013, S. 276–278.

²¹⁸ Vgl. Röbbken und Wetzels 2019, S. 13–15.

²¹⁹ Vgl. Echterhoff 2013, S. 105–107.

Auswahl der Erhebungsmethode

Im Rahmen der qualitativen Untersuchung dieses Forschungsprojekts sollten nicht-standardisierte Interviews sowohl mit Proband:innen als auch mit Expert:innen durchgeführt werden. Ablauf und Inhalt dieser Interviews wurden dabei mit Hilfe von Leitfäden grob festgelegt.²²⁰ Diese sind unter den Anhängen [B.1](#) für die Betroffeneninterviews und [B.2](#) für die Experteninterviews am Ende dieses E-Books einsehbar.

Mit den Proband:innen werden sogenannte Tiefeninterviews, die bekannteste Form der qualitativen Befragungs- bzw. Erhebungsmethoden, geführt. Diese definiert Salcher als

„ein langes und intensives Gespräch zwischen Interviewer und Befragtem über vorgegebene Themen, das der Interviewer in weitgehend eigener Regie so zu steuern versucht, dass er möglichst alle relevanten Einstellungen und Meinungen der befragten Person zu diesen Themen erfährt, auch wenn es sich um Aspekte handelt, die der befragten Person bis zu diesem Zeitpunkt selbst nicht klar bewusst waren.“²²¹

Gerade für die Erforschung eines emotionalen und heutzutage eher noch tabuisierten Themas wie der mentalen Gesundheit sind Tiefeninterviews besonders geeignet. Wichtig ist, dass der:die Interviewer:in den Aussagen der Proband:innen dabei nicht wertend gegenübersteht, sondern sich Letztere unbeeinflusst und frei zum Forschungsthema äußern können. Oft wird sich die Probandin oder der Proband – wie in der Definition von Salcher bereits erwähnt – im Rahmen solcher Interviews auch selbst erst der eigenen Motive, Verhaltensweisen, usw. richtig bewusst.²²² Diesen gilt es durch den:die Interviewer:in auf den Grund zu gehen.

Neben der Literaturrecherche und den Tiefeninterviews mit Proband:innen sollten auch Experteninterviews für die Informationsbeschaffung bzw. als „komplementäre Informationsquelle“²²³ eingesetzt werden. Expert:innen können als sachkundige Ratgeber:in und Wissensvermittler:in dienen, die einen guten Zugang zu Spezial-, Fakten- und/oder Erfahrungswissen bieten.²²⁴ Der Expertenstatus ist dabei keine die Person betreffende Eigenschaft oder Fähigkeit, sondern eine Zuschreibung der Gesellschaft.²²⁵

Für die Expertenauswahl bedeutet dies, dass die Suche nach geeigneten Expert:innen immer vom jeweiligen Forschungsfeld und -interesse abhängt und Expert:innen somit

²²⁰ Vgl. Kuß 2012, S. 140.

²²¹ Sachler 1995 zitiert nach Kuß 2012, S. 140.

²²² Vgl. Kuß 2012, S. 141.

²²³ Vgl. Bogner et al. 2014, S. 23.

²²⁴ Vgl. Helfferich 2019, S. 671.

²²⁵ Vgl. Bogner et al. 2014, S. 11.

eine Art Konstrukt sowohl des Forschenden als auch der Gesellschaft darstellen.²²⁶ Da sich die Auswahl der Expert:innen also vordergründig am Forschungsinteresse orientiert (d. h. Personen gefunden werden sollen, die Auskünfte über den gewählten Forschungsgegenstand geben können) muss dieses vor Durchführung der Experteninterviews klar sein.²²⁷

Interviews sind im Allgemeinen Interaktions- und Kommunikationssituationen und dienen dazu, das Wissen der Befragten (im Falle von Experteninterviews der Expert:innen) zu erheben.²²⁸ Bei Experteninterviews werden die Interviewten – wie bereits dargestellt – aufgrund ihres zugeschriebenen Expertenstatus befragt.²²⁹ Eine Form des Experteninterviews ist das explorative Experteninterview.²³⁰ Dieses kann bspw. für eine erste Orientierung im ‚Feld‘, eine Schärfung des wissenschaftlichen Problems oder einer Hypothesenentwicklung verwendet werden.²³¹ Die befragten Expert:innen können dabei z.B. auch selbst Teil des untersuchten Handlungsfeldes sein, weshalb explorative Experteninterviews auch häufig darauf abzielen, Informationen über das Untersuchungsumfeld zu sammeln.²³² Da Experteninterviews i. d. R. Leitfadeninterviews sind, bedarf es vor deren Durchführung der Entwicklung eines Interviewleitfadens, welcher als Checkliste bzw. Richtschnur während der Interviews dient.²³³

Auswahl der Proband:innen

Bei der Auswahl der Proband:innen für die Leitfadeninterviews wurde darauf geachtet, dass diese zur untersuchenden Zielgruppe, der Generation Z (im Alter von 18 und 25 Jahren), gehören. Primär wurden dabei Teilnehmer:innen gesucht, bei denen eine psychische Störung wie eine Depression oder Angststörung, nach dem ICD-Klassifikationssystem F32 bzw. F41, vorliegt. Die Auswahl erfolgte auf Basis der Krankheitsgeschichte der Betroffenen, wobei vordergründig Proband:innen befragt wurden, die sich in einer therapeutischen Behandlung befinden oder befanden.

Die Proband:innensuche erfolgte über Bekannte, Freund:innen und Kommiliton:innen der Forscher:innen sowie über das Netzwerk der Betroffenen. Es konnten insgesamt zehn Proband:innen (P) (sieben Probandinnen und drei Probanden) unterschiedlichen

²²⁶ Vgl. Bogner et al. 2014, S. 11 und S. 35.

²²⁷ Vgl. ebd., S. 11 und S. 34–35.; vgl. Helfferich 2019, S. 682.

²²⁸ Vgl. Helfferich 2019, S. 671; vgl. Bogner et al. 2014, S. 17.

²²⁹ Vgl. Helfferich 2019, S. 680.

²³⁰ Vgl. Bogner et al. 2014, S. 23.

²³¹ Vgl. ebd.

²³² Vgl. Bogner et al. 2014, S. 23.

²³³ Vgl. Helfferich 2019, S. 682; vgl. Bogner et al. 2014, S. 27.

Alters und Geschlechts sowie psychischer Belastungen rekrutiert werden, sodass Verzerrungen durch ein ähnliches soziodemografisches Umfeld verringert wurden. Eine Übersicht der Teilnehmer:innen kann der nachfolgenden Tabelle entnommen werden:

Proband:in	Geschlecht	Alter
P1	männlich	25
P2	männlich	25
P3	männlich	25
P4	weiblich	22
P5	weiblich	23
P6	weiblich	23
P7	weiblich	23
P8	weiblich	24
P9	weiblich	25
P10	weiblich	25

Tabelle 2: Übersicht der Proband:innen (eigene Darstellung).

Die Tatsache, dass der Anteil an Probandinnen überwiegt und in der Befragung eine ungleichmäßige Geschlechterverteilung vorliegt, lässt sich darauf zurückführen, dass Frauen doppelt so häufig an einer Depression erkranken wie Männer.²³⁴ Außerdem drücken Männer im Vergleich zu Frauen ihre Gefühle und Probleme weniger expressiv aus.²³⁵ Dadurch fällt es ihnen vermutlich auch schwerer, über ihre psychischen Störungen zu sprechen.

Die Kommunikation mit den Proband:innen im Vorfeld der Interviews erfolgte über Online-Kommunikationsmittel, wie WhatsApp oder E-Mail. Bei der ersten Abstimmung wurde mit dem:der Proband:in nochmals explizit geklärt, ob diese bzw. dieser tatsächlich in die oben definierte Zielgruppe fällt. Danach sind mögliche Fragen vorab geklärt sowie ein individueller Interviewtermin vereinbart worden.

²³⁴ Vgl. Stiftung Deutsche Depressionshilfe o.J. b, S. 1.

²³⁵ Vgl. Lozo 2010, S. 44–45.

Auswahl der Expert:innen

Die Suche nach Expert:innen erfolgte über eine Online-Recherche. Zusätzlich haben Alltagsbegegnungen in den Sozialen Medien, bspw. auf dem Instagram-Kanal der Tagesschau, dabei geholfen, Expert:innen zu finden. Außerdem konnte die Lehrveranstaltung genutzt werden, um mit anderen Gruppen einen Austausch zu schaffen und weitere Vorschläge einzuholen.

Die im Rahmen der Forschungsarbeit angefragten Expert:innen haben direkten Bezug zur Behandlung psychischer Störungen und/oder Forschungsschnittstellen zum Einsatz von KI oder zu ethischen Fragestellungen im psychischen Gesundheitswesen. Ein zentrales Kriterium, welches auch die fachliche Fundierung der Arbeit stützen soll, war die praktische Expertise bezüglich der Probleme im Gesundheitswesen sowie spezifischer Merkmale der psychotherapeutischen Behandlung als solche.

Deshalb waren besonders Expert:innen interessant, die neben praktischen Tätigkeiten idealerweise auch an Forschungsprojekten und -studien beteiligt sind, welche sich auf die potenzielle Rolle von Online-Anwendungen oder KI in der Psychotherapie beziehen. Dadurch haben beispielsweise Psycholog:innen, Ärzt:innen und Forscher:innen ins Profil gepasst – so wie Prof. Dr. Ulrich Hegerl, der aufgrund seiner Position als Vorsitzender der ‚Stiftung Deutsche Depressionshilfe‘ in Verbindung mit seiner langjährigen Erfahrung in der Behandlung und Erforschung von Depressionen als vielversprechender Interviewpartner identifiziert wurde. Er ist regelmäßig als Experte in den Medien vertreten, so z.B. auch im Rahmen eines Beitrags für die Social-Media-Präsenz der Tagesschau. In diesem wurde im vergangenen November der Einsatz und die Potenziale von Künstlicher Intelligenz in psychotherapeutischen Verfahren thematisiert.

Leitfadenentwicklung

Bei der Leitfadenentwicklung für die Tiefeninterviews mit Proband:innen sowie für die Experteninterviews wurden Fragen aus den in Kapitel 2 aufgestellten Vorüberlegungen sowie den zu untersuchenden Fragestellungen abgeleitet. Die im Leitfaden gestellten Fragen sollten dabei der Beantwortung sowohl der forschungsleitenden Fragestellung als auch der kleineren Teilfragen dienen. Mit dem Leitfaden wurde somit sichergestellt, dass keine wesentlichen Aspekte der forschungsleitenden Überlegungen im Interview übersehen werden. Der Leitfaden diente dem:der Interviewführer:in lediglich als Orientierung, weshalb von diesem während des Gesprächs auch abgewichen werden konnte. Es sollten außerdem die drei wesentlichen Anforderungen an einen Leitfaden – Offenheit, Übersichtlichkeit sowie ‚Anschmiegen an den Erzählfluss‘ – sichergestellt werden.²³⁶

²³⁶ Vgl. Helfferich 2014, S. 567.

Nachdem zunächst mögliche Fragen gesammelt worden waren, wurden diese einzeln betrachtet und thematisch zusammengefasst. Nach dieser Strukturierung und Gliederung der Fragestellungen umfasste der erste Entwurf des Leitfadens vorläufig vier Frageblöcke zu folgenden Themengebieten: Covid-19-Pandemie und Therapie (1), Mental Health und Online-Anwendungen (2), Aufbau von Mental Health-Apps (3) und Künstliche Intelligenz (4). Diesen galt es für die Proband:innen und Experten noch spezifisch auszugestalten.

Der Aufbau des Interviewleitfadens orientierte sich dabei zum Teil am ‚dreistufigen Prinzip‘, nach dem sich die Befragten zunächst so frei wie möglich äußern können und im nächsten Schritt dann auf einzelne Aspekte näher eingegangen werden kann. Im letzten Abschnitt des Interviews können dann weitere vorbereitete, strukturierte Fragen gestellt werden.²³⁷

Die oben genannten vier Frageblöcke blieben im spezifisch für die Proband:innen ausgestalteten Leitfaden gleich. Der Einstieg wurde mit Hilfe sogenannter Eisbrecherfragen vorgenommen. Diese Fragen standen in keinem inhaltlichen Zusammenhang zum Forschungsthema der Arbeit, da sie lediglich der Auflockerung dienten und die befragte Person an die Interviewsituation heranführen sollten. Sie haben daher für die Arbeit auch keine inhaltliche Relevanz. Im darauffolgenden ersten Frageblock sollte über narrative Fragen zur aktuellen Problematik der Covid-19-Pandemie ein sanfter Einstieg in das Forschungsthema der mentalen Gesundheit erfolgen. Indem man die Proband:innen beschreiben lässt, welche Auswirkungen die Covid-19-Pandemie auf ihre gegenwärtige Situation (im Alltag und in Bezug auf ihre mentale Gesundheit und Behandlung) hat, sollte ein Übergang zur Verwendung von und Erfahrung mit Online-Anwendungen sowohl im Alltag als auch im Therapie-Kontext vorgenommen werden.

Im Rahmen des zweiten Frageblocks ‚Mental Health und Online-Anwendungen‘ wurden den Proband:innen Fragen zu Erfahrungen mit dem Gesundheitssystem und der Stigmatisierung psychischer Störungen gestellt. Außerdem wurde weiterführend spezifischer nachgefragt, ob, wie und welche Online-Anwendungen mit Mental-Health-Bezug die Proband:innen nutzen bzw. ob und wie sie sich eine Nutzung solcher Anwendungen vorstellen könnten. Auch wurden die Proband:innen gefragt, ob ihnen bereits eine Online-Anwendung zur Behandlung ihrer mentalen Störung empfohlen oder in irgendeiner Form beworben wurde.

Der dritte Frageblock zielte auf den Aufbau von Mental Health-Apps ab. Hier wurde nochmals genauer darauf eingegangen, unter welchen Umständen die Proband:innen Online-Anwendungen nutzen und welche Faktoren für sie bei der Auswahl solcher Angebote eine Rolle spielen (würden).

²³⁷ Vgl. Helfferich 2014, S. 566.

Im letzten Frageblock wurden den Proband:innen Fragen zu Künstlicher Intelligenz und deren Einsatz in Mental Health-Apps gestellt. Außerdem wurde abgefragt, was sie motiviert bzw. motivieren würde, eine solche Online-Anwendung zur Unterstützung ihrer mentalen Gesundheit weiter zu nutzen.

Mit Hilfe eines Pretests wurde der Leitfaden für die Befragung der Proband:innen nochmals praktisch auf seine Durchführbarkeit geprüft.

Auch für die Experteninterviews diente der vorläufig konzipierte Leitfaden als Basis. Allerdings lag der Fokus bei den Experteninterviews noch mehr auf Sachfragen.²³⁸ Der bestehende Fragenkatalog wurde daher um einige wissenschaftliche Fragestellungen ergänzt und wiederum andere, eher probandenspezifische Fragen wurden weggelassen oder anders formuliert. Die Besonderheit am Expertenleitfaden ist, dass dieser in der Vorbereitung für jedes geplante Experteninterview nochmals individualisiert, d. h. auf den jeweiligen Experten und sein Forschungsgebiet zugeschnitten, wurde.

Auch der finale Expertenleitfaden umfasste vier Frageblöcke: Psychologie und Gesellschaft / Stand der Gesundheitsversorgung und Auswirkungen der Covid-19-Pandemie (1), Gestaltung und Auswahl von Online-Anwendungen (2), Wirksamkeit und Einsatz von Online-Anwendungen (3) sowie Ausblick (4). Im ersten Frageblock wurde, wie auch bereits bei den Proband:innen, auf die Covid-19-Pandemie und deren Auswirkungen – bei den Expert:innen zusätzlich auch auf die Forschung – eingegangen. Außerdem wurde zu Beginn des Interviews vor allem auch das Gesundheitssystem, die Stigmatisierung psychischer Störungen sowie die mentale Gesundheit der Bevölkerung (mit und ohne COVID-19-Bezug) thematisiert.

Weiter wurde im zweiten Frageblock auf die Gestaltung und Auswahl von Online-Anwendungen eingegangen. Hierbei wurden die Expert:innen u.a. zu alternativen Behandlungsmöglichkeiten und ihrer Haltung zum Mental-Health-Apps-Verzeichnis des Bundesinstituts für Arzneimittel und Medizinprodukte befragt. Auch auf die Anforderungen, denen eine Online-Anwendung gerecht werden sollte, und den Aufforderungscharakter einer solchen App sollte in der Befragung näher eingegangen werden.

Anschließend wurde im dritten Frageblock die Wirksamkeit und der Einsatz von Online-Anwendungen thematisiert. Die Experten wurden dabei um eine Einschätzung gebeten, ob Mental Health-Apps bei der Behandlung von mentalen Störungen wirksam sein können. Außerdem galt es im Interview herauszufinden, wie die Expert:innen zum Einsatz solcher Online-Anwendungen stehen und wo sie Risiken und Chancen, vor allem auch von KI-gestützten Anwendungen, sehen. Das Interview sollte mit einem Ausblick im letzten Frageblock abgeschlossen werden. Die Expert:innen wurden hierbei u.a. gefragt, wo sie den Bedarf zukünftiger Forschungen sehen.

²³⁸ Vgl. Helfferich 2014, S. 571–572.

Vor der eigentlichen Befragung wurde ein Pretest vorgenommen, mit dem die Durchführbarkeit des konzipierten Proband:innenleitfadens überprüft wurde. Hierbei standen vor allem der logische Aufbau sowie die Prüfung, ob die Fragen verständlich formuliert und auch beantwortbar sind, im Fokus. Der Pretest wurde mit einer der Zielgruppe angehörigen Probandin über die Videoplattform Zoom durchgeführt.

Aus dem Pretest wurden daraufhin kleinere Änderungen abgeleitet, die beispielsweise den Gesprächseinstieg betreffen. In der überarbeiteten Version des Leitfadens wurde mit der aktuellen Problematik der weltweiten Covid-19-Pandemie und den daraus resultierenden Herausforderungen für die mentale Gesundheit in die Befragung eingeführt. Darüber hinaus wurde der Frageblock zum Thema Künstliche Intelligenz um weitere Fragen ergänzt.

Im Gegensatz zum Proband:innenleitfaden war ein Pretest des Leitfadens für die Experteninterviews nicht möglich, jedoch auch nicht erforderlich.

4.2. Interviewdurchführung und Transkription

Um möglichst tiefgehende Erkenntnisse zu gewinnen, sollten die Interviews Face-to-Face durchgeführt werden. So war die Berücksichtigung weiterer Merkmale, darunter Körpersprache und die Beobachtung von Mimik und Gestik, möglich. Außerdem konnte durch ein persönliches Gespräch die Stimmung aufgelockert und eine angenehme Atmosphäre geschaffen werden. Insbesondere bei einem so persönlichen Thema sollte der Gesprächsrahmen die Betroffenen ermutigen, offen zu antworten.

Durch die aktuelle Situation um COVID-19 wurden alle Leitfadeninterviews mit den Proband:innen virtuell über die Online-Anwendung ‚Zoom‘ durchgeführt, sodass die Vorteile eines Face-to-Face-Gesprächs, wie beispielsweise das Stellen von Rückfragen durch beide Gesprächsteilnehmer:innen, Reaktionen sowie ausführliche Fragen, dennoch gegeben waren.

Die Tiefeninterviews wurden im Zeitraum vom 04.12.2020 bis zum 27.12.2020 durchgeführt. Die Situation von vermehrter Online-Lehre sowie Home Office erleichterte die Terminfindung zusätzlich. Lediglich die Terminfindung mit den Expert:innen gestaltete sich etwas komplexer. So war es nicht möglich, alle der angefragten Expert:innen für ein Interview zu gewinnen.

Die Interviews wurden schließlich gemäß dem nach dem Pretest überarbeiteten Leitfaden durchgeführt. Nach Absprache mit den Proband:innen wurde der Ton aufgezeichnet, um die Interviews im späteren Verlauf leichter transkribieren zu können. Zu Beginn erfolgte somit eine kurze Vorstellung und die Zusammenfassung des Untersuchungsrahmens, eine erneute Abfrage des Einverständnisses sowie die Klärung von Vorabfra-

gen, um für eine entspannte und offene Atmosphäre zu sorgen. Zusätzlich wurde versucht, mit der Einstiegsfrage die Stimmung aufzulockern. In den Gesprächen wurde sich an den Teilnehmer:innen orientiert und die Fragen teilweise von der Reihenfolge getauscht, um den Redefluss nicht zu beeinflussen.

Bei der Durchführung der Interviews wurde mehr Zeit angesetzt als tatsächlich nötig gewesen wäre, sodass die Teilnehmer:innen nicht unter Zeitdruck standen. Die Interviews hatten alle einen zeitlichen Rahmen zwischen 40 und 60 Minuten. Alle Interviews konnten ohne Zwischenfälle durchgeführt werden.

Das Material besteht aus zehn Interviews mit Proband:innen aus der Zielgruppe sowie einem Experteninterview und wurde gemäß der einfachen Transkriptionsregeln nach Dresing und Pehl mit Microsoft Word transkribiert.²³⁹ Alle Aussagen wurde leicht geglättet und Pausen durch Absätze gekennzeichnet. Außerdem wurden bei den Interviews mit den Betroffenen Informationen, die Rückschlüsse auf die Person zulassen könnten (wie beispielsweise genaue Ortsangaben) entfernt, um die Anonymität der Befragten sicherzustellen.

4.3. Auswahl der Analysemethode & des Kategoriensystems

Die Auswertung der Interviews orientiert sich – in Anlehnung an Mayring – an der Form der qualitativen Inhaltsanalyse, deren Aufgabe unter anderem die Hypothesenfindung und Theorienbildung ist.²⁴⁰ Zentrale Themen konnten aus dem Material herausgefiltert und zusammengefasst werden.²⁴¹ Die Analyse erfolgte dabei systematisch, regel- sowie theoriegeleitet.²⁴² In diesem Fall stand jedoch der explorative Forschungsgegenstand im Vordergrund, weshalb nicht streng theoriegeleitet vorgegangen wurde. Anhand der Erkenntnisse aus der Theorie wurden zwar zunächst deduktive Kategorien gebildet, welche allerdings um weitere induktive Kategorien ergänzt wurden. Bei dieser Vorgehensweise konnten somit die Kategorien zum Teil während der Auswertung des Materials gebildet und dieses anschließend bearbeitet werden.²⁴³

Bisherige Studien zum psychischen Wohlbefinden in der Generation Z zeigen, dass die aktuelle Situation um COVID-19 die mentale Gesundheit von jungen Menschen beeinträchtigt (siehe [2.4](#)). Daher werden in der ersten Hauptkategorie (OK 1: COVID-19 und Auswirkungen der Covid-19-Pandemie) die Aussagen der Proband:innen zusammengefasst, die sich auf die persönlichen Auswirkungen der Covid-19-Pandemie beziehen. Aussagen

²³⁹ Vgl. Dresing & Pehl 2015.

²⁴⁰ Vgl. Mayring 2015, S. 22.

²⁴¹ Vgl. ebd., S. 103–104.

²⁴² Vgl. ebd., S. 12–14.

²⁴³ Vgl. ebd., S. 115.

aus den Interviews zu den Auswirkungen auf den Alltag, wie das Arbeitsleben, Studium und/oder Privatleben, werden der zweiten Unterkategorie (UK 1.1: Auswirkungen Alltag) zugeordnet. Hier kann beispielsweise beschrieben werden, wie Home Office oder Online-Vorlesungen sowie der Kontakt zu Freund:innen oder der Familie das mentale Wohlbefinden beeinflussen. In der zweiten Unterkategorie (UK 1.2: Mentale Auswirkungen) geht es um die Auswirkungen auf die psychische Gesundheit.

Aus dem in Kapitel [2.2](#) dargestellten Forschungsstand zu Mental Health ist nicht ganz eindeutig festzustellen, inwieweit Depressionen von Umweltfaktoren beeinflusst werden. Der theoretische Überblick von Behandlungsmethoden zeigt außerdem, dass verschiedene Therapieformen von Betroffenen unterschiedlich wahrgenommen werden. In der nächsten Unterkategorie (UK 1.3: Auswirkungen Therapie) werden daher zusätzlich auch die Auswirkungen auf die therapeutische Behandlung der jeweiligen Befragten analysiert – zum Beispiel, wenn persönliche Sprechstunden pandemiebedingt nicht mehr möglich waren.

In der letzten Unterkategorie (UK 1.4: Auswirkungen Stigmatisierung, Hemmungen/Hürden) werden Aussagen der Befragten zu Auswirkungen auf Hemmungen und eventuelle Hürden, z.B. sich während der Covid-19-Pandemie professionelle Hilfe zu suchen, zusammengetragen. Diese Kategorie wurde induktiv ergänzt, da sich die Thematik erst während der Interviewdurchführung ergab.

In der zweiten Oberkategorie (OK 2: Persönlicher Status Quo) werden Aussagen von Proband:innen betrachtet, welche den aktuellen Gesundheitszustand sowie derzeit stattfindende oder vergangene Therapien beschreiben. Bei der dazugehörigen ersten Unterkategorie (UK 2.1: Aktueller Gesundheitszustand (und gesundheitl. Vorgeschichte)) sollten zunächst Erkenntnisse zum derzeitigen Gesundheitszustand der Befragten analysiert werden. Dabei wurde der Zusatz zur gesundheitlichen Vorgeschichte induktiv ergänzt, da bei einigen der Betroffenen derzeit keine diagnostizierte psychische Störung vorliegt. In einer weiteren Unterkategorie (UK 2.2: Generelle Erfahrungen mit Therapie-Ansätzen) werden die Erfahrungen der Befragten mit Therapieformen analysiert.

Die bisherigen Kategorien sollen vor allem dabei helfen, Aussagen der Betroffenen in den nächsten Kategorien zu Einstellungen über und Erfahrungen mit Online Anwendungen im Kontext der persönlichen gesundheitlichen Situation und dem derzeitigen Befinden zu analysieren.

Die nächste Kategorie (OK 3: Erfahrungen mit dem Gesundheitswesen) bündelt Aussagen zum Gesundheitswesen und persönliche Erfahrungen. Die erste Oberkategorie (OK 3.1: Strukturelle Probleme des Gesundheitswesens) fasst zusammen, mit welchen Problemen die Befragten konfrontiert wurden, bevor es zu einer Behandlung kommen konnte, beispielsweise bei der Suche und Wahl eines:r Therapeuts:in. Bei der theoretischen

schen Auseinandersetzung mit dieser Thematik lässt sich erkennen, dass lange Wartezeiten auf einen Therapieplatz eine große Herausforderung in der Praxis sind (siehe [2.2](#)). Neben strukturellen Herausforderungen gilt es in der nächsten Kategorie (OK 3.2: Persönliche und krankheitsbedingte Hemmnisse) Aussagen der Proband:innen zu Hemmnissen aufgrund der persönlichen Situation wie beispielsweise Versagensängste oder soziale und kommunikative Probleme zu betrachten.

Außerdem werden Angaben der Befragten, wie diese auf Online-Anwendungen aufmerksam geworden sind, in der nächsten Kategorie (OK 3.3: Aufmerksamkeit und Werbung) analysiert. Betroffene können beispielsweise durch Werbung von Krankenkassen oder durch die Empfehlung eines:einer Ärzt:in, Betroffenen oder Freund:in von entsprechenden Online-Angeboten erfahren. Auch kann die Bezuschussung seitens der Krankenkasse eine Rolle spielen. Während der Interviewdurchführung stellte sich heraus, dass einige der Proband:innen ihre Haltung gegenüber Online-Anwendungen äußern, die von der Krankenkasse bezuschusst werden, weshalb dieser Aspekt in der Kategorie ‚Aufmerksamkeit und Werbung‘ induktiv ergänzt wurde.

In der letzten Oberkategorie (OK 4: Online-Anwendungen) geht es um Online-Anwendungen. Einige Kategorien in diesem Abschnitt wurden nach den ersten Interviews angepasst, da der Aufbau der Unterkategorien und die entsprechende Auswertung einzelner Aussagen so schlüssiger erschienen. So werden zunächst Beschreibungen der Erfahrungen mit und der Nutzung von Online-Anwendungen unter der ersten Unterkategorie (UK 4.1: Erfahrungen mit und Nutzung von Online-Anwendungen) zusammengefasst. Ursprünglich wurden die Erfahrungen mit Online-Anwendungen getrennt von der Nutzung betrachtet, allerdings ist eine Trennung der Aussagen zu diesen Aspekten kaum realisierbar, weshalb beide Punkte zusammen analysiert werden.

Die Haltung und Einstellung wird hingegen, anders als ursprünglich geplant, als Unterkategorie gesondert ausgewertet, da diese unabhängig von einer Verwendung vorhanden sein kann. Somit befasst sich die nächste Unterkategorie (UK 4.2 Einstellung und Haltung zu Online-Anwendungen) sowohl mit der Einstellung und Haltung vor als auch nach der Nutzung. Darauf folgt die Einordnung von Beschreibungen der Proband:innen zum Abbau von Hürden und Hemmnissen durch Online-Anwendungen (UK 4.3 Abbau von Hürden & Hemmnissen durch Online-Anwendungen), da sich aus der theoretischen Betrachtung in Kapitel [2.2](#) ableiten lässt, dass solche Anwendungen einen leichteren Zugang zu therapeutischen Angeboten ermöglichen können. Ein weiterer Themenkomplex betrifft Aussagen der Befragten zu Künstlicher Intelligenz (UK 4.4 Künstliche Intelligenz in Online-Anwendungen). Kapitel [2.3](#) gibt einen theoretischen Überblick zu KI-gestützten Mental Health-Apps, wobei sich diese nicht eindeutig definieren lassen. Eine Analyse der Aussagen zu diesem Thema kann als besonders wichtig erachtet werden.

Beschreibungen, wie eine Online-Anwendung gestaltet sein sollte, damit sie für die Betroffenen hilfreich ist, werden der nächsten Unterkategorie zugeordnet (UK 4.5 Ausgestaltung der Online-Anwendungen (inkl. Anreizsysteme)). Diese Kategorie wurde zunächst gesondert aufgeführt, nach den ersten Interviews jedoch in diese Oberkategorie (OK 4) integriert, und beinhaltet auch die Einstellung der Befragten zu Anreizsystemen. Die letzte Kategorie zu Online-Anwendungen (UK 4.6 Nutzerbewertungen & Empfehlungen) befasst sich mit den Bewertungen sowie Empfehlungen von Nutzer:innen.

Die Oberkategorie 4 in ihrer endgültigen Form entstand aus der induktiven Verknüpfung der ursprünglichen Oberkategorien 4 und 5:

In der ursprünglichen Oberkategorie 4, ‚Erfahrungen mit Online-Anwendungen‘, sollten jene Ausführungen der Befragten eingeordnet werden, welche die allgemeine Beschreibung ihrer Erfahrung mit bzw. ihrer Kenntnis von Online-Anwendungen zum Thema hatten. Außerdem beinhaltet die Kategorie die Berichte der Befragten über ihre Kenntnisse zum Thema ‚Künstliche Intelligenz‘ und über Berührungspunkte mit KI in ihrem Alltag. Die Analyse der Tiefeninterviews hat gezeigt, dass an dieser Stelle oftmals Überschneidungen mit der ursprünglichen Oberkategorie 5, ‚Nutzung von Online-Anwendungen‘, aufgetreten sind. In diese Kategorie wären all jene Aussagen zur konkreten Nutzung von Online-Anwendungen (also Erfahrungsberichte) einerseits gefallen sowie andererseits jene zu Erwartungen und Vorstellungen davon, wie ein Einsatz solcher Apps aussehen könnte. Außerdem beinhaltete die Oberkategorie 5 Aussagen zur Einstellung bzw. Haltung der Befragten im Hinblick auf die Nutzung von Online-Anwendungen sowie zu ihrer Einschätzung davon, ob Online-Anwendungen dazu beitragen können, die in der Oberkategorie 3 erwähnten Hemmnisse und Hürden abzubauen. Letztlich wäre in Kategorie 5 auch das tatsächlich erlebte oder erwünschte Gefühl der Teilnehmer:innen nach der App-Nutzung sowie auch ihre Einschätzung zur Bedeutung von Nutzer:innenbewertungen und den Empfehlungen von Freund:innen, anderen Betroffenen, Krankenkassen oder Expert:innen erfragt worden.

Viele Aussagen aus den Tiefeninterviews beinhalten Abschnitte, die sowohl Kategorie 4 als auch Kategorie 5 in ihrer ursprünglichen Form hätten zugeordnet werden können. Teilweise gingen Ausführungen über allgemeine Erfahrungen und Kontakte mit Anwendungen im Gespräch auch nahtlos in detaillierte Erfahrungsberichte und Meinungsäußerungen über. Aus diesen Gründen wurden die beiden Oberkategorien 4 und 5 nachträglich zur Oberkategorie 4, ‚Online-Anwendungen‘ zusammengefasst, um Dopplungen zu vermeiden und die Kernaussagen der Befragten kontextuell bestmöglich interpretieren zu können.

Das gesamte überarbeitete Kategoriensystem befindet sich in Tabellenform im Anhang [B.3](#) dieses E-Books. Die Analyse der transkribierten Interviews erfolgte mit dem Tabellenverarbeitungsprogramm Excel. Mit Hilfe von Ankerbeispielen sowie Codierregeln

soll dabei eine möglichst objektive Einordnung sichergestellt werden.²⁴⁴ In Anlehnung an Mayring folgt nach der Analyse des Materials eine Zusammenfassung anhand des Kategoriensystems.²⁴⁵ Die wichtigsten Erkenntnisse werden im nachfolgenden Kapitel ausführlich beschrieben.

5. Analyse nach Kategorien

In diesem Kapitel folgt die Analyse der einzelnen Kategorien. Zunächst werden die Auswirkungen der Covid-19-Pandemie analysiert, gefolgt vom persönlichen Status Quo der Proband:innen. Anschließend erfolgt eine Einordnung der Erfahrungen mit dem Gesundheitssystem sowie schlussendlich die Betrachtung des Themenbereichs der Online-Anwendungen.

5.1. OK 1: COVID-19 und Auswirkungen der Pandemie

In der Oberkategorie ‚COVID-19 und Auswirkungen der Pandemie‘ werden Auswirkungen der Covid-19-Pandemie auf die Proband:innen zusammengefasst. Diese Auswirkungen werden dabei auf die psychische Gesundheit und auf das Alltagsleben, wie Arbeitsleben und Studium, unterteilt. Zusätzlich werden in dieser Kategorie auch die Auswirkungen auf die therapeutische Behandlung der jeweiligen Personen sowie Auswirkungen auf Hemmungen und eventuelle Hürden bezogen auf die Suche nach professioneller Hilfe vorgenommen.

UK 1.1: Auswirkungen auf den Alltag

Viele der Proband:innen befinden sich aktuell noch im Studium oder am Anfang ihres Arbeitslebens. Für sie hat sich die Covid-19-Pandemie vor allem in Form einer erhöhten Nutzung ihrer Endgeräte, wie PC und Handy, im Alltag wiedergespiegelt. Viele Alltagsaufgaben, wie Vorlesungen und Meetings, fanden im digitalen Raum und über Online-Anwendungen wie ‚Zoom‘ statt. Den durch Wegfall der Pendelzeit zu Arbeit und Hochschule oder Universität erzielten Zeitgewinn stuften einige Proband:innen als positiv ein. Viele von ihnen haben eine gewisse Online-Affinität, sodass ihnen die pandemiebedingte Umstellung zumindest auf technischer Seite leicht gefallen ist. Dennoch sind viele alltägliche Aktivitäten vor dem Hintergrund der Covid-19-Pandemie weggefallen, darunter auch der persönliche, direkte Kontakt zu Freund:innen. Auch empfanden es die Proband:innen als schwierig, neue Leute kennenzulernen.

²⁴⁴ Vgl. Mayring 2015, S. 97.

²⁴⁵ Vgl. ebd., S. 103.

„(...) ich bin mit ner Freundin aus dem Bachelor in der Gruppe und mit einer Unbekannten quasi [lächelt], die ich jetzt erst kennengelernt hab, und da war's dann schon erstmal mega komisch, weil ich tatsächlich nicht wusste, worüber ich reden soll. So, wie der normale Small Talk noch funktioniert.“ (P7)

Bei manchen Proband:innen hat sich außerdem gezeigt, dass diesen aufgrund einer erhöhten Arbeitsintensität und Auslastung von ihrem Studium weniger Zeit für private Dinge geblieben ist und sie generell mehr Zeit zuhause verbracht haben.

UK 1.2: Mentale Auswirkungen

Die Covid-19-Pandemie hat bei allen Proband:innen durchweg für eine Beeinträchtigung ihrer psychischen Gesundheit gesorgt. Dabei haben zwei Proband:innen erzählt, dass sie zu Beginn der Covid-19-Pandemie und des Lockdowns und den damit verbundenen Kontakteinschränkungen noch gut mit der Situation zurechtgekommen sind und aufgrund psychischer Störungen die Zeit sogar eher als hilfreich für ihre psychische Gesundheit gesehen haben.

„Denn Corona, wenig soziale Kontakte und Home Office hat mir eigentlich in die Karten gespielt, da ich generell sehr gerne alleine bin bzw. mit meiner Freundin zusammen gerne alleine bin. Ich brauche relativ wenig soziale Kontakte, wenig echte Kontakte. So bin ich schon immer eingestellt.“ (P1)

Die Proband:innen hatten nach einiger Zeit Probleme mit den Einschränkungen. Denn auch wenn sie sich mittlerweile an die Situation und Maßnahmen des Gesundheitsschutzes (Social Distancing) gewöhnt haben, kämpfen sie aktuell besonders mit Einsamkeit:

„Man gewöhnt sich zwar dran, aber es drückt schon die Stimmung.“ (P9)

Insgesamt hat sich gezeigt, dass vor allem die Einschränkungen in Bezug auf Kontaktreduzierungen zu Familie und Freund:innen sehr kritisch gesehen werden und teilweise den aktuellen Gesundheitszustand verschlimmert haben.

„(...) Und das macht die Situation halt natürlich nicht einfacher, weil gerade dieses Zwischenmenschliche da irgendwie dann doch noch sehr wichtig ist.“ (P2)

Darauf weist auch Prof. Hegerl (E1) im Experteninterview hin, der im Zusammenhang mit der Covid-19-Pandemie zwar nicht mit einer neuen „Depressions-Epidemie“ (E1) rechnet (dafür sei die Depression zu unabhängig von äußeren Einflussfaktoren), jedoch vor allem für bereits erkrankte Menschen erhebliche Schwierigkeiten in der aktuellen

Situation sieht. Der Ausfall von Behandlungen und ambulanten Angeboten und die Einschüchterung von Patient:innen, die es teilweise nicht mehr gewagt haben, zu einem:einer Ärzt:in zu gehen, würde mit massiven gesundheitlichen Folgen einhergehen.

Zusätzlich wurde von Proband:innen eine Quarantäne als zusätzlich psychische Belastung eingestuft, wenn sie bereits in eine mussten. Vorrangig wurde während der pandemiebedingten Isolation vor allem zwischenmenschliche Nähe vermisst. Außerdem berichteten Proband:innen davon, dass es durch die Kontaktbeschränkungen keine bzw. kaum mehr Ablenkungsmöglichkeiten gibt, um sich von den mentalen Problemen bzw. psychischen Krankheiten abzulenken, wodurch diese wiederum zugenommen haben.

UK 1.3: Auswirkungen auf therapeutische Behandlung

Für Proband:innen, die sich während der Covid-19-Pandemie in therapeutischer Behandlung befanden, hatte die Covid-19-Pandemie auch Auswirkungen auf ihre Therapie. Eine sich zum Zeitpunkt der Befragung in einer psychiatrischen Klinik aufhaltende Probandin hat davon berichtet, dass die Behandlung aufgrund der Covid-19-Pandemie auf ein Minimum reduziert wurde und es zu vielen Ausfällen kam. Therapien haben bei den Proband:innen – wenn überhaupt – nur eingeschränkt stattgefunden. Oftmals wurden sie nur online angeboten. Geringe Ausnahmen der persönlichen Therapie gab es zwar, aber nur mit weiteren Einschränkungen, wie z.B. Maskenpflicht. Diese wurde von drei Proband:innen als negativ eingestuft, da sie ein unangenehmes Gefühl während der Sitzung hervorgerufen hat.

„(...) seitdem waren es jetzt ein paar Stunden, wo man die Maske aufhaben musste, wo dann auch echt unangenehm ist, weil – also ich weiß ja nicht, ob du mal heulen musstest mit Maske, aber das funktioniert einfach nicht, das ist richtig ätzend.“ (P7)

Insgesamt hat sich durch die Interviews gezeigt, dass es abhängig von dem:der jeweiligen Therapeut:in war, ob und wie die Therapien weiter stattgefunden haben. Zusätzlich hatte die Covid-19-Pandemie ebenfalls deutliche Auswirkungen auf die Suche nach einem Therapieplatz.

UK 1.4: Auswirkungen auf Hemmungen/Stigmatisierung

Die Suche nach Therapeut:innen wird durch die Covid-19-Pandemie zusätzlich als enorm eingeschränkt wahrgenommen. Viele Therapeut:innen bieten aktuell nur vereinzelt Termine an. Erstgespräche finden nur in Ausnahmen persönlich statt.

„Als ich nach einer Therapeutin gesucht hatte, hatte ich Glück, denn die hatte das Gespräch noch persönlich gemacht. Aber ich habe schon gehört,

dass das viele aktuell nicht mehr machen und für mich wäre das nichts.“
(P5)

Dabei hat sich in den Interviews gezeigt, dass vor allem für das Erstgespräch ein persönliches Gespräch bevorzugt wird. Lediglich von einer Probandin wurde es pandemiebedingt kritisch gesehen, Erstgespräche persönlich durchzuführen:

*„Jetzt stell dir jemanden vor, der halt Angst hat an fremde Orte zu gehen (...)
Der soll jetzt auch noch irgendwie zu nem ersten Therapiegespräch mit jemanden, den er nicht kennt, an einen Ort den er nicht kennt, am Besten noch alleine mit dem Auto hinfahren.“*(P8)

Die Hemmungen, aktuell eine Therapie zu suchen, werden durch COVID-19 allerdings als höher eingestuft. Es wurde von zwei Proband:innen ausgesagt, „dass es gerade so größere Probleme in der Welt gibt und bestimmt auch Leute mit größeren Problemen“ (P6), beziehungsweise dass man „niemandem einen Therapieplatz wegnehmen“ (P9) müsse.

Entsprechend lässt sich festhalten, dass die Covid-19-Pandemie zu Beginn zwar teilweise auch positive Auswirkungen hatte, aber insgesamt als große Belastung bei den Proband:innen – vorrangig bezogen auf ihre mentale Gesundheit und eingeschränkte Therapiemöglichkeiten – wahrgenommen wird.

5.2. OK 2: Persönlicher Status Quo

Mit der Hauptkategorie ‚Persönlicher Status Quo‘ wurden Aussagen von Proband:innen, bei denen eine diagnostizierte psychische Störung vorliegt bzw. vorlag, gesammelt, welche einen Überblick über aktuell stattfindende oder vergangene Therapie(-ansätze) geben.

UK 2.1: Aktueller Gesundheitszustand

Mit Ausnahme von drei Befragten leiden alle Proband:innen primär unter depressiven Störungen – darunter teilweise sehr starke Depressionen und oft auch verschiedene Formen der Depression im Laufe ihrer Krankheitsgeschichte. Bei zwei Proband:innen wurden Panikattacken und Angststörungen zum einen in Bezug auf Situationen mit vielen Menschen, zum anderen bezogen auf das Reisen diagnostiziert. Eine Probandin leidet unter rezidivierenden Depressionen und einer posttraumatischen Belastungsstörung. Zusätzlich kämpft sie mit dissoziativen Störungen und Anfällen.

UK 2.2: Generelle Erfahrungen mit Therapieansätzen

Die Hälfte der Proband:innen hat schon länger mit den mentalen Einschränkungen zu kämpfen und ist teilweise bereits seit mehreren Jahren in psychologischer Behandlung. Oftmals wurden hier Verhaltenstherapien durchgeführt. Drei Proband:innen waren auch schon in ambulanter oder stationärer Behandlung in Kliniken.

Drei andere Proband:innen nutzen auch Möglichkeiten der Selbsttherapie (oftmals Meditationen), um sich bei mentalen Problemen – anstelle einer psychischen Behandlung durch eine Therapeutin oder einen Therapeuten – selbst zu helfen. Zum einen wurden Meditations-Apps verwendet, zum anderen wurde versucht, mithilfe von einer geführten Meditation über YouTube Videos die psychische Lage zu verbessern. Jedoch wurden genau diese Lösungsansätze, vor allem in akuten, depressiven Phasen als zu ‚kompliziert‘ eingestuft:

„Ich hab mein Leben in gute und schlechte Tage eingeteilt. Also quasi, als die guten Tage wieder mehr wurden und nicht so drei Wochen schlechte Tage, ein guter Tag. Da hab ich's versucht, aber ich habe nicht durchgehalten, das zu lernen.“ (P4)

Zusätzlich zieht eine der befragten Personen eine:n Heilpraktiker:in einer psychotherapeutischen Behandlung vor, da sie bereits negative Erfahrungen mit einem Psychologen infolge der Scheidung ihrer Eltern machen musste.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass die Mehrheit der Proband:innen unter Depressionen leidet und bereits mehrere Möglichkeiten von Therapie(-ansätzen) genutzt haben.

5.3. OK 3: Erfahrungen mit dem Gesundheitswesen

Die Oberkategorie ‚Erfahrungen mit dem Gesundheitswesen‘ befasst sich mit Hemmnissen und Herausforderungen, mit welchen Betroffene vor und während einer therapeutischen Behandlung konfrontiert wurden. Sie soll weiter einen Überblick über den potenziellen Bedeutungszuwachs und die Aufmerksamkeit von Apps und Anwendungen im Gesundheitswesen sowie dem privaten Umfeld der Patienten:innen vermitteln. In der Folge wurden Antworten gesammelt, die Aufschluss über die (Be-)Werbung von Apps generell und die Bedeutung der Krankenkasse geben.

UK 3.1 Strukturelle Probleme des Gesundheitswesens

Eine Schwierigkeit, die bereits vor der eigentlichen Suche nach einem Therapieplatz aufkommt, ist das persönliche Eingeständnis der Krankheit und für sich selbst zu akzeptieren, dass professionelle Hilfe notwendig ist. Dabei lässt der konkrete Schritt, einen

Beratungstermin zu vereinbaren, das Problem „real“ (P8) werden bzw. sorgt dafür, dass dem:der Betroffenen bewusst wird, dass er:sie Hilfe annehmen muss.

Ergänzend zu dieser persönlichen Hemmung wird in einem Tiefeninterview angefügt, dass mit der Entscheidung für eine Therapie einhergeht, sich nicht mehr durch die Hilfe des privaten Umfelds helfen zu lassen, sondern akzeptieren zu müssen, dass die Hilfe einer Expertin oder eines Experten notwendig ist. Das Eingeständnis, ein psychisches Problem zu haben und über dieses sprechen zu können, sei eine enorme Hürde gewesen. Hegerl spricht ebenfalls von Scham und dem Gefühl des Versagens, welches Betroffene oft daran hindere, offen über ihre Situation zu sprechen (E1). Auch die Aussage einer Probandin, es könnte als Schwäche angesehen werden, wenn man unter mentalen Problemen leidet, bestätigt die Erfahrungen von Hegerl. Eine ihrer zentralen Herausforderungen war eben dieses Eingeständnis, gegenüber anderen anzuerkennen, eine Schwäche zu haben. In Bezug auf die Ursachen für dieses Problem wird von mangelnder Aufklärung innerhalb der Gesellschaft, aber auch im medizinischen Kontext gesprochen.

„Am Anfang [hatte ich Hemmungen] ja, weil das finde ich ein Thema ist, was totgeschwiegen wird, wenn man krank ist. Ich glaube, es haben viel viel mehr Menschen eine psychische Krankheit. Aber mir ist es schwer gefallen, überhaupt anzusprechen und zu realisieren, Hilfe anzunehmen.“

(P5)

Auch eine weitere Betroffene bezieht sich auf ein gesellschaftliches ‚Totschweigen‘ und mangelnde Aufklärung, die dazu führen kann, dass Betroffene sich nicht eingestehen wollen, Hilfe zu benötigen, da sie fürchten von anderen verurteilt zu werden. Stigmatisierung ist eines der zentralen Probleme, die Hegerl in diesem Kontext anführt und bezieht sich auf die gesellschaftliche Vorstellung und das Meinungsbild gegenüber der Krankheit Depression. Insbesondere in Bezug zu der Behandlung mit Antidepressiva spricht er von einem falschen Krankheitsbild und einem negativen Sympathie-Bias (E1). Das führe auch dazu, dass Betroffene darüber sprechen, ihnen fehle Verständnis und Einfühlsamkeit aus dem persönlichen Umfeld. Der Grund dafür ist die Aversion gegenüber psychischen Problemen sowie das fehlende Verständnis, welches es für Betroffene schwermacht, über das eigene Wohlbefinden zu sprechen.

„Also, ich hab auch die besten Ratschläge von Leuten bekommen, die tatsächlich selber auch schon mal depressive Phasen hatten oder wirklich depressiv waren. Weil die wissen, wie sich das anfühlt und ich glaube, für jemanden, der das noch nie hatte, ist es sehr abstrakt, wenn ich sage, „Du kannst nicht aufstehen!“, aber die wissen genau, was du damit meinst.“(P4)

Signifikant ist ebenfalls, dass die Unterstützung bei körperlichen Krankheiten von einer Betroffenen als sehr einfach wahrgenommen wird, während es das Gesundheitssystem

bei psychischen Krankheiten nicht zulässt, in derselben unkomplizierten Art und Weise an Hilfe zu kommen (P8). Dies hängt in vielen Fällen damit zusammen, dass Betroffene Probleme mit den Zuständigkeitsbereichen von Expert:innen haben und nicht wissen, wo der jeweilige Schwerpunkt angesetzt ist. Dabei ist es in vielerlei Hinsicht nicht bekannt, dass auch Hausärzt:innen als behandelnde Instanz infrage kommen, was Patient:innen daran hindert, mit ihnen über das psychische Wohlbefinden zu sprechen (E1). Die drei Betroffenen, die das persönliche Eingeständnis als Hürde empfunden hatten, sprechen ebenfalls darüber, dass sie im Laufe ihrer Therapie gelernt haben, die Krankheit zu akzeptieren. Sie können nun offen darüber sprechen, wie es ihnen geht und ‚wo sie gerade sind.‘

Eine weitere Herausforderung, die von vier Betroffenen angeführt wurde, ist die lange Wartezeit sowie der zu großen Teilen komplizierte Rechercheprozess, für die psychische Krankheit am Ende auch den richtigen Facharzt oder die richtige Fachärztin zu finden.

„Aber dadurch, dass ich da noch in der Schule war und davor in Beratung in einer Erziehungsberatungsstelle war, kam ich schnell zu einer Therapeutin und zu einem Platz, da ich von der Beratungsstelle und der Schule unterstützt wurde. Aber ohne so einen Rahmen ist die Suche ziemlich schwer, jemanden zu finden in einem angemessenen Zeitraum. Es sind oft so 3–6 Monate Wartezeit und wenn man akut in der Krise steckt, ist das viel zu lang.“(P5)

Eine Hürde, die ebenfalls im Interview mit Prof. Hegerl zur Sprache kam, ist eben dieser Engpass in der psychologischen Versorgung. Dieser bedeutet für Betroffene von psychischen Problemen eine enorm lange Wartezeit, bis professionelle Hilfe und eine leitlinienkonforme Therapie möglich gemacht werden kann. Aus den Aussagen der Tiefeninterviews ist abzuleiten, dass oft keine direkte Hilfe angeboten werden kann und es mehrere Monate dauert, bis ein Therapieplatz zugänglich wird. Doch auch dann ist es nicht garantiert, dass der:die entsprechende Expert:in auch der:die richtige Ansprechpartner:in ist.

„Wenn man dann irgendwie – man googelt dann einfach „Therapeuten [Ort]“, und dann findet man so `ne mega lange Liste und dann muss man sich erstmal halt mega den Plan – also ich hab‘ mir echt dann nen Plan aufgeschrieben von Montag bis Sonntag, an welchen Tagen wann welche Therapeuten telefonisch erreichbar sind, weil die haben ja nur bestimmte Telefonzeiten, wo man mal anrufen kann und fragen kann, ob sie nen Platz haben.“(P7)

Drei der Betroffenen haben der Suche nach dem richtigen Therapeuten ein sehr langes Verfahren attestiert, welches als eine Hürde wahrgenommen wurde. Dabei wurde in einem Fall ein aufwendiger Prozess geschildert, bedingt durch den anstrengenden und

zeitlich aufwendigen Weg, den:die richtige:n Therapeut:in zu finden. Dies hat zur Folge, dass die Überzeugung der Patientin oder des Patienten von schneller Hilfe negativ beeinträchtigt wird. In zwei Ausführungen wurde festgestellt, dass nach einer Entscheidung für eine psychologische Behandlung oftmals die Identifikation des:der richtigen Therapeut:in mit dem richtigen Schwerpunkt eine Herausforderung darstellt.

Zwei der insgesamt neun Erfahrungen handeln hingegen von einem gegenteiligen Verlauf, in welchem bei akuter Notwendigkeit entsprechende Hilfe schnell gewährleistet werden konnte. Die Betroffenen sehen dies allerdings in Relation zum jeweiligen Fall, so sei beispielsweise die Unterscheidung zwischen einer Akut-Klinik und Reha ein Kriterium gewesen.

„Also es kommt natürlich auch immer auf den Fall drauf an. Weil wie gesagt, es war schon notwendig so. Und wenn die dann eine entsprechende Krankheitsgeschichte halt lesen, dann ist das auch so, dass die dann sagen: ‚Okay, du kannst in zwei Wochen kommen.‘ Also bei stationären Therapien ist das generell ein bisschen so, dass es relativ schnell geht. Also, da gibt es dann nochmal so den Unterschied zwischen einer Akut-Klinik und einer Reha und dann gibt es ja nochmal die ganz Akut-Kliniken.“ (P6)

UK 3.2 Persönliche und krankheitsbedingte Hemmnisse

In diesem Kontext ist anzuführen, dass der aufwendige Prozess bis hin zu therapeutischer Unterstützung gerade für Patient:innen mit psychischen Krankheiten sehr anstrengend und energieraubend sein kann. Hegerl nennt neben Scham und anhaftendem Stigma auch „die Erschöpfung. Die haben jetzt gar nicht die Kraft da rumzutelefonieren bei zehn Psychiatern, bis die mal einen Termin kriegen oder gerade bei der Psychotherapie. Das sind so die Hürden, die bestehen, krankheitsbedingt.“ (E1). Auch im Rahmen der Tiefeninterviews wurde über ein gewisses Unwohlsein gesprochen, beispielsweise über die Schwierigkeiten bei der Seelsorge anzurufen.

„Ja, also bei mir ist ein großes Problem, dass ich das auf den Tod nicht abkann mit fremden Personen zu telefonieren. Also so gerade, da jetzt mich großartig bei irgendwelchen Psychologen oder Psychotherapeuten durchzutelefonieren. Habe dann tatsächlich viel über Online-Bewerbungen gemacht, sage ich jetzt mal. Musste dann aber wohl oder übel doch über meinen Schatten springen und bin dann hier in [Ort] bei einem rausgekommen, der mich dann an dieses Institut weitergeleitet hat, wo ich dann jetzt im Endeffekt bin.“ (P2)

Über die Schwierigkeiten, telefonisch auf einen Therapeuten oder eine Therapeutin zuzugehen berichten auch zwei weitere Betroffene. Eine der Beiden führt ebenfalls aus,

dass viele Fachärzt:innen nur eine telefonische Kontaktaufnahme wünschen, was zu einer enormen Hürde wird, da es einiges an Überwindung bedeuten kann.

UK 3.3 Aufmerksamkeit und Werbung

Von Werbung in Bezug auf Gesundheits-Apps aus medizinischen Kreisen oder aus dem privaten Umfeld berichten in den Tiefeninterviews wenige bis keine der Betroffenen. Vier von ihnen wurden bisher noch nicht auf die Existenz von Apps und die damit verbundenen Möglichkeiten aufmerksam gemacht und hatten dementsprechend auch noch keine Berührungspunkte. Eine Person nahm durch YouTube-Werbung die Meditations-App ‚Calm‘ wahr, aber ohne mit dieser zu interagieren. Im Kontext der Bezuschussung durch die Krankenkasse und ob diese einen Unterschied für die Betroffenen macht, gaben fünf der Befragten an, sie würden im Falle der gewährleisteten Bezuschussung eine App eher nutzen. Eine Person empfand eine Bezuschussung durch die Krankenkasse nicht als Entscheidungskriterium und würde eine App auch nutzen, wenn die Kosten dafür selbst getragen werden müssten. Drei Proband:innen befürworteten eine Bezuschussung durch die Krankenkasse und sprechen von einer potenziellen finanziellen Hürde, die durch den Anfall von Kosten entstehen würde:

„Ja, also es wäre gut, wenn es von der Krankenkasse bezahlt wäre. Wenn es jetzt zum Beispiel ein Kurs über 1.000€ wäre, dann wäre die Hürde zu groß, den Kurs zu machen.“(P9)

5.4. OK 4: Online-Anwendungen

In die Oberkategorie 4 werden alle Ausführungen der Befragten zum Thema ‚Online-Anwendungen‘ eingeordnet. Dabei sollen zunächst Erfahrungen im Hinblick auf bereits erlebte Anwendungsfälle im medizinischen oder therapeutischen Kontext betrachtet werden. Anschließend geht es auch um ihre Einstellung und Erwartungshaltung in Bezug auf die potenzielle oder zukünftige Nutzung solcher Anwendungen. Dadurch sollen Erkenntnisse darüber gewonnen werden, in welchem Kontext Online-Anwendungen zum Einsatz kommen können, wie diese ausgestaltet sein müssten, um einen maximalen Nutzen für die Betroffenen zu erzielen, und wo sie an ihre Grenzen stoßen.

UK 4.1 Erfahrungen mit und Nutzung von Online-Anwendungen

Die im Rahmen dieser Forschungsarbeit geführten Tiefeninterviews haben gezeigt, dass die Hälfte der Teilnehmer:innen im Kontext ihrer Erkrankung bereits mit Online-Anwendungen in Berührung gekommen ist. Davon haben alle fünf Teilnehmer:innen bereits Erfahrungen mit Meditation gesammelt, entweder über geführte Achtsamkeitsübungen auf YouTube oder über spezielle Apps wie ‚Calm‘, ‚Headspace‘, ‚Buddhify‘ und

‚7mind‘. Während manche der Teilnehmer:innen noch immer regelmäßig meditieren, weil es ihnen beim „runterkommen“ (P5, P9) oder „rauskommen“ (P7) hilft, haben einige die Praxis wieder verworfen – aufgrund von Stress, etwa weil eine App sie zur Nutzung aufforderte, oder weil der kostenlose Probezeitraum auszulaufen drohte und sie nicht dazu bereit waren, für die weitere Nutzung zu zahlen.

Neben Anwendungen zur Meditation gab es auch noch vereinzelt andere Programme, die genutzt wurden oder bekannt waren. Eine Teilnehmerin berichtete bspw. von einem eigenen Blog auf der Website Tumblr, über den sie ein offenes Tagebuch führen und sich auch mit anderen Betroffenen vernetzen konnte. Das hat ihr dabei geholfen, einen geschützten/abgeschotteten Raum außerhalb ihres ‚realen‘ sozialen Umfeldes zu schaffen. Sie berichtete auch von einer gemeinsam mit einer Freundin gestarteten ‚Abundance-Challenge‘ – einem über mehrere Wochen laufenden Programm, in dem die Teilnehmer:innen täglich Achtsamkeitsübungen durchführen – die sie jedoch als Stressfaktor empfunden und daher früh wieder abgebrochen hat.

Eine andere Teilnehmerin erzählte, sie würde gelegentlich auch die App ‚Wysa‘ nutzen, in der man sich mit einem auf Künstlicher Intelligenz basierten Chatbot unterhalten kann. Darüber hinaus verwendet sie auch Apps, die mit Konzentrationsaufgaben bei der Bewältigung von dissoziativen Störungen und Stress helfen sollen. Zusätzlich zählte sie mit ‚Calm Harm‘ eine App auf, die für Ablenkung in belastenden Situationen sorgen soll, Betroffenen das Tracking ihres Symptomverlaufs ermöglicht und auch Informationen zu typischen Krankheitsverläufen bietet.

Es lässt sich festhalten, dass spezielle Online-Therapieanwendungen unter den befragten Teilnehmer:innen größtenteils noch nicht zum Einsatz kommen. Vielmehr scheinen Achtsamkeitsübungen und Meditation einen niedrighwelligen Einstieg in die Thematik zu bieten, was sich daraus ableiten lässt, dass die Hälfte der Befragten bereits Erfahrungen damit vorweisen konnte.

Dass Selbstmanagement-Tools aber auch in der Praxis bereits durchaus genutzt werden und eine große Nachfrage nach digitalen Gesundheitsanwendungen besteht, erzählt Hegerl, der im Experteninterview vom Tool ‚iFightDepression‘ des ‚Europäischen Bündnisses gegen Depression‘ (EAAD) berichtete. Dabei handelt es sich um eine App, die auf dem Prinzip der kognitiven Verhaltenstherapie aufgebaut ist. Sie sei im Rahmen der Covid-19-Pandemie freigeschaltet und innerhalb weniger Wochen von 15.000 Menschen benutzt worden. Hausärzt:innen, Fachärzt:innen oder Psychotherapeut:innen, die sich zunächst mit Hilfe eines E-Learning-Tools selbst geschult haben, verschaffen ihren Patient:innen Zugang zur App und begleiten sie anschließend bei der Nutzung. Jede:r Patient:in arbeitet sich dann über mehrere Wochen durch die verschiedenen Arbeitspakete und kann in den Face-to-Face-Therapiestunden Fragen und Probleme im persönlichen

Gespräch klären. Das Feedback zu ‚iFightDepression‘ sei positiv gewesen, berichtet Hegerl (E1). Viele Menschen hätten zurückgemeldet, dass sie dadurch ihr Verständnis für und ihren Umgang mit der Krankheit verbessern konnten.

UK 4.2 Einstellung und Haltung zu Online-Anwendungen

Fast durchgängig bekannt waren Angebote der Teletherapie, mittels derer Gespräche mit Therapeut:innen per Telefonie oder Videokonferenz in den virtuellen Raum verlagert werden. Diese Option wurde in den geführten Tiefeninterviews von den Befragten sehr unterschiedlich rezipiert. Eine Studienteilnehmerin erklärte, dass sie sich zuhause sehr viel wohler fühle als in einer Praxis und sie daher vermutet, dass ihr Teletherapie stark entgegenkommen könnte. Ihrer Meinung nach können solche Angebote auch die Hemmschwelle für Betroffene herabsetzen, weil diese dadurch das Haus nicht verlassen müssen. Andere Teilnehmer:innen äußerten diesbezüglich jedoch eine ablehnende Haltung. So merkten zwei der Befragten beispielsweise an, dass Teletherapie für sie zuhause nur sehr schwierig durchzuführen sei, weil dabei keine Wohlfühlatmosphäre entstehen würde und sie außerhalb der Praxis Schwierigkeiten dabei hätten, einen „geschützten Raum“ (P7) für das Gespräch zu finden. Ähnliche Gedanken beschreibt eine Befragte, für die der Raum des Therapeuten bzw. der Therapeutin eine klare Abtrennung zu ihrem Alltag darstellt. Sie befürchtet, Teletherapie könnte dafür sorgen, dass diese Grenze verschwimmt, weil das Gespräch dann in ihrem „persönlichen Raum“ (P6) stattfinden würde.

Außerdem haben die geführten Tiefeninterviews gezeigt, dass Betroffene den Einsatz von Apps vor allem in Begleitung zu einer laufenden Therapie für erfolgversprechend halten. So führte eine Betroffene im Gespräch aus, sie könne sich eine App vorstellen, die dabei hilft, in der Theorie Gelerntes zu verinnerlichen und besser in den Alltag zu integrieren. Ähnlich äußerten sich weitere Teilnehmerinnen der Studie, die eine Mischung aus persönlicher Therapie und Aufgaben beschrieben, die zwischen den Sessions bearbeitet werden können. Die Aussicht auf „Hausaufgaben“ (P7) kam jedoch nicht bei allen Teilnehmer:innen der Befragung so gut an – eine Befragte wies darauf hin, sie fände dies komisch.

Dass Online-Anwendungen die persönliche Therapie mit einem:einer Therapeut:in komplett ersetzen können, glaubte keiner der Befragten. Für diese Haltung wurden in den Tiefeninterviews unterschiedliche Gründe angeführt. So sprach ein Betroffener davon, dass ihm die zwischenmenschliche Beziehung zu seinem Therapeuten sehr wichtig sei, und dass er es „professioneller“ (P2) findet, einen Menschen vor sich zu haben. Eine weitere Befragte wies darauf hin, dass sie der Meinung eines:einer menschlichen Therapeut:in stets eine größere Bedeutung als der Empfehlung einer App beimessen würde, da nur der:die Therapeut:in auf sie persönlich abgestimmte Handlungsempfeh-

lungen geben könne. Ähnlich ging es einer anderen Teilnehmerin, die vor allem Empathie und die Fähigkeit, sich in das Gegenüber hineinversetzen zu können, als exklusiv menschliche Eigenschaften hervorhob. Während diese menschlichen Eigenschaften für die interviewten Betroffenen zumeist als Argument für die Überlegenheit ‚echter‘ Therapeut:innen herangezogen wurden, äußerten zwei der Befragten den Gedanken, dass sie offen wären, eine App als Ersatz für zwischenmenschliche Interaktion zu nutzen, weil diese im Vergleich zu anderen Personen „immer da wäre“ (P10), man „niemandem Zeit [stehle]“ (P4) und es dementsprechend leichter wäre, ihre Unterstützung einzufordern.

Auch Hegerl sieht in digitalen Selbstmanagement-Tools eher eine Ergänzung zur leitlinienkonformen Behandlung als ein Ersatz dergleichen. Unter leitlinienkonformer Behandlung versteht man Antidepressiva und Psychotherapie, wobei in letzterer laut Hegerl vor allem die kognitive Verhaltenstherapie als Verfahren mit den besten Wirksamkeitsbelegen zum Einsatz komme. Zwar habe die App ‚iFightDepression‘ beispielsweise in Metaanalysen eine gleich gute antidepressive Wirksamkeit aufgezeigt, eine tiefe persönliche Bindung könne sich bei einer Online-Anwendung aber nicht einstellen (E1):

Eine Gefahr, die der Experte sieht, ist, dass Patient:innen Online-Anwendungen nutzen und davon ausgehen, dass dies im Kampf gegen ihre Krankheit ausreichen könnte. Aus diesem Grund erhalten Patient:innen Zugriff auf ‚iFightDepression‘ nur über ihre:n Ärzt:in. Gleichzeitig sieht der Experte in Online-Anwendungen jedoch auch das Potenzial, einen niedrigschwelligen Einstieg in die Behandlung bieten zu können (E1).

UK 4.3 Abbau von Hürden & Hemmnissen durch Online-Anwendungen

Auch zum Abbau anderer Hemmnisse könnten Online-Anwendungen eingesetzt werden. Eine Teilnehmerin der Studie wies darauf hin, dass für depressive Menschen schon der Weg zum:zur Ärzt:in einen großen Kraftakt darstellen kann. Telemedizin, oder spezielle Anwendungen, könnten an dieser Stelle Abhilfe schaffen, denn „für ‚ne App musst du nicht duschen. Oder aufstehen.“ (P4) Gleichzeitig wies sie aber auch darauf hin, dass der Auswahlprozess und die Installation der App nicht unterschätzt werden dürfe.

Potenzial zum Abbau von Hürden und Hemmnissen sahen mehrere Teilnehmer:innen der Tiefeninterviews auch bei Anwendungen, die bei der Vermittlung eines Therapieplatzes zum Einsatz kommen könnten. Eine Befragte erzählte davon, dass es für sie eine große Belastung dargestellt hat, „ständig irgendwo anrufen [und] auf die Mailbox sprechen“ (P5) zu müssen. Hier könne sie sich technische Unterstützung in Form einer App vorstellen, um diesen Prozess nutzerfreundlicher zu gestalten. Ähnlich argumentierte eine andere Betroffene, die – ergänzend zu der Funktion, eine:n geeigneten Therapeut:in zu finden (gegebenenfalls auch in einer anderen Stadt über Teletherapie) – auch gerne in der Anwendung integrierte Selbsttests hätte. Sie sprach von einer „Informations- oder

Testplattform" (P8), auf der man sich informieren kann, auf der es aber auch eine „Ab sprungmöglichkeit" (P8) geben sollte – z.B. in Form vorgeschlagener Therapeut:innen in der Umgebung. Eine komplett gegenteilige Meinung äußerte eine weitere Befragte, für die der Erstkontakt definitiv mit einem:einer Spezialist:in stattfinden sollte, weil sie Selbstdiagnosen an dieser Stelle als gefährlich erachtet.

UK 4.4 Künstliche Intelligenz in Online-Anwendungen

Um mehr über die Meinung der Befragten zum Einsatz von Künstlicher Intelligenz in Online-Anwendungen zu erfahren, wurde zunächst deren aktueller Wissensstand erfragt. Dabei zeigte sich, dass die meisten Befragten wussten, worum es sich bei KI handelt und auch bereits Berührungspunkte im Alltag damit nachweisen konnten – zu meist in Form intelligenter Sprachassistenzsysteme wie ‚Amazon Alexa‘. Eine Befragte, die sich bereits im Rahmen einer Ausstellung mit KI befasst hatte, wies darauf hin, dass sie das Sprachassistenzsystem ihres Smartphones deaktiviert habe, weil sie dem misstrauisch gegenüberstehe.

Zum Einsatz von KI im Kontext von Online-Anwendungen zur Behandlung psychischer Störungen offenbarten die Studienteilnehmer:innen gemischte Gefühle. Zwei Teilnehmer:innen gaben zu Protokoll, dass ihnen Anwendungen durchaus Hilfestellungen bieten könnten, solange die KI dahinter für sie nicht zu erkennen sei. Würde sich bei der Interaktion mit dem Gegenüber dann jedoch herausstellen, dass es sich dabei nicht um einen echten Menschen handelt, würde das für beide Teilnehmer:innen die Nutzung zumindest verändern und könnte unter Umständen auch zum Abbruch führen. Zwei weitere Teilnehmer:innen waren sich unsicher dabei, ob sich eine Künstliche Intelligenz (bspw. in einem Chatbot) wirklich als adäquate Gesprächspartnerin für ihre Zwecke eignet. Eine der beiden führte dazu näher aus, dass KI zwar, ähnlich zu menschlichen Therapeut:innen, nach Mustern vorgehen würde, die Möglichkeit, individuell auf bestimmte Aussagen der Gesprächspartner einzugehen, jedoch fehle. Würde man sie vor die Wahl stellen, würde sie ein – notfalls auch ‚virtuelles‘ (z.B. per Videokonferenz stattfindendes) – Gespräch mit einem Menschen dem mit einem Programm immer vorziehen. Ähnlich äußerte sich auch ein anderer Befragter über die Qualitäten von KI als Gesprächspartnerin: „Etwas Programmiertes [...] erzählt dir immer die gleiche Leier" (P2) und gehe dabei nicht individuell auf jeden Einzelnen ein. Datenschutzprobleme sieht er durch den Einsatz von KI nicht. Eher gehe es ihm um Probleme hinsichtlich der Professionalität der Anwendung. Eine weitere Befragte wies auf die mangelnde Empathiefähigkeit von Chatbots hin, die darin resultiert, dass sie keine „Vertrauensbasis" (P6) zu KI-Programmen aufbauen könne. Sie zog an dieser Stelle den Vergleich zu Therapeut:innen, mit denen man nicht auf eine Wellenlänge kommt.

Positiv wurde an dieser Stelle angemerkt, dass der Einsatz von KI dahingehend die Hemmschwelle senken könnte, dass bspw. im Vergleich zur Telefonseelsorge nicht das

Gefühl aufkommen könnte, man würde jemandem „Zeit stehlen“ (P4) oder Kapazitäten in Anspruch nehmen, die jemand anderes gerade dringender benötigen könnte.

Während KI als Gesprächspartnerin nur sehr beschränkte Kompetenzen zugeschrieben wurde, ging eine Teilnehmerin der Studie genauer auf die Rolle von KI zu Analysezwecken im Hintergrund von Anwendungen ein. Dort wäre der Einsatz von Künstlicher Intelligenz aus ihrer Sicht wünschenswert. Zwar wäre die App in diesem Falle vielleicht eine „Datenkrake“ (P8), sie könne dann aber genauere, auf den Nutzer individualisiert zugeschnittene Hilfeleistungen bieten.

An dieser Stelle sieht auch Hegerl die größten Chancen. Für ihn ist KI ein zentrales Zukunftsthema. Vorteile könnten aus dem Monitoring und der Auswertung von Körperdaten entstehen: „Die liefern natürlich Informationen, die ich in Beziehung setzen kann, um den schweren Grad meiner Depression objektiv zu bilden oder um Dinge zu identifizieren, die Änderungen vorausgehen und damit möglicherweise kausal in Verbindung stehen. Wenn ich dann lerne, immer, wenn ich früher ins Bett gehe und wenn ich liegen bleibe, fühle ich mich schlapper. Dann kann man gegensteuern.“ (E1). So könnte das Verständnis Betroffener für ihre Krankheit gestärkt werden.

UK 4.5 Ausgestaltung der Online-Anwendungen (inkl. Anreizsysteme)

Nach der Ausgestaltung der Online-Anwendungen befragt, wurden mehrere Prioritäten der Proband:innen sichtbar. Zunächst einmal sollte sie, wie mehrere Befragte angaben, „gut bedienbar und intuitiv“ (P1) aufgebaut sein, aber: „für mich steht der Nutzen und das Ergebnis im Vordergrund und nicht die User Experience.“ (P1) Eine Probandin wies auch darauf hin, dass es optimal wäre, die App ohne Registrierung nutzen zu können.

Ein weiterer sehr wichtiger Punkt ist Datenschutz. Dies wird an der Möglichkeit der anonymen Nutzung oder an der Vertrauenswürdigkeit des:der Entwicklers:in festgemacht. Als Beispiele für vertrauenswürdige Anbieter wurden das Bundesgesundheitsministerium, Krankenkassen oder Pharmakonzerne genannt. Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen von Apps überfliegt Probandin 6 hingegen meist nur. Trotzdem wird die Sensibilität gegenüber Datenschutzthemen in Deutschland als eher hoch wahrgenommen. Tatsächlich zeigt auch die Forschung, zuletzt etwa die Oktober 2020 erschienene Data Collection and Consent Survey von Publicis Sapien, dass Deutsche im weltweiten Vergleich in ganz besonderem Maße darauf achten, mit wem sie ihre Daten teilen.

Aber auch die fachliche Vertrauenswürdigkeit der App wird für wichtig erachtet, dass „im Endeffekt jemand hinter dieser App steht, der sich mit der ganzen Materie auskennt.“ (P2) Schließlich gehe es hier um die psychische Gesundheit und damit um einen recht sensiblen Bereich.

Die befragten Proband:innen haben aber auch konkrete Vorschläge zur Ausgestaltung der App gemacht. So wird etwa nahegelegt, dass die App einem eine gewisse Selbstverantwortung überlässt und einem lediglich „leitfadenmäßig die Hand reicht“ (P6) oder man sogar „spielerisch da durch geführt wird“ (P10), also eine Gamification-Strategie angewandt wird. Probandin 5 findet es gut, „wenn viele Features in der App vereint sind“ (z.B. Übungen/Aufgaben, Check von Symptomen) und man dadurch eine einzige App hat, die als Therapiebegleiterin dient. Allgemein ist heraus zu hören, die App solle vor allem Vorschläge machen: „Dass man quasi daran erinnert wird, bestimmte Dinge zu tun, die einem ja auch meistens einfach gut tun.“ (P3) Dies könnte wie bei einer Verhaltenstherapie helfen, Verhaltensmuster zu finden und anzuwenden, die einem gut tun. Proband 3 wünscht sich „eine Gruppenchatfunktion, ein Forum“, in dem sich Nutzer:innen austauschen können, um der Anwendung eine soziale Komponente zu geben.

Auch eine Art „Notfallknopf“ (P3) bzw. eine Erkennung akuter Suizidgefahr wird für sinnvoll gehalten. Gerade das Verhalten der App in einer solchen Ausnahmesituation wird eine wichtige Frage in der Programmierung solcher Anwendungen sein.

Eine App, die im Hintergrund Nutzer:innenverhalten analysiert, etwa die Tippgeschwindigkeit oder die Bildschirmzeit erhebt und daraus den psychischen Zustand ableitet, wird als zu invasiv oder „spooky“ (P4) erachtet und eher abgelehnt.

Neben Selbsttherapie-Anwendungen haben die Proband:innen aber auch noch Anregungen zu anderen Apps geäußert: Etwa eine App, welche ihre Nutzer:innen bei der Suche nach professioneller Hilfe unterstützt und es so etwa erleichtern könnte, einen geeigneten Therapieplatz zu finden. Oder eine App, die Angehörige von Depressiven unterstützt: „Weil, dein Umfeld bekommt das mit, dass es dir nicht gut geht. [...] Die machen sich auch Gedanken und wissen nicht, was sie tun sollen.“ (P4) Nahestehende Personen könnten so erfahren, wie sie besser helfen können und welche Fehler sie vermeiden sollten.

Zum Thema der Preisgestaltung kamen wiederum verschiedene Ansichten auf: Ein Zuschuss der Krankenkasse würde begrüßt werden, auch da die Kosten mutmaßlich deutlich unter denen einer Psychotherapie liegen. Grundsätzlich würde es als sehr förderlich gesehen werden, wenn die App für Nutzer:innen kostenlos wäre. Aber auch ein Abonnement-Modell oder eine einmalige Gebühr („so bis 5 € würde ich sagen, wäre da in Ordnung“ (P3)) wird für vertretbar gehalten, wenn das Angebot einen entsprechenden Nutzen verspricht. Auch ein Freemium-Modell, das also teilweise kostenlos ist, aber auch kostenpflichtige Komponenten beinhaltet, wird für akzeptabel gehalten.

Apps können Anreizsysteme wie Streaks, also Visualisierungen regelmäßiger Nutzung, oder Instrumente wie Push-Mitteilungen auf dem Smartphone der Nutzer:in anwenden, um sie so zur regelmäßigen Verwendung der App zu animieren. Das Meinungsbild unter

den Proband:innen ist hierbei gemischt: Probandin 5 gab an, ein Streak-Ansatz würden sie eher stressen (P5). Probandin 7 würde das Handy dann sogar aus Trotz beiseitelegen. Auch Proband 1 gab an, diese abzulehnen, „da [er] die App nur nutzen wollen würde, wenn [er] sie tatsächlich [braucht]“ (P1). Auch soll durch Push-Mitteilungen nicht der Eindruck einer Verpflichtung zur App-Nutzung entstehen: „Also mir wäre es superwichtig, dass die App mich nicht unter Druck setzt.“ (P6) Viel wichtiger sei eine intrinsische Motivation zur Selbsttherapie, ohne die, so Probandin 6, diese und auch andere Therapieansätze gar nicht funktionieren würden.

Einige Proband:innen finden solche Push-Mitteilungen aber auch sinnvoll: „Für den Anfang ist das besonders gut. Ich hatte mir die [App] runtergeladen und dann immer vergessen, dass ich die [...] habe und mit Mitteilungen werde ich daran erinnert.“ (P5) Zumindest unaufdringliche Botschaften ohne zu starken Appellcharakter werden begrüßt: „Aber was ich nicht schlecht find, sind diese – da gibt's ja auch so kleine Reminder, wo dann einfach nur – keine Ahnung – so ein Motivationspruch kommt, und das find ich eigentlich gar nicht so schlecht.“ (P7) Zwei Proband:innen würden auch Gamification-Elemente, konkret hier den Streak-Ansatz, akzeptieren, zumindest wenn diese dann auch ganz individuell anpassbar sind: „Gamification wär vielleicht in dem Sinne sinnvoll, dass man vielleicht für sich persönlich so eine Art Sammeln hat, was man so an Erfolgen hat oder was für Fortschritte du gemacht hast.“ (P8), bzw. „dass man eben auch selbst solche Ziele hinterlegen kann, so kleine Motivations-Gimmicks.“ (P1)

Der Schlüssel müsste hier also eine flexible Lösung sein. Nicht nur, um verschiedenen Nutzer:innen Rechnung zu tragen, sondern weil die Einstellung auch bei dem:der einzelnen Nutzer:in variieren kann:

„Das kann auch von Tag zu Tag wechseln. [...] Wenn jetzt jemand zum Beispiel aber schwer depressiv ist und sich von sowas unter Druck gesetzt fühlt, und man fühlt sich schnell unter Druck gesetzt dann, dann sollte man das auf jeden Fall sehr intuitiv ausschalten können.“ (P4)

Auch Hegerl plädiert dafür, dass sich solche Apps „ruhig, überschaubar [...] in keiner Weise irgendwie [stimulierend]“ (E1) mit dem:der Nutzer:in in Verbindung setzen: „Alles was irgendwie mit Abruptheit und Überraschung einhergeht, ist für jemanden mit einer Depression eher eine Belastung“ (E1).

UK 4.6 Bewertungen und Empfehlungen

Unabhängig vom genauen Funktionsumfang der Online-Anwendungen sollte im Rahmen der Befragung auch herausgefunden werden, welchen Wert die Teilnehmer:innen den Bewertungen oder Empfehlungen anderer Nutzer:innen, Expert:innen oder Freund:innen beimessen und welche anderen Faktoren ihren Auswahlprozess beeinflussen.

Auch an dieser Stelle waren die Proband:innen unterschiedlicher Meinungen. Während für einen der Befragten Bewertungen anderer Nutzer:innen (z.B. im App Store) keine wichtige Rolle spielen, weil es um ein „extrem subjektives Thema“ (P1) gehe und er nicht glaube, dass die Ratings die tatsächliche Qualität einer Anwendung widerspiegeln, prüft eine andere Befragte Bewertungen vor jedem Download. Empfehlungen von Spezialist:innen (z.B. ihrem Therapeuten) würde diese Teilnehmerin „blind“ (P6) vertrauen. Ein anderer Studienteilnehmer würde auch im Falle einer Empfehlung durch eine Expertin oder einen Experten noch den Kommentarbereich im App Store konsultieren. Eine andere Befragte hält die meisten Nutzer:innen bewertungen für aussagekräftig, weil sie der Ansicht ist, dass viele dieser Menschen ähnliche Erfahrungen gemacht hätten wie sie. Eine weitere Teilnehmerin setzt bei der Auswahl der Apps eher auf Empfehlungen aus ihrem persönlichen Umfeld und auf Quellen, denen sie vertraut. Dazu zählt sie z.B. Freund:innen und Familie, aber auch Therapeut:innen und ihre Krankenkasse.

6. Ergebnisse

In diesem Kapitel sollen die Erkenntnisse aus der vorangegangenen empirischen Untersuchung zusammengefasst und einer Diskussion unterzogen werden. Darauf folgend sollen die Ergebnisse zusammengeführt und reflektiert werden.

6.1. Diskussion

Die Tiefeninterviews haben dabei geholfen, einen tieferen Einblick in die Situation und die Gefühlslage von jungen Menschen mit psychischen Störungen zu erlangen. Vereinzelt Aussagen der Proband:innen – bspw. in Bezug auf die Angst, Menschen, die es eventuell ‚notwendiger‘ haben könnten, einen Therapieplatz wegzunehmen – lassen vermuten, dass psychischen Störungen noch immer ein anderer Stellenwert in der Gesellschaft und auch unter den Erkrankten selbst beigemessen wird als körperlichen, von außen besser ‚sichtbaren‘ Krankheiten wie bspw. einer Gehbehinderung.

Dies hat zur Folge, dass es für Betroffene schwieriger ist, professionelle Behandlung einzufordern und sich einzugestehen, dass die Unterstützung des persönlichen Umfelds nicht mehr ausreicht. Diese Problematik resultiert sowohl aus der anhaltenden gesellschaftlichen Stigmatisierung psychischer Störungen, als auch aus dem Krankheitsbild selbst. Denn Betroffene sehen sich, darauf weist auch Prof. Hegerl hin, oftmals als „Versager“ (E1), schreiben sich selbst Schuld an ihrem Unwohlsein zu und unterschätzen auch die Notwendigkeit professioneller Behandlung.

Die Tatsache, dass sich die Teilnehmer:innen der Tiefeninterviews fast ausnahmslos in professioneller Behandlung befinden oder befanden und auch sehr offen über ihren Zu-

stand sprechen konnten, zeugt von einem hohen Grad an Selbstreflexion, der nicht unbedingt auf alle Menschen übertragen werden kann, die unter Depressionen und/oder Angststörungen leiden. Zudem ist zu erkennen, dass sich dieser Zustand der Offenheit und der souveräne persönliche Umgang mit der Krankheit erst im Laufe der Zeit entwickelt hat und einige Proband:innen von Schwierigkeiten bezüglich einer anfänglich fehlenden Akzeptanz sprachen.

Dieses Verständnis von psychischen Störungen und ihren Auswirkungen ist wichtig, da es den Zugang der Betroffenen zu und ihre Offenheit für verschiedene Behandlungsmethoden beeinflusst. Außerdem erklärt es die hohe Anzahl an Menschen mit Depressionen und Panik- bzw. Angststörungen, die sich im Gegensatz zu den Befragten eben nicht in professioneller Behandlung befinden.

Vor diesem Hintergrund ist es als besonders kritisch zu erachten, wenn zusätzlich zur gesellschaftlichen Stigmatisierung und den Auswirkungen des Krankheitsbildes selbst darüber hinaus strukturelle Probleme den Zugang zu einer Therapie erschweren. Die Tiefeninterviews haben gezeigt, dass für die meisten Befragten der Weg in die Behandlung sowohl zeitaufwendig als auch kräftezehrend war. Oftmals, darauf weisen sowohl die Tiefeninterviews als auch das Experteninterview hin, ist Betroffenen auch nicht klar, wer der:die richtige Ansprechpartner:in in ihrer Situation ist. Darauf ist auch zurückzuführen, dass in mehreren Tiefeninterviews die Idee einer App zur Suche und Planung geeigneter Behandlungsmöglichkeiten geäußert wurde, auf die später noch genauer eingegangen werden soll.

Zunächst muss jedoch auch festgehalten werden, dass die Covid-19-Pandemie definitiv einen Einfluss auf einerseits die psychische Gesundheit der Proband:innen und andererseits auf die infrastrukturelle Situation des Gesundheitswesens hat. Wie groß der Einfluss von COVID-19 auf die Entstehung von Depressionen und Angststörungen ist, kann von der Forschung nicht eindeutig beantwortet werden, was darauf zurückzuführen ist, dass äußeren Einflussfaktoren beim Ausbruch der Störung in der Forschung an verschiedenen Stellen eine unterschiedliche Gewichtung beigemessen wird. Hierauf wird in Kapitel [6.2](#) noch näher eingegangen. Hegerl rechnet in diesem Kontext zwar nicht mit einer neuen „Depressions-Epidemie“ (E1). Als gravierend schätzt er jedoch die Folgen der Covid-19-Pandemie für jene Menschen ein, die bereits zuvor an der Erkrankung litten und denen die Durchführung eines geregelten Tagesablaufs durch Lockdown, Homeoffice, Kontaktbeschränkungen, etc. stark erschwert wurde. Die Maßnahmen könnten dafür sorgen, dass sich depressive Menschen noch weiter zurückziehen und sich ihr Zustand dadurch womöglich weiter verschlechtert.

Tiefen- und Experteninterviews bestätigen die Vermutung, dass die Gesundheitsversorgung schon vor der Covid-19-Pandemie nicht optimal war und mit langen Wartezeiten einherging. Der pandemiebedingte massive Ausfall von Sprechstunden und ambulanten

Angeboten verschärfte diese Problematik. Zwar attestiert Hegerl dem Gesundheitssystem eine gute Reaktion durch die Einrichtung von Tele- oder Online-Therapie und Betroffene berichteten davon, dass nach einiger Zeit auch wieder Gespräche unter Einhaltung von Abstand und Maskenpflicht möglich waren. Gleichzeitig entstehen dadurch jedoch neue Herausforderungen auf Seiten von Therapeut:innen und Patient:innen – vom Wegfall der Mimik durch das Tragen einer Mundnasenbedeckung über die fehlende Körpersprache bei Teletherapie bis zum fehlenden zwischenmenschlichen Kontakt bei der Durchführung von Online-Therapie.

Interessant ist an dieser Stelle die Beobachtung, dass (im Rahmen der Tiefeninterviews befragte) Betroffene von Angststörungen im Gegensatz zu depressiven Menschen auch von positiven Seiten der Covid-19-Pandemie berichten konnten. Hier konnten einige Symptome, z.B. Panikattacken, ausgelöst durch den Aufenthalt in großen Menschenmengen, als Resultat des Lockdowns und des damit einhergehenden entschleunigten Soziallebens, auch gelindert werden. Diesbezüglich muss jedoch die Vermutung aufgestellt werden, dass die pandemiebedingte Verbesserung der Situation nur von kurzfristiger Natur ist, da lediglich die unmittelbare Konfrontation mit den Auslösern der Probleme ausbleibt, jedoch keine langfristige Besserung erreicht wird.

Bezüglich der Nutzung von Apps bzw. Online-Anwendungen konnten unterschiedliche Erkenntnisse erlangt werden:

Zunächst wurde unter den Befragten eine hohe Nutzerquote von Meditations-Apps identifiziert. Diese Angebote scheinen auf große Beliebtheit zu stoßen, obwohl sie – im Gegensatz zu dediziert entwickelten Gesundheits-Apps – nicht vordergründig für die Behandlung oder Linderung psychischer Störungen entworfen wurden und ihre Wirkung verglichen mit einer psychotherapeutischen Behandlung auch entsprechend limitiert ist. Womöglich ist die große Beliebtheit aber auch gerade darauf zurückzuführen, dass die Beschäftigung mit Meditation eine sehr geringe Hürde aufweist und die Tatsache, dass sie auch von ‚völlig gesunden‘ Menschen genutzt wird kein Eingeständnis eines echten Therapiebedarfs notwendig macht.

Darüber hinaus konnte in Bezug auf ‚echte‘ Therapie-Anwendungen – also solche, die auch von Ärzt:innen verschrieben und im Zusammenspiel mit einer persönlichen Face-to-Face-Therapie genutzt werden können – eine mangelnde Allokation von Angebot und Nachfrage aufgezeigt werden. Schließlich zeigt die Theorie eine wachsende Beliebtheit solcher Anwendungen, die auch in unserem Experteninterview bestätigt werden konnte. Die interviewten Proband:innen haben jedoch noch kaum Erfahrungen damit gemacht, wenngleich sie sich überwiegend offen und interessiert zeigten. Es können verschiedene Vermutungen zur Erklärung dieses Phänomens angestellt werden: Zunächst handelt es sich bei Mental Health Apps noch um eine vergleichsweise junge Technologie, deren Nutzerzahlen dementsprechend noch wachsen. Darüber hinaus ist

die ausgewählte Stichprobe für die Tiefeninterviews nicht repräsentativ und daher nicht geeignet, um die Marktdurchdringung der Anwendungen zu analysieren.

Durch die Aussagen der Proband:innen zur Ausgestaltung von Online-Anwendungen und dazu, wessen Meinung sie bei der Auswahl von Anwendungen eine besonders hohe Bedeutung beimessen würden, können jedoch Vorschläge für den Aufbau neuer oder für die Verbesserung bestehender Anwendungen abgeleitet werden.

Einigkeit besteht in der Einschätzung, dass Online-Anwendungen die persönliche Therapie mit einer Expertin oder einem Experten nicht ersetzen können. Zu wichtig ist die persönliche, individuelle Betreuung und zu hoch die Gefahr, die von ungeprüfter und unregulierter Software ausgeht. Vielversprechender erscheint eine Nutzung zertifizierter Anwendungen parallel zur Face-to-Face-Therapie. Das bestätigt auch Hegerl, der auf Erfahrungen mit dem ‚iFightDepression‘-Tool des EAAD zurückgreifen kann, das Betroffene in enger Zusammenarbeit mit ihrer Therapeutin oder ihrem Therapeuten nutzen.

Ein potenzieller Anwendungsbereich, auf den mehrere Teilnehmer:innen der Tiefeninterviews aufmerksam gemacht haben, betrifft die Unterstützung bei der Vermittlung von Therapieplätzen bzw. der Herstellung eines Erstkontakts. Eine solche Anwendung könnte Erste Hilfe in Form von geprüften Informationen oder einem Ratgeber bieten und Hilfesuchende dabei unterstützen, die zeitaufwändige und kräftezehrende Suche nach einem Behandlungsplatz zu vereinfachen – z.B. indem geeignete Ärzt:innen und Therapeut:innen in der Nähe aufgelistet und per Mausclick oder Bildschirmberührung für einen Terminvorschlag kontaktiert werden können.

Unabhängig vom genauen Funktionsumfang einer Anwendung – also ob diese parallel zur Behandlung eingesetzt oder zusätzlich genutzt wird, um in einem ersten Schritt einen Therapieplatz zu finden – hat sich gezeigt, dass ‚Individualität‘ und eine Anpassung an die Bedürfnisse der potenziellen Nutzer eine wichtige Rolle spielen. Die Anwendung sollte außerdem keinen Druck auf ihre Anwender:innen ausüben, da dieser ‚Aufforderungscharakter‘ von den Teilnehmer:innen der Tiefeninterviews als kritisch betrachtet wurde.

Außerdem ist der Einsatz von Künstlicher Intelligenz im Rahmen einer Psychotherapie nach Analyse der Tiefeninterviews kritisch zu hinterfragen. Die eben angeführte individuelle Behandlung und die Fähigkeit, auf spezifische Situationen und Probleme eingehen zu können, ist eine der grundlegenden Fähigkeiten, die ein:e Expert:in vorweisen muss. In den Tiefeninterviews sind aus diesen Gründen Zweifel gegenüber einem adäquaten Ersatz von Künstlicher Intelligenz auszumachen. Auch gibt es keinen klaren Konsens darüber, wie weit der Einsatz Künstlicher Intelligenz gehen darf.

So hat eine Probandin etwa angeregt, eine Art Frühwarnsystem für akute Suizidgefahr zu implementieren. Dies würde einerseits einen großen Nutzen mit sich bringen – wenn

es denn funktioniert. Die Frage ist jedoch, welche Daten für ein effektives Screening notwendig wären. Facebook verwendet etwa einen Suizidpräventionsalgorithmus, um Beiträge von Nutzern standardmäßig zu überprüfen. Auf dem europäischen Markt ist dieser allerdings aus datenschutzrechtlichen Gründen deaktiviert (siehe 2.3). Bei dem Vorgehen des Sozialen Netzwerk handelte es sich um ein Screening im Verborgenen. Bei Therapie-Apps, die einen solchen Algorithmus offen als Teil ihres Funktionsumfangs ausweisen, ist die Situation wiederum freilich eine andere.

Diese Überlegung, die sich aus einer einzelnen Aussage ergibt, steht natürlich nur exemplarisch für ein Spannungsfeld zwischen Datenschutz und Funktionalität, in dem sich viele App-Entwicklungen befinden. Gerade dann, wenn Apps Nutzungs- oder (etwa in Verbindung mit Wearables) Körperdaten auswerten, steht ganz klar die Frage im Raum, wie und für welche Zwecke diese Daten wo und wie lange gespeichert werden. Zu wenige Anbieter halten hier aussagekräftige Datenschutzbestimmungen bereit, die auch für durchschnittliche Nutzer:innen verständlich sind. Ein interdisziplinäres Forschungsprojekt wäre hier wünschenswert, um herauszufinden, welche Daten besonders aussagekräftig sind und wie eine Mental Health App unter der Maxime ‚Privacy by Design‘ aussehen würde.

6.2. Zusammenführung der Ergebnisse

Betrachtet man die im vorangegangenen Abschnitt ausgeführte Diskussion der qualitativen Forschungsergebnisse vor dem Hintergrund des eingangs analysierten aktuellen Forschungsstands, lässt sich festhalten, dass einige frühzeitig aufgekommene Vermutungen im Verlauf der Forschung bestätigt werden konnten.

Ähnlich wie aktuelle Studien ein erhöhtes Stresslevel bei Angehörigen der Generation Z in Folge der Covid-19-Pandemie aufgezeigt haben, wurden auch in den Tiefeninterviews psychische Folgen der Krise sichtbar. Wie groß der Einfluss von COVID-19 auf die Entstehung von Depressionen und Angststörungen ist, kann von der Forschung nicht eindeutig beantwortet werden. Das ist darauf zurückzuführen, dass bspw. im Kontext von Depressionen Unklarheit über den Einfluss äußerer Umweltfaktoren auf den Ausbruch der Störung besteht. Manche Forschende identifizieren eine Interdependenz zwischen der Erkrankung einer Person und ihrem gesellschaftlichen Umfeld und argumentieren dahingehend, dass sich bspw. Arbeitslosigkeit und die Entstehung einer Depression gegenseitig beeinflussen.²⁴⁶ Andere Forschende sehen dabei keinen Zusammenhang, gehen davon aus, dass Depressionen weitestgehend unabhängig von äußeren Einflussfaktoren entstehen und messen der persönlichen Veranlagung der Betroffenen eine wichtigere Rolle bei. So auch Hegerl, der im Zusammenhang mit COVID-19 nicht von einer neuen „Depressions-Epidemie“ (E1) ausgeht. Unabhängig von dieser Diskussion lässt

²⁴⁶ Vgl. Deister 2020.

sich zusammenfassen, dass die Forschungsergebnisse auf eine wachsende Bedeutung von Mental Health als gesundheitliche Herausforderung für die Angehörigen der Generation Z hinweisen.

Von noch größerer Bedeutung sind sowohl in bereits veröffentlichten Studien als auch in dieser Forschung, die negativen Auswirkungen auf bereits erkrankte Menschen und deren Behandlung. Dies erklärt auch die Wirkung der Covid-19-Pandemie als Digitalisierungstreiber, die sich unter anderem im explosionsartigen Anstieg des Angebots an Teletherapie oder in dem Nutzerzuwachs des ‚iFightDepression‘-Tools des EAAD zeigt.

Interessant ist die Abwägung zwischen den positiven und negativen Auswirkungen auf Betroffene, die mit der Nutzung solcher Apps einhergehen könnten. In Kapitel 3 wurde dahingehend die Frage aufgeworfen, was überwiegt – der Einfluss der Online-Anwendungen zur Verminderung der Eintrittsbarriere oder ihr Beitrag zur Verharmlosung der Problematik und dem Erwecken des Anscheins, dass mit der Nutzung einer App eine professionelle Behandlung obsolet wird. Hegerl sieht beide Seiten und glaubt, dass es abhängig von dem:der jeweiligen Patient:in ist, ob er:sie durch die Nutzung einer App merkt, dass professionelle Hilfe notwendig ist oder ob stattdessen eher die leitlinienkonforme Behandlung vermieden wird.

Was den optimalen Einsatz von Online-Anwendungen angeht, stimmen vorangegangene Forschungsergebnisse wie die von Vlijter und Klein daher auch mit den Aussagen von Hegerl und den meisten Teilnehmer:innen unserer Tiefeninterviews darin überein, dass Apps die Face-to-Face-Therapie mit einem:einer Expert:in nicht ersetzen können. Vielversprechender erscheint in diesem Zusammenhang eine parallele Nutzung zur Unterstützung der persönlichen Therapie oder sonstiger leitlinienkonformer Behandlungsmethoden.

Inwiefern dabei auch Künstliche Intelligenz zum Einsatz kommen sollte, kann an dieser Stelle nicht abschließend beurteilt werden. Die Analyse des aktuellen Forschungsstands hat gezeigt, dass KI bereits heute im Gesundheitsbereich zum Einsatz kommt – bspw. bei der Identifikation von Tumoren in der Krebsdiagnose. Analog dazu ist auch im Bereich Mental Health ein KI-Einsatz denkbar, wenn es darum geht, große Datenmengen (z.B. von Wearables generierte Körperdaten oder Bewegungsprofile) zu analysieren und daraus Handlungsempfehlungen für Patient:innen abzuleiten, die ihnen dabei helfen, ihre Störung besser zu verstehen und ihr entgegenzusteuern. Hier sieht auch Hegerl ein zentrales Zukunftsthema in der Depressionsforschung, wenngleich ihm auch die Risiken eines konstanten Monitorings bewusst sind.

Noch futuristischer mutet der Einsatz von KI in Chatbots oder als virtueller Therapeut an. Anschließend an die Diskussion über die potenzielle Entwicklung einer starken KI und in diesem Zusammenhang auch über das Ersetzen des Menschen, ist im Bereich der

psychischen Gesundheit zu konstatieren, dass dem:der Experten:in weiterhin die entscheidende Verantwortung in Bezug auf die getroffenen Behandlungsmethoden obliegen muss. Hierbei hat die qualitative Forschung gezeigt, dass sowohl der Experte als auch das Gros der Proband:innen in den Tiefeninterviews im Kontext einer Therapie einen großen Wert auf Zwischenmenschlichkeit legen. Die psychotherapeutische Behandlung ist demnach zu komplex, als dass künstliche Intelligenz imstande wäre, den Betroffenen von psychischen Problemen adäquate Hilfestellung zu leisten. Dementsprechend fielen die Meinungen in den Tiefeninterviews zu potenziellen programmierten KI-Psychotherapeut:innen eher durchwachsen aus. Insbesondere die pandemische Situation hat im Kontext von langen Wartezeiten bei akuten Notfällen oder Schwierigkeiten des persönlichen Eingeständnisses, die Problemfelder im Gesundheitswesen sichtbar gemacht, zu dessen Lösung der Einsatz von künstlicher Intelligenz definitiv beitragen kann.

Das Potenzial der Technologie ist auch im Hinblick auf die Aussagen der Proband:innen unumstritten. Sicherlich entscheidend für eine erfolgreiche Integration von KI in psychotherapeutische Therapieprozessen ist allerdings die Interaktion zwischen Mensch und Technik.

Da der Behandlung von psychischen Krankheiten sowie den sensiblen personenbezogenen Daten, die in diesem Kontext entstehen, eine hohe Vertrauenswürdigkeit und Seriosität gegenüberstehen muss, ist der datenschutzkonforme Einsatz Künstlicher Intelligenz besonders relevant. Gerade im Hinblick auf Machine Learning und einer von Daten gespeisten Technologie ist Datensicherheit von zentraler Bedeutung.

7. Reflexion

Durch den sehr breit gefassten Untersuchungsgegenstand, der diverse Online-Anwendungen berücksichtigen sollte, war es im Rahmen dieser Arbeit nicht gänzlich möglich, in vollstem Umfang in die wünschenswerte Konzeption solcher Anwendungen einzusteigen. Die Untersuchungen haben zwar gezeigt, dass die Befragten aus der Generation Z gegenüber Online-Anwendungen zum Thema Mental Health sehr aufgeschlossen sind, die Bekanntheit und Nutzung dieser Apps jedoch noch begrenzt ist. Bei der Frage, wie genau Apps ‚erste Hilfe‘ leisten oder auch im weiteren Therapieprozess unterstützend wirken können, ist weitere Forschungsarbeit nötig. Hier könnte eine strengere Eingrenzung des Forschungsgegenstandes hilfreich sein. Vielmehr ist hier auch die Expertise von weiteren Spezialist:innen der Bereiche Psychologie, Künstliche Intelligenz und App-Entwicklung interessant.

Die vorliegende Arbeit kann durch die begrenzte Anzahl an Proband:innen und die Einschätzung eines Experten keine Allgemeingültigkeit beanspruchen, zeigt dank des ex-

plorativen Ansatzes dennoch neue Perspektiven dieses jungen Forschungsgegenstandes auf. Hier können zukünftige Untersuchungen anknüpfen, ggf. auch mit einer Gruppendiskussion unter Expert:innen sowie weiterer qualitativer und/oder quantitativer Befragungen von potenziellen App-Nutzer:innen.

Bei der Eingrenzung der Zielgruppe auf Proband:innen mit Depressionen (F32) und/oder Angststörungen (F41) zeigte sich Verbesserungspotenzial. Insbesondere im Experteninterview mit Prof. Hegerl wurden die Unterschiede zwischen verschiedenen psychischen Störungen deutlich aufgezeigt. Zwar wurde bereits im Vorfeld eine Eingrenzung des Forschungsgegenstandes auf Angststörungen (F41) und Depressionen (F32) festgelegt, retrospektiv betrachtet wäre es jedoch von Vorteil gewesen, diese Eingrenzung noch weiterzuführen. Es erscheint sinnvoll, eine Konzentration auf Depressionen anzustreben, da sich diese in einigen Aspekten von anderen psychischen Störungen unterscheidet und mit einer Vermischung bzw. einer Verallgemeinerung psychischer Störungen zur Stigmatisierung dergleichen beigetragen werden kann.

Auch hat sich gezeigt, dass nicht alle der forschungsleitenden Fragen, die eingangs gestellt wurden, vollends zufriedenstellend zu beantworten sind.

In den Tiefeninterviews mussten einige Übergangs- oder Vertiefungsfragen gestellt werden, um auf die eigentlich relevanten Fragen für die Untersuchung einzugehen. Dabei wurden zum Teil Ergebnisse generiert, die nicht ausschlaggebend für die Beantwortung der Forschungsfrage sind. Da der Erhebungszeitraum für diese Forschungsarbeit und auch die Zeit der einzelnen Interviews begrenzt war, sind Nachfragen bei den Teilnehmer:innen außerdem nicht immer möglich gewesen.

Während der Planung der Interviews wurden mehrere Expert:innen angefragt, welche aufgrund ihrer praktischen Erfahrungen, bisherigen Forschungstätigkeit und Qualifikationen thematisch passend erschienen. Prof. Hegerl konnte dabei als Experte gewonnen werden, während weitere Expert:innen kurzfristig abgesagt, nicht geantwortet oder sich gegen ein Interview ausgesprochen haben. Dies ist möglicherweise auch auf die aktuelle COVID-19-Situation zurückzuführen. Die Forschung wurde dahingehend eingegrenzt, dass nur ein Experte im Rahmen dieser Arbeit befragt werden konnte. In Bezug auf die Durchführung dieses Experteninterviews lässt sich anmerken, dass es länger als erwartet gedauert hat, einen Gesprächsfluss zu etablieren. Das Vorhaben, mit Small Talk locker in das Gespräch einzusteigen ist – evtl. auch aufgrund der pandemiebedingten Durchführung via ‚Zoom‘ – nicht zur vollsten Zufriedenheit gelungen und gerade im ersten Viertel des Experteninterviews kam es zu kleineren Verständnisproblemen in Bezug auf den Forschungsgegenstand. Nichtsdestotrotz konnte Prof. Hegerl als Experte die vorliegende Arbeit mit wichtigen und interessanten Einblicken bereichern.

Im Gegensatz zu der quantitativen Forschung lassen sich für die qualitative Forschung keine allgemeingültigen Gütekriterien aufführen.²⁴⁷ Dennoch lassen sich qualitative Gütekriterien bestimmen, darunter Transparenz, Intersubjektivität sowie Reichweite.²⁴⁸ Die Transparenz ist aufgrund der Vielzahl von Möglichkeiten und möglichen Entscheidungen ein wichtiges Kriterium. Darüber hinaus ist die Intersubjektivität, bei der die Auswertung sowie die Interpretation plausibel dokumentiert werden müssen, ebenfalls relevant. Das Kriterium der Reichweite begründet sich aus der vergleichsweise geringen Probandenzahl, daher muss dargelegt werden, welche Verallgemeinerung geplant und möglich ist.²⁴⁹

In dieser Forschungsarbeit ist die Transparenz durch eine ausführliche Darlegung der Vorgehensweise weitgehend gewährleistet. Darüber hinaus ist die Interpretation der Daten durch das angewandte Kategoriensystem nachzuvollziehen. Die Definition der Kategorien, auch anhand von Ankerbeispielen, verdeutlicht diese Entscheidungsfindungen ebenfalls, sodass eine größtmögliche Transparenz und Intersubjektivität gewährleistet ist.

Die Ergebnisse müssen im Hinblick auf die aktuellen Umstände der Covid-19-Pandemie eingeordnet werden, was eine Verallgemeinerung teilweise erschwert. Allgemeine Aspekte wie beispielsweise die Erfahrungen mit und wünschenswerte Eigenschaften von einer möglichen App sollten allerdings durchaus zu einem gewissen Teil verallgemeinert werden können. Weiterhin ist anzumerken, dass die Proband:innen, welche für diese qualitative Untersuchung befragt wurden, hauptsächlich aufgrund der aktuellen Covid-19-Pandemie aus dem entfernten Bekanntenkreis generiert wurden. Die Auswahlkriterien wurden transparent in Kapitel [4.1](#) erläutert. Durch die Interviewdurchführung über ‚Zoom‘ kam es möglicherweise zu einer gewissen Distanz, welche die Vertrauensbasis zwischen Befragten und Fragenden eingeschränkt haben könnte.

Insgesamt stellt die Untersuchung mittels qualitativer Tiefen- und Experteninterviews eine Art der Erhebungsmethode dar, wobei weitere Ansätze, wie bspw. Gruppendiskussionen mit Expert:innen (auch die Position der Krankenkassen), weitere Tiefeninterviews mit möglichen App-Nutzer:innen oder eine quantitative Befragung, für die weitere Forschung denkbar sind.

²⁴⁷ Vgl. Flick 2014, S. 411.

²⁴⁸ Vgl. Mey und Ruppel 2018, S. 236–237.

²⁴⁹ Vgl. zu diesem Abschnitt Strübing et al. 2018, S. 83–85; vgl. Flick 2014, S. 411–413.

8. Fazit und Ausblick

Die vorliegende Arbeit wurde mit einem kontroversen Zitat der Studentin Kirby Harris eingeleitet, wonach wir in einer Welt leben, die an die Wichtigkeit psychischer Gesundheit glaubt, jedoch völlig unfähig darin ist, sie zu behandeln. Harris' Aussage ist überspitzt formuliert und ihr können sicherlich gute Argumente entgegengehalten werden. Dennoch hat die vorliegende Forschungsarbeit gezeigt, dass das Thema Mental Health nach wie vor mit der Problematik einer Tabuisierung und Stigmatisierung einhergeht und die Entwicklung hin zu einem gesellschaftlichen Bewusstsein für psychische Störungen noch lange nicht abgeschlossen ist.

Diese Stigmatisierung sorgt in Verbindung mit den Symptomen psychischer Störungen dafür, dass nicht alle Betroffenen die professionelle Hilfe und leitlinienkonforme Behandlung erhalten, die sie benötigen. Die Covid-19-Pandemie hat diese Situation noch verschärft und es ist nicht abzusehen, wie fatal die Folgen für Erkrankte an Depressionen und Angststörungen letztlich ausfallen. Ähnlich wie in anderen Lebensbereichen und Branchen hat sich die Covid-19-Pandemie auch im Gesundheitssektor als Digitalisierungstreiberin erwiesen. So mussten bspw. Therapiestunden vermehrt in den virtuellen Raum verlegt werden und Apps wie ‚iFightDepression‘ wurden zwischenzeitlich der Öffentlichkeit zugänglich gemacht.

Vor diesem Hintergrund wurde in dieser Forschungsarbeit die Frage gestellt, inwiefern Apps und KI-Anwendungen bei psychischen Belastungen und Störungen das mentale Wohlbefinden und die mentale Gesundheit unterstützen können. Dabei hat sich gezeigt, dass die bisherige Evidenz zur Wirksamkeit solcher Anwendungen, die in Studien getestet wurden, inkonsistent ist und dass weiterhin ein hoher Forschungsbedarf in diesem Feld besteht. Durch den relativ breit gefassten Forschungsgegenstand kann die vorliegende Arbeit die Effektivität einzelner Anwendungen nicht beurteilen. Im qualitativen Forschungsteil konnte jedoch sowohl in den Gesprächen mit Betroffenen als auch im Experteninterview die Vermutung bestätigt werden, dass solche Mental Health-Apps vor allem begleitend zu einer Face-to-Face-Therapie zum Einsatz kommen sollten.

In diesem Kontext wurde auch auf die Rolle von Künstlicher Intelligenz eingegangen. Der aktuelle Forschungsstand zeigt große Potenziale von KI im Gesundheitsbereich auf. Bereits heute kommt ‚schwache‘ KI beispielsweise im Bereich der Krebsdiagnose zum Einsatz. Ähnliche Use Cases sind auch im Bereich Mental Health denkbar – so könnte die Fähigkeit der KI zur Analyse und Verarbeitung großer und komplexer Datenmengen, die z.B. über Wearables generiert werden, Patient:innen dabei unterstützen, ihre Störung besser zu verstehen und ihr entgegenzuwirken. Was die Nutzung von ‚starker‘ KI angeht, fällt es schwieriger, geeignete Einsatzgebiete zu prognostizieren. So haben die Tiefeninterviews mit Betroffenen gezeigt, dass die Akzeptanz ‚programmierter‘ Therapeut:innen,

bspw. in Form von Chatbots oder Robotern, als gering empfunden wird, was mit der Wichtigkeit zwischenmenschlichen Kontaktes begründet wurde.

Trotzdem sind die befragten Proband:innen der Generation Z durchaus aufgeschlossen gegenüber KI-Tools, die bei psychischen Störungen Hilfe anbieten. Sicherlich hängt dies auch mit der Sozialisation dieser Generation zusammen, die mehrheitlich schon früh mit Smartphones in Kontakt kamen und Apps für verschiedenste Aufgaben des täglichen Lebens verwenden. Auch wenn das psychische Wohlbefinden ein sehr privater Bereich ist, erscheint es trotzdem nur sinnvoll, dass auch hier eine Lösung, die bequem über das Smartphone zu erreichen ist, passend erscheint. Wie andere Generationen, die womöglich nicht als technologische ‚Early Adopter‘ gelten, hierüber denken, ist noch nicht hinreichend erforscht.

Darüber hinaus wurde der Bedarf an einer technischen Lösung aufgezeigt, die Menschen mit nicht diagnostizierter Depression oder Angststörung dabei unterstützen könnte, mehr Informationen zu ihrem Zustand zu erhalten und die bürokratischen und kräftezehrenden Hürden bei der Suche nach einem Therapieplatz abzubauen. Denn es hat sich gezeigt, dass nicht nur gesellschaftliche Stigmatisierung, sondern auch die Komplexität ganz praktischer Fragen, etwa nach der Verfügbarkeit von Therapieplätzen und Abrechnungsfragen mit der eigenen Krankenkasse, als hinderlich wahrgenommen werden. Dies gilt insbesondere in einer solchen psychischen Ausnahmesituation, wie der Covid-19-Pandemie.

Diese Arbeit hat also nicht nur weiterführende Erkenntnisse zur Akzeptanz und konkreten Wünschen gegenüber KI-basierten Mental Health-Apps hervorgebracht, sondern auch einen Einblick in die Schwierigkeiten gegeben, denen Patient:innen mit Depressionen und Angststörungen begegnen. Ob Online-Anwendungen ein großer Schritt hin zu einem besseren Umgang mit psychischen Krankheiten sind, etwa weil sie das Potenzial haben, gesellschaftliche Stigmatisierung und praktische Hürden abzubauen, weil sie ergänzend zu einer Therapie dafür sorgen, den Behandlungserfolg zu erhöhen und/oder weil sie Patient:innen die Möglichkeit zur individuellen Nachsorge im Anschluss an eine professionelle Therapie zu geben, wird sich also erst noch zeigen. Sie dürfen jedenfalls kein Instrument werden, das nur vorgeschoben wird, um den Mangel an Therapieplätzen zu verschleiern, Betroffene mit ihren Problemen alleine lässt und schlimmstenfalls Probleme noch verstärkt, weil die App falsch oder unzureichend auf die Nutzer:innen eingeht.

Die vorliegende Arbeit hat gezeigt, dass es durchaus Potenziale in der Technologie und Aufgeschlossenheit und Interesse aufseiten der Patient:innen und Expert:innen gibt. Trotzdem sollte nicht unerwähnt bleiben, dass diese Entwicklung durchaus auch mit Risiken verbunden ist. Insofern ist es geboten, interdisziplinär weiter an den Möglichkeiten der Künstlichen Intelligenz im Mental-Health-Kontext zu forschen und Apps in diesem Bereich kritisch zu prüfen, wie dies bei anderen Gesundheitsprodukten üblich

ist. Nur dann ist sichergestellt, dass von psychischen Störungen Betroffene auch von den Möglichkeiten von KI profitieren und diese dazu beitragen kann, psychische Störungen besser zu verstehen und zu behandeln.

Literatur- und Quellenverzeichnis

- Ameri, Abdol A. (2017): Neue (Online-)Wege in der Behandlung von Depressionen. In: *DNP – Der Neurologe & Psychiater* 18, Nr. 7–8, S. 46–47.
- American Psychological Association (2018): Stress in America™. Generation Z. In: *The American Psychological Association*, <https://www.apa.org/news/press/releases/stress/2018/stress-gen-z.pdf> (20.11.2020).
- App Annie (2019): How To Win Gen Z on Mobile. In: *AppAnnie*, <https://www.appannie.com/de/insights/reports/how-to-win-gen-z-on-mobile/> (27.11.2020).
- ARD; ZDF (2020): Tägliche Dauer der medialen Internetnutzung nach Alter in Deutschland bis 2020 (in Minuten), In: *Statista* (Oktober 2020), <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1073613/umfrage/taegliche-nutzungsdauer-des-medialen-internets-nach-altersgruppen-in-deutschland/> (02.12.2020).
- Ärzeschaft (2020): E-Mental-Health: Experten sehen digitale Anwendungen reif für die Praxis. In: *Deutsches Ärzteblatt*, <https://www.aerzteblatt.de/nachrichten/117287/E-Mental-Health-Experten-sehen-digitale-Anwendungen-reif-fuer-die-Praxis> (19.11.2020)
- Backhaus, Autumn; Agha, Zia; Maglione, Melissa L.; Repp, Andrea; Ross, Bridget; Zuest, Danielle; Rice-Thorp, Natalie M.; Lohr, James; Thorp, Steven R. (2012): Videoconferencing Psychotherapy: A Systematic Review. In: *Psychological Services* 9, Nr. 2, S. 111–131.
- Bakker, David; Richard, Nikki (2019): Engagement with a cognitive behavioural therapy mobile phone app predicts changes in mental health and wellbeing: MoodMission. In: *Australian Psychologist* 54, Nr. 4, S. 245–260.
- Bandelow, Borwin; Wiltink, Jörg; Alpers, Georg W. et al. (2014): S3-Leitlinie Behandlung von Angststörungen, https://www.dgppn.de/_Resources/Persistent/0c2fc607fa678377a9efb4f13d5ce7007f2c43d0/S3-LL_Lang_Angstst%C3%B6rungen_2014.pdf (20.11.2020).
- Barak, Azy; Klein, Britt; Proudfoot, Azy (2009): Defining Internet-Supported Therapeutic Interventions. In: *Annals of Behavioral Medicine* 38, Nr. 1, S. 4–17.
- Berg, Achim (2019): Bitkom Research Digital Health, https://www.bitkom.org/sites/default/files/2019-05/190508_bitkom-pressekonzferenz_e-health_prasentation.pdf (30.11.2020).
- Berufsverband Deutscher Psychologinnen und Psychologen (o. J.): Gütesiegel „Geprüfte Psychologische Online-Intervention“ und „Geprüfte Psychologische App“,

- <https://www.bdp-verband.de/profession/zertifizierungen/guetesiegel-gepruefte-psychologische-online-intervention.html> (21.02.2021).
- Bitkom e.V. (Hrsg.) (2020): Deutschlands Patienten fordern mehr digitale Gesundheitsangebote, <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Deutschlands-Patienten-fordern-mehr-digitale-Gesundheitsangebote> (20.11.2020).
- Bleyl, Uwe; Höpker, Wilhelm-Wolfgang; Hofmann, Walter; Döhnert, Götz (1976): Allgemeine Ätiologie und Pathogenese von Krankheiten. In: Bleyl, Uwe; Höpker, Wilhelm-Wolfgang; Hofmann, Walter; Döhnert, Götz (Hrsg.): *Allgemeine Pathologie. Begleittext zum Gegenstandskatalog*. Berlin und Heidelberg: Springer, S. 1–7.
- Bogner, Alexander; Littig, Beate; Menz, Wolfgang (2014): *Interviews mit Experten. Eine praxisorientierte Einführung*. Wiesbaden: Springer VS.
- Brademann, Isabell; Piorr, Rüdiger (2019): Generation Z – Analyse der Bedürfnisse einer Generation auf dem Sprung ins Erwerbsleben. In: Hermeier, Burghard; Heupel, Thomas; Fichtner-Rosada, Sabine. (Hrsg.): *Arbeitswelten der Zukunft. Wie die Digitalisierung unsere Arbeitsplätze und Arbeitsweisen verändert*. Wiesbaden: Springer Gabler, S. 345–360.
- Bretschneider, Julia; Kroll, Lars Eric; Prütz, Franziska; Rommel, Alexander; Thom, Julia (2017): Inanspruchnahme psychiatrischer und psychotherapeutischer Leistungen – Individuelle Determinanten und regionale Unterschiede. In: *Journal of Health Monitoring* 2, Nr. 4, S. 3–23.
- Brock, Eike (2015): *Nietzsche und der Nihilismus*. Berlin, München und Boston: De Gruyter.
- Bundesärztekammer, Bundespsychotherapeutenkammer (2008): Glossar zu wiederkehrenden Begriffen im Zusammenhang mit den Stellungnahmen des Wissenschaftlichen Beirats Psychotherapie, <https://www.wbpsychotherapie.de/stellungnahmen/sonstige-stellungnahmen-und-veroeffentlichungen/glossar/> (22.11.2020).
- Bundesinstitut für Arzneimittel und Medizinprodukte (BfArM) (2020): ICD-10-WHO, <https://www.dimdi.de/dynamic/de/klassifikationen/icd/icd-10-who//> (20.10.2020).
- Bundesinstitut für Arzneimittel und Medizinprodukte (BfArM) (o.J.): Digitale Gesundheitsanwendungen (DiGA), https://www.bfarm.de/DE/Medizinprodukte/DVG/_node.html (02.12.2020).
- Caspar, Franz; Pjanic, Irena; Westermann, Stefan (2018): *Klinische Psychologie*. Wiesbaden: Springer.
- Coeckelbergh, Mark (2020): *AI Ethics*. Cambridge und London: The MIT Press.

- Coiffard, René (2019): Cracking the „Code to Teens“, In: *lead-digital* (12.03.2019), <https://www.lead-digital.de/code-to-teens-generation-z-marketer/> (08.02.2021).
- Constine, Josh (2017): Facebook rolls out AI to detect suicidal posts before they're reported. In: *techcrunch* (27.11.2017), <https://techcrunch.com/2017/11/27/facebook-ai-suicide-prevention/> (05.12.2020).
- Cosgrove, Lisa; Karter, Justin M.; Morill, Zenobia; McGinley, Mallaigh (2020): Psychology and Surveillance Capitalism: The Risk of Pushing Mental Health Apps During the COVID-19 Pandemic. In: *Journal of Humanistic Psychology* 60, Nr. 5, S. 611–625.
- Criteo (2020): Verhalten von App- Nutzern im Jahr 2020: Deutschland. In: *criteo*, <https://www.criteo.com/de/wp-content/uploads/sites/3/2020/07/Criteo-Global-App-Survey-2020-DE.pdf> (27.11.2020).
- Deister, Arno (2020): Psychiatrie und Gesellschaft. DGPPN Kongress 2020, Online: 27.11.2020. <https://www.dgppnkongress.de>.
- Deloitte (2020): White paper on millennials, Gen Z and mental health Managing mental health in the workplace, In: *Deloitte: Global 2020 Millennial Survey*, <https://www2.deloitte.com/global/en/pages/about-deloitte/articles/millennials-gen-z-and-mental-health.html> (29.11.2020).
- Deutsche Psychotherapeuten Vereinigung e.V. (Hrsg.) (2020): Report Psychotherapie 2020, <https://www.deutschepsychotherapeutenvereinigung.de/index.php?eID=dumpFile&t=f&f=11069&to-ken=a90390e76f0e00e7f914aef6a5b47f06e3cd5329> (18.10.2020).
- Deutscher Bundestag (2017): 15. Kinder- und Jugendbericht. Bericht über die Lebenssituation junger Menschen und die Leistungen der Kinder- und Jugendhilfe in Deutschland. Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend. Referat Öffentlichkeitsarbeit, <https://www.bmfsfj.de/blob/115438/d7ed644e1b7fac4f9266191459903c62/15-kinder-und-jugendbericht-bundestagsdrucksache-data.pdf> (28.11.2020).
- Deutscher Bundestag (2020): Unterrichtung der Enquete-Kommission Künstliche Intelligenz – Gesellschaftliche Verantwortung und wirtschaftliche, soziale und ökologische Potenziale. Drucksache 19/23700 vom 28.10, <https://dip21.bundestag.de/dip21/btd/19/237/1923700.pdf> (06.12.2021).
- DGPPN; BÄK; KBV; AWMF (Hrsg.) für die Leitliniengruppe Unipolare Depression. S3-Leitlinie/Nationale VersorgungsLeitlinie Unipolare Depression – Langfassung, 2. Auflage, Version 5, 2015, www.depression.versorgungsleitlinien.de (20.11.2020).

- Diekmann, Andreas (2010): *Empirische Sozialforschung: Grundlagen, Methoden, Anwendungen*. 4. Auflage, Hamburg: Rohwohlt Verlag.
- Domick, Michael (2019): Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. In: *Pew Research Center*, <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/> (29.11.2020).
- Dresing, Thorsten; Pehl, Thorsten (2015): *Praxisbuch Interview, Transkription & Analyse. Anleitungen und Regelsysteme für qualitativ Forschende*. 6. Auflage, Marburg, www.audiotranskription.de/praxisbuch (22.01.2021).
- Echterhoff, Gerald (2013): Quantitative Erhebungsmethoden. In: Hussy, Walter.; Schreier, Margrit; Echterhoff, Gerald (Hrsg.): *Forschungsmethoden in Psychologie und Sozialwissenschaften*. 2. Auflage, Wiesbaden: Springer, S. 55–114.
- Ehrenberg, Alain (1998): *Das erschöpfte Selbst. Depression und Gesellschaft in der Gegenwart*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Eichenberg, Christiane; Kühne, Stefan (2014): *Handbuch Online-Beratung*. München: Ernst Reinhardt Verlag.
- Eichenberg, Christiane (2020): Trendwende in der Online-Psychotherapie. In: *Deutsches Ärzteblatt PP19*, Nr. 6, S. 255–256.
- Eichenberg, Christiane; Hübner, Lisa (2019): E-Health-Anwendungen: Hohe Bereitschaft zur Inanspruchnahme. In: *Deutsches Ärzteblatt. PP18*, Nr. 9, S. 420–422.
- Eichenberg, Christiane; Wolters, Carolin; Brähler, Elmar (2013): The Internet as a Mental Health Advisor in Germany— Results of a National Survey. In: *PLoS ONE* 8, Nr. 11, S. 1–8.
- Eisend, Martin; Kuß, Alfred (2017): *Grundlagen empirischer Forschung. Zur Methodologie in der Betriebswirtschaftslehre*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Engl, Chirstoph (2018): Das Reisemotiv der neuen Generation: Instagrammability. In: *falstaff karriere* 3, Nr. 3, S. 16–17.
- Ermann, Michael; Waldvogel, Bruno (o.J.): Psychodynamische Psychotherapie – Grundlagen und klinische Anwendungen. In: *e.Medpedia*, https://www.springer-medizin.de/emedpedia/psychiatrie-psychosomatik-psychotherapie/psychodynamische-psychotherapie-grundlagen-und-klinische-anwendungen?epediaDoi=10.1007%2F978-3-642-45028-0_37 (22.11.2020).
- Ernst & Young LLP (2015): What if the next big disruptor isn't a what but a who? Gen Z is connected, informed and ready for business. In: *Slideshare*,

<https://de.slideshare.net/wiseknow/what-if-the-next-big-disruptor-isnt-a-what-but-a-who> (20.11.2020).

Fasel, Daniel; Meier, Andreas (2016): *Big Data*. Berlin: Springer Vieweg.

Flick, Uwe (2014): Gütekriterien qualitativer Sozialforschung. In: Baur N., Blasius J. (Hrsg.) *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Wiesbaden: Springer VS.

Funk (Hrsg.) (2020): psychologeek. Psychologie Apps – so gefährlich sind sie wirklich, <https://youtu.be/L6sk4toVS4w> (21.02.2020).

Funk (Hrsg.) (2021): reporter. Trigger statt Therapie, <https://youtu.be/DdcQVeUSA0Y> (21.02.2021).

Funk (o. J.), <https://www.funk.net/funk> (21.02.2021).

Gaebel, Wolfgang (2020): The digital revolution in mental health – between selfmanagement and crisis intervention. Improving national and European implementation of e-mental health – the Transnational Policy guidance. DGPPN Kongress 2020, Online: 28.11.2020. <https://www.dgppnkongress.de>.

Gerlof, Hauke (2020): Videosprechstunde: Gekommen, um zu bleiben. In: *Ärztezeitung*, <https://www.aerztezeitung.de/Wirtschaft/Videosprechstunde-Gekommen-um-zu-bleiben-414597.html> (25.11.2020).

Gertz, Nolen (2018): *Nihilism and technology*. Lanham: Rowman & Littlefield International.

Gertz, Nolen (2019): *Nihilism*. Cambridge, MA: MIT Press.

Gigon, Olof (1998): Aristoteles, *Die Nikomachische Ethik, aus dem Griechischen und mit einer Einführung und Erläuterungen versehen*. Zürich und München: Deutscher Taschenbuchverlag.

Grijak, Djurdja (2017): Authenticity as a Predictor of Mental Health. In: *University of Novi Sad*, https://www.researchgate.net/publication/324215160_Authenticity_as_a_Predictor_of_Mental_Health (28.11.2020).

Grimm, Petra; Hammele, Nadine (2019a): Das optimierte Ich: Mit Selbstvermessung und Selbstinszenierung zum Glück? In: Grimm, Petra; Keber, Tobias O.; Zöllner, Oliver (Hrsg.): *Digitale Ethik. Leben in vernetzten Welten*. 2., durchgesehene Auflage. Ditzingen: Reclam, S. 90–105.

Grimm, Petra; Hammele, Nadine (2019b): Künstliche Intelligenz: Was bedeutet sie für die Autonomie des Menschen? In: Grimm, Petra; Keber, Tobias O.; Zöllner, Oliver

- (Hrsg.): *Digitale Ethik. Leben in vernetzten Welten*. 2., durchgesehene Auflage. Ditzingen: Reclam, S. 153–170.
- Grimm, Petra; Keber, Tobias O.; Zöllner, Oliver (2019): Digitale Ethik: Positionsbestimmung und Perspektiven. In: Grimm, Petra; Keber, Tobias O.; Zöllner, Oliver (Hrsg.): *Digitale Ethik. Leben in vernetzten Welten*. 2., durchgesehene Auflage. Ditzingen: Reclam, S. 9–26.
- Harris, Kirby (o.J.): Gen Z is Going to Need Another Mental Health Revolution. Shifting the focus from stigma to societal barriers. In: *theconversationalist*, <https://www.theconversationalist.com/week-two-mental-health-therapy/gen-z-is-going-to-need-another-mental-health-revolution> (28.11.2020).
- Helfferrich, Cornelia (2019): Leitfaden- und Experteninterviews. In: Baur; Blasius (Hrsg.): *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Wiesbaden: Springer VS, S. 669–686.
- Hinck, Sebastian (2020): Policy Brief mit dem Titel „Digitale Public Mental Health Ansätze zur Verminderung der psychosozialen Folgen der COVID-19 Pandemie“ veröffentlicht. In: *Public Health COVID-19*, <https://www.public-health-covid19.de/aktuelles/policy-brief-mit-dem-titel-digitale-public-mental-health-ansätze-zur-verminderung-der-psychosozialen-folgen-der-covid-19-pandemie-veröffentlicht.html> (19.11.2020).
- IBM (2017): Despite Living a Digital Life, 98 Percent of Generation Z Still Shop In-Store. In: *IBM News Room*, <https://www-03.ibm.com/press/us/en/pressrelease/51397.wss#release> (20.11.2020).
- Illouz, Eva (2008): *Saving the modern soul. Therapy, emotions, and the culture of self-help*. Berkeley: University of California Press.
- Imdahl, Ines; Huber, Birgit (2019): „Ich Insta – also bin ich“ – Wie die Generation Z zwischen Kontrollverlust und Unverwundbarkeit schwankt. In: *planung&analyse* 46, Nr. 1, S. 65–67.
- Jacobi, Frank et al. (2014): Psychische Störungen in der Allgemeinbevölkerung. In: *Der Nervenarzt* 85, Nr. 1, S. 77–87.
- Jacobi, Frank et al. (2016): Erratum zu: Psychische Störungen in der Allgemeinbevölkerung. Studie zur Gesundheit Erwachsener in Deutschland und ihr Zusatzmodul „Psychische Gesundheit“ (DEGS1-MH). In: *Der Nervenarzt* 87, Nr. 1, S. 88–90.
- Jose, Paul E.; Lim Lim, Bee Teng (2014): Social Connectedness Predicts Lower Loneliness and Depressive Symptoms over Time in Adolescents. In: *Open Journal of Depression* 3, Nr. 4, S. 154–163.

- Jung, Bernd (Hrsg.) (o.J.): *Der „Wille zur Macht“*. Kein *Buch von Friedrich Nietzsche*. 2. Auflage, <https://nietzsche.ralfj.de/willeBJ.pdf> (17.08.2021).
- Klaffke, Martin (2014): Millennials und Generation Z – Charakteristika der nachrückenden Arbeitnehmer-Generation. In: Klaffke, M. (Hrsg.): *Generationenmanagement. Konzepte, Instrumente, Good-Practice-Ansätze*. Wiesbaden: Gabler Verlag, S. 57–82.
- Klein, Jan Philipp; Berger, Thomas (2013): Internetbasierte psychologische Behandlung bei Depressionen. In: *Verhaltenstherapie* 23, Nr. 3, S. 149–159.
- Klein, Jan Philipp (2020): Internetbasierte Interventionen für psychische Störungen; The digital revolution in mental health – between selfmanagement and crisis intervention. DGPPN Kongress 2020, Online: 28.11.2020. <https://www.dgppnkongress.de>.
- Kleinjohann, Michael; Reinecke, Victoria (2020): *Marketingkommunikation mit der Generation Z*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Knaevelsrud, Christine (2020): Internetbasierte Interventionen für psychische Störungen. DGPPN Kongress, Online: 28.11.2020. <https://www.dgppnkongress.de>.
- Krause, Kati (2015): Facebooks psychische Störung. In: *Zeit Online*, 29.12.2015, <https://www.zeit.de/entdecken/2015-12/social-media-depression-facebook-twitter/komplettansicht> (02.12.2020).
- Kruse, Johannes; Herzog, Wolfgang (2012): *Zur ambulanten psychosomatischen/psychotherapeutischen Versorgung in der kassenärztlichen Versorgung in Deutschland – Formen der Versorgung und ihre Effizienz*, https://www.kbv.de/media/sp/Gutachten_Psychosomatik_Zwischenbericht.pdf (03.12.2020).
- Kuß, Alfred (2012): *Marktforschung Grundlagen der Datenerhebung und Datenanalyse*. 4. Auflage. Wiesbaden: Gabler Verlag.
- Lembke, Gerald; Lademann, Denis; Hagmann, Nicola-André (2019): *Digital überleben. Erkenntnisse aus der digitalen Welt*. Heidelberg: medhochzwei Verlag.
- Lozo, Lubja (2010): Emotionspsychologie. Emotionen der Geschlechter ein fühlbarer Unterschied? In: Steins, Gisela (Hrsg.): *Handbuch. Psychologie und Geschlechterforschung*. Wiesbaden: Springer VS, S. 43–54.
- Mack, Simon; Jacobi, Frank; Gerschler, Anja et al. (2014): Self-reported utilization of mental health services in the adult German population – evidence for unmet needs? Results of the DEGS1-Mental Health Module (DEGS1-MH). In: *International Journal of Methods in Psychiatric Research* 23, Nr. 3, S. 289–303.

- Mayring, Phillip (2015): *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken*. 12. Auflage. Weinheim und Basel: Beltz Verlag.
- McGinty, Emma; Presskreischer, Rachel; Han, Hahrie; Barry, Colleen L. (2020): Psychological Distress and Loneliness Reported by US Adults in 2018 and April 2020. In: *JAMA* 324, Nr. 1, S. 93–94.
- Menasce Horowitz, Juliana; Graf, Nikki (2019): Most U.S. Teens See Anxiety and Depression as a Major Problem Among Their Peers. For boys and girls, day-to-day experiences and future aspirations vary in key ways. In: *Pew Research Center*, <https://www.pewsocialtrends.org/2019/02/20/most-u-s-teens-see-anxiety-and-depression-as-a-major-problem-among-their-peers/> (20.11.2020).
- Mey, Günther; Ruppel, Paul Sebastian (2018) Qualitative Forschung. In: Decker, Oliver (Hrsg.) *Sozialpsychologie und Sozialtheorie. Band 1: Zugänge*. Wiesbaden: Springer VS, S. 205–244.
- OC&C Strategy Consultants (2019): Eine Generation ohne Grenzen. Generation Z wird erwachsen. In: *OC&C*, https://www.occstrategy.com/media/1904/eine-generation-ohne-grenzen_.pdf (08.02.2021).
- Pauer-Studer, Herlinde (2020): *Einführung in die Ethik*. 3., aktualisierte und erweiterte Auflage. Wien: Facultas.
- Pieper, Annemarie (2017): *Einführung in die Ethik*. 7. Auflage. Tübingen: A. Francke Verlag.
- Pierce, Matthias; Hope, Holly; Ford, Tamsin et al. (2020): Mental health before and during the COVID-19 pandemic: a longitudinal probability sample survey of the UK population. In: *The Lancet Psychiatry* 7, Nr. 10, S. 883–892.
- Publicis Sapient (Hrsg.) (2020): 61% of People Know Nothing About What Companies Do With Their Data, New Global Survey Shows, <https://www.publicissapient.com/news/data-collection-and-consent-survey-with-IPSOS> (16.02.2021).
- PwC (2017): Sherlock in Health. How artificial intelligence may improve quality and efficiency, whilst reducing healthcare costs in Europe, <https://www.pwc.de/de/gesundheitswesen-und-pharma/studie-sherlock-in-health.pdf> (05.12.2020).
- PwC (2020): Gen Z is Talking. #3 of PwC Europe Consumer Insights Series. In: PwC, <https://www.pwc.de/de/handel-und-konsumguter/gen-z-is-talking-are-you-listening.pdf> (29.11.2020).

- Röbken, Heinke; Wetzel, Kathrin (2019): *Qualitative und quantitative Forschungsmethoden*. 7. aktualisierte Auflage. Oldenburg: Carl von Ossietzky Universität Oldenburg – Center für lebenslanges Lernen C3L.
- Schiepek, Günther (2018): Digitalisierung im Gesundheitswesen. Praxisbeispiel: eMentalHealth. In: Rückert, Maximilian Th. L.; Pfürringer, Dominik (Hrsg.): *Bei bester Gesundheit? Deutschlands E-Health im Check-up. Zukunftsplattform Bayern: Digitales Gesundheitswesen 2020*. München: Hanns-Seidel-Stiftung, S. 51–56.
- Schnack, Dirk (2020): Die Videosprechstunde kommt an. In: *Ärztezeitung*
<https://www.aerztezeitung.de/Wirtschaft/Die-Videosprechstunde-kommt-an-410124.html> (19.11.2020).
- Schobelt, Frauke (2019): Was die Gen Z von Marken und Apps erwartet. In: *onetoone*,
<https://www.onetoone.de/artikel/db/514701frs.html> (01.01.2021).
- Scholz, Christian (2014): *Generation Z: Wie sie tickt, was sie verändert und warum sie uns alle ansteckt*. Weinheim: Wiley-VCH-Verlag.
- Schreier, Margrit (2013): Bewertung qualitativer Forschung. In: Echterhoff, Gerald; Hussy, Walter; Schreier, Margrit (Hrsg.): *Forschungsmethoden in Psychologie und Sozialwissenschaften*. 2. Auflage, Wiesbaden: Springer, S. 276–284.
- Simpson, Susan; Richardson, Lisa K.; Pelling, Nadine (2015): Introduction to the Special Issue „Telepsychology: Research and Practice“. In: *Australian Psychologist* 50, Nr. 4, S. 249–251.
- Simpson, Susan; Richardson, Lisa; Pietrabissa, Giada; Castelnouvo, Gianluca; Reid, Corinne (2020): Videotherapy and therapeutic alliance in the age of COVID-19. In: *Clinical Psychology & Psychotherapy* 28, Nr. 2, S. 409–421.
- Statistisches Bundesamt (2020): 14. Koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung für Deutschland, <https://service.destatis.de/bevoelkerungspyramide/index.html#!y=2020&a=18,26&g>, (08.11.2020).
- Stavrova, Olga (2014): *Fitting in and getting happy: how conformity to societal norms affects subjective well-being*. Frankfurt a. M.: Campus-Verlag.
- Stiftung Deutsche Depressionshilfe (o.J. a): Wie wird eine Depression behandelt?, <https://www.deutsche-depressionshilfe.de/depression-infos-und-hilfe/behandlung> (20.12.2020).
- Stiftung Deutsche Depressionshilfe (o.J. b): Zahlen und Fakten über Depression, https://www.aok-bv.de/imperia/md/aokbv/presse/pressemitteilungen/archiv/2018/07_faktenblatt_depressionen.pdf (18.10.2020).

- Strübing, Jörg; Hirschauer, Stefan; Ayaß, Ruth; Krähnke, Uwe; Scheffer, Thomas (2018): Gütekriterien qualitativer Sozialforschung. Ein Diskussionsanstoß. In: *Zeitschrift für Soziologie* 47, Nr. 2, S. 83–100.
- Suler, John R. (2016): *Psychology of the digital age. Humans become electric*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Surmann, M.; Bock, E.M.; Krey, E.; Burmeister, K.; Arolt, V.; Lencer, R. (2017): Einstellungen gegenüber eHealth-Angeboten in Psychiatrie und Psychotherapie. Eine Pilotumfrage auf dem DGPPN-Kongress 2014. In: *Der Nervenarzt* 88, Nr. 9, S. 1036–1043.
- Terry, Nicolas P.; Gunter, Tracy D. (2018): Regulating mobile mental health apps. In: *Behavioral Sciences & the Law* 36, Nr. 2, S. 136–144.
- Triple-A-Team AG (2016): Generation Z. Metastudie über die kommende Generation, https://tripleateam.ch/wp-content/uploads/2016/06/Generation_Z_Metastudie.pdf (30.11.2020).
- Vlijter, Oyono (2020): The digital revolution in mental health – between selfmanagement and crisis intervention. E-mental health in Europe – from development to promotion and implementation. DGPPN Kongress 2020, Online: 28.11.2020. <https://www.dgppnkongress.de>.
- Weischedel, Wilhelm (1983): *Der Gott der Philosophen. Grundlegung einer philosophischen Theologie im Zeitalter des Nihilismus*. Darmstadt: WBG.
- Weltgesundheitsorganisation (2019): Psychische Gesundheit – Faktenblatt, https://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0006/404853/MNH_FactSheet_DE.pdf (15.10.2020).
- Williams, Alex (2015): Move Over, Millennials, Here Comes Generation Z. In: *New York Times* (18.09.2015), <https://www.nytimes.com/2015/09/20/fashion/move-over-millennials-here-comes-generation-z.html> (28.11.2020).
- Wissenschaftlicher Beirat Psychotherapie (Hrsg.) (2008): Glossar zu wiederkehrenden Begriffen im Zusammenhang mit den Stellungnahmen des Wissenschaftlichen Beirats Psychotherapie, <https://www.wbpsychotherapie.de/stellungnahmen/sonstige-stellungnahmen-und-veroeffentlichungen/glossar/> (19.11.2020).
- World Health Organization (2001): The World Health Report 2001: Mental Disorders affect one in four people. In: *World Health Organization News*, <https://www.who.int/news/item/28-09-2001-the-world-health-report-2001-mental-disorders-affect-one-in-four-people> (02.12.2020).

- World Health Organization (2012): Risks to mental health: an overview of vulnerabilities and risk factors. Background paper by WHO secretariat for the development of a comprehensive mental health action plan 27 August 2012, https://www.who.int/mental_health/mhgap/risks_to_mental_health_EN_27_08_12.pdf (20.11.2020).
- World Health Organization (2015): The European Mental Health Action Plan 2013–2020, https://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0020/280604/WHO-Europe-Mental-Health-Acion-Plan-2013-2020.pdf (23.11.2020).
- YouGov (2017): Elbdudler Jugendstudie 2018. Wie tickt die Generation Z? In: *Elbdudler*, <https://jugendstudie.elbdudler.de> (20.11.2020).
- Ypulse (2019): Over half of Gen Z & Millenials think this is a more effective anxiety treatment than therapy. In: *ypulse*, Daily Insight Article (07.05.2019), https://www.ypulse.com/wp-content/uploads/2019/05/Over_Half_Of_Gen_Z_Millennials_Think_This_Is_A_More_Effective_Anxiety_Treatment_Than_Therapy_05.07.2019.pdf (28.11.2020).
- Zentralinstitut für Seelische Gesundheit (ZI) (2020): Jugendliche während des Corona-Shutdowns deutlich belastet, <https://www.zi-mannheim.de/institut/news-detail/jugendliche-waehrend-des-corona-shutdowns-38-prozent-zeigen-mittlere-bis-schwere-psychische-belastun.html> (19.11.2020).

Verliebe dich neu!

Digitale Technologien und Künstliche Intelligenz in der Partnerschaftsanbahnung

Von

Leonie Beiter

Lisa Herresbach

Lucy Höfle

Pia Mangold

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	210
2. Theoretische Grundlagen	213
2.1. Die Bedeutung von Glück.....	213
2.2. Klassifizierung von Online-Dating-Portalen.....	216
2.3. Tinder.....	217
2.4. Kapitalisierung der Verpartnerung im Online-Dating.....	223
2.5. Technologische Vermittlung.....	226
3. Forschungskonzept	238
3.1. Untersuchungsinteresse.....	238
3.2. Methodenauswahl.....	239
4. Empirische Forschung	240
4.1. Erstellung des Leitfadens.....	241
4.2. Auswahl der Proband:innen.....	242
4.3. Durchführung der Leitfadeninterviews.....	244
4.4. Datenaufbereitung und -auswertung.....	245
5. Ergebnisse	250
5.1. Hauptkategorie 1: Ursachen und Motive der Nutzung.....	250
5.2. Hauptkategorie 2: Nutzungsverhalten auf Tinder.....	257
5.3. Hauptkategorie 3: Dating über Tinder.....	263
5.4. Hauptkategorie 4: Selbstdarstellung beim Online Dating... ..	270
5.5. Hauptkategorie 5: Bewertung von Tinder als App.....	275
5.6. Hauptkategorie 6: Glück und Unglück.....	284
5.7. Hauptkategorie 7: Tinder(n) in Zeiten von Corona.....	289
6. Schlussbetrachtung	291
6.1. Einordnung der Ergebnisse.....	291
6.2. Kritische Reflexion des Forschungsprozesses.....	298
7. Fazit und Ausblick	300
Literatur- und Quellenverzeichnis	302

1. Einleitung

Ob die große Liebe, unverbindliche sexuelle Erlebnisse oder neue Freundschaften – für jeden Menschen bedeutet Glück in zwischenmenschlichen Beziehungen etwas Anderes. Es zu finden ist nicht erst seit der Covid-19-Pandemie eine Herausforderung. Aufgrund von geschlossenen Clubs, Cafés, Restaurants, Bars und Kinos ist es allerdings im Jahr 2020 kaum noch möglich, auf klassischem Wege jemanden kennenzulernen, oder sich mit einer potenziellen Partnerin oder einem potenziellen Partner zu treffen. Viele Menschen fühlen sich einsam und leiden verstärkt unter psychischen Problemen als Folge der sozialen Isolation.¹ Online-Dating verspricht Abhilfe und gewinnt angesichts der Pandemie an Bedeutung.

Dabei stieg mit 62% vor allem die Nutzungsdauer von Apps wie Tinder und Lovoo, wie die Psychologin Prof. Dr. Wera Aretz herausfand.² Auch die Motive und die Qualität der Nutzung haben sich verändert: Als Gründe werden oft Einsamkeit und fehlender Kontakt zu anderen Menschen genannt – die Gespräche gestalten sich dementsprechend tiefsinniger und intensiver.³

Mit diesem Trend rückt Online-Dating auch mehr und mehr in den Fokus der Ökonomie und des wirtschaftlichen Handelns. Online-Dating stellt einen großen, nahezu unerschöpflichen Markt mit vielen Bedürfnissen, Nischen und großem Wachstumspotential dar. Weltweit nutzen Stand 2020 mittlerweile rund 234 Millionen Menschen Dating-Portale, Tendenz stark steigend.⁴ Etwa 5,5 Millionen davon sind Deutsche, und auch hier wird davon ausgegangen, dass es in den nächsten Jahren noch deutlich mehr werden.⁵

Wissenschaftler:innen prognostizieren für das Jahr 2024 einen Anstieg auf 276,9 Millionen Nutzerinnen und Nutzer von Online-Dating-Portalen weltweit.⁶ Das Marktpotential für die Online-Umsätze von Dating-Services wird in Deutschland auf fast 250 Millionen Euro im Jahr 2024 geschätzt, 2020 liegt der Wert noch bei ca. 175 Millionen Euro.⁷ Um diese Potentiale auszuschöpfen arbeiten die Entwickler:innen von Dating-Plattformen mit den neusten Möglichkeiten digitaler Technologien, Algorithmen und Künstlicher Intelligenz (KI). Gleichzeitig ist das Geschäft mit der Partner:innensuche ein Paradoxon: Jede Person, die auf einem Dating-Portal die oder den ideale:n Partner:in findet, ist zwar zufriedene Kundschaft, aber eben auch (in der Regel) ein:e auf unbestimmte Zeit

¹ Vgl. Ehrenfeld 2020.

² Vgl. Aretz, 2021, S. 45–47.

³ Vgl. Hochschule Fresenius 2021.

⁴ Vgl. Statista 2020a.

⁵ Vgl. Statista 2020b.

⁶ Vgl. Statista 2020a.

⁷ Vgl. Statista 2020c.

verlorene:r Kund:in. Sind ökonomische Interessen mit der Partnervermittlung vereinbar?

Kritiker:innen wie die Soziologin Eva Illouz sprechen von der Kapitalisierung der Romantik beziehungsweise Kommerzialisierung der Intimität durch Dating-Plattformen, auf welchen die Partnerwahl ökonomischen Logiken folge.⁸ Merkmale der modernen Konsumgesellschaft, wie die Freiheit der Wahl und die individuelle Selbstverwirklichung, haben sich demnach auf das persönliche Leben ausgeweitet und untergraben das Beziehungs-Commitment der Menschen. So führe die große Auswahl an möglichen Partner:innen auf Dating-Plattformen zu einer scheinbar endlosen Suche nach immer besseren Alternativen. Hier stellt sich die Frage nach dem Einfluss digitaler Technologien auf unsere Glückssuche: Kann der technologische Fortschritt uns wirklich dabei helfen, unser Glück in zwischenmenschlichen Beziehungen zu finden – oder zumindest, weniger einsam zu sein?

Das Konzept der technologischen Vermittlung legt nahe, dass Technologien unser Handeln beeinflussen, indem sie bestimmte Handlungsmöglichkeiten eher anbieten als andere.⁹ Wie strukturieren also Dating-Portale unsere Suche nach dem Glück? Im Zentrum der vorliegenden Arbeit steht daher die Frage, ob uns digitale Technologien und künstliche Intelligenz auf Dating-Plattformen wirklich näher zusammenbringen, oder ob uns die Technologien in unserer Mitte einsam werden und bleiben lassen.

Die derzeit beliebteste Dating-Plattform auf dem Markt ist Tinder. Mit weltweit über 400 Millionen Downloads bietet die App eine enorme Auswahl an potenziellen Partner:innen.¹⁰ Gleichzeitig ist sie durch das Swipe-Interface einfach zu bedienen, weshalb ‚Tindern‘, nicht zuletzt wegen des gameartigen Designs, Spaß macht. Dementsprechend wird die App aus vielfältigen Gründen genutzt, von dem Bedürfnis nach Ablenkung, bis hin zur Suche nach der großen Liebe. Während des pandemiebedingten Lockdowns verzeichnete auch Tinder einen Zuwachs an Interaktionen – mit einem Peak von 52% mehr Nachrichten als noch vor der Covid-19-Pandemie. Einen neuen Swipe-Rekord stellten Tinder zufolge die unter 25-Jährigen auf, mit einem Anstieg von 39%. In Italien, wo die Pandemie im April besonders stark wütete, waren es sogar 67%.¹¹

Als Teil der Forschungsreihe zu Glück und digitalem Solutionismus befasst sich die vorliegende Arbeit deshalb mit der Frage nach der Glückssuche auf Tinder. Es sollen unter anderem folgende Fragen untersucht werden: Inwiefern können Dating-Apps der Einsamkeit entgegenwirken, ein Gefühl von Gemeinsamkeit herstellen und dadurch zum individuellen Glück beitragen? Wie beeinflusst Tinder in diesem Sinne die Suche nach

⁸ Vgl. Illouz 2007; Illouz 2012.

⁹ Vgl. Verbeek 2006, S. 365–367.

¹⁰ Vgl. Tinder o.J.a.

¹¹ Vgl. Tinder 2020.

dem Glück? Welche Hürden entstehen dabei durch die technologischen Eigenschaften der App? Wie werden diese überwunden? Welche Vorteile bietet die App? In welcher Hinsicht kann Tinder Bedürfnisse befriedigen und somit zur (langfristigen) Zufriedenheit beitragen? Und letzten Endes: Welche Relevanz hat die Dating-App Tinder in Krisensituationen wie der Covid-19-Pandemie 2020/21?

Zur Beantwortung dieser Fragen werden Tiefeninterviews mit aktiven und ehemaligen Tinder-Nutzer:innen durchgeführt. Dabei widmen sich die Autorinnen dieser Arbeit zunächst dem Thema Glück. Was bedeutet Glück überhaupt? Und welche Rolle spielen dabei zwischenmenschliche Beziehungen – egal, ob romantisch, platonisch oder sexuell? Anschließend wird ein Blick auf Dating-Plattformen geworfen, die als beliebtes Mittel gelten, um sein Glück in Form einer Verpartnerung zu finden. Nachdem die Funktionsweise geklärt wurde, folgt eine Einführung zur Künstlichen Intelligenz, um anschließend die zugrundeliegenden Algorithmen zu beleuchten, welche die Matchvermittlung über Tinder steuern, sowie die Nutzungsgründe der App. Die Forschung soll in einen ethischen Kontext eingebettet werden, die theoretischen Grundannahmen befassen sich daher weitergehend mit der Kapitalisierung der Verpartnerung im Online-Dating und dem Einfluss der Technik auf unser Handeln. Um dies mit Blick auf die Glückssuche über Tinder zu untersuchen, wird das Affordanz-Konzept vorgestellt, um anschließend anhand des bisherigen Forschungsstandes zum Einfluss von Tinder auf unser Handeln, die Glückssuche mittels der App zu analysieren. Aus den theoretischen Grundannahmen wurden die forschungsleitenden Fragen abgeleitet, welche die spätere Untersuchung strukturieren. Im zweiten Teil der Arbeit werden die Methodik und die Vorgehensweise vorgestellt, von der Erstellung des Leitfadens als Untersuchungsinstrument, über die Rekrutierung der Proband:innen, bis zur Datenaufbereitung und -auswertung. Die Auswertung erfolgt mittels der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring. In einer abschließenden Schlussbetrachtung werden die Ergebnisse auf die theoretischen Vorüberlegungen rückgeschlossen und ein Fazit gezogen.

2. Theoretische Grundlagen

Mit der Suche nach dem Glück in der digitalen Welt liegt der Untersuchung eine ethische Fragestellung zugrunde: Was bedeutet ein gutes, glückliches Leben? Und von welchen Faktoren und Kräften wird dieses im digitalen Zeitalter beeinflusst? Der Fokus des vorliegenden Forschungsberichtes liegt dabei auf zwischenmenschlichen Beziehungen als ein Aspekt von Glück. Die folgenden Erläuterungen zum Thema Glück bilden daher die Basis der Untersuchung. Ebenso werden Dating-Plattformen als digitale Umgebungen betrachtet, in welchen das Selbst versucht, sein Glück in zwischenmenschlichen Beziehungen zu finden. Auf die Definition von Glück folgt daher eine Annäherung an die digitale Welt des Online-Datings, insbesondere von Tinder. Mit den kritischen Thesen zur Kapitalisierung der Verpartnerung wird der Einfluss des Online-Datings auf unser zwischenmenschliches Leben erfragt und anschließend anhand des Affordanz-Konzeptes und des aktuellen Forschungsstandes analysiert.

2.1. Die Bedeutung von Glück

Schon die griechischen Philosophen Platon und Aristoteles beschäftigten sich mit dem Glücksbegriff und der Frage danach, was Glück bedeutet.¹² Damit gilt die Frage nach dem Glück als eine der zentralen Fragen der Anthropologie.¹³ Die Definition von Glück beziehungsweise das Verständnis von Glück in der Gesellschaft hat sich im Laufe der Zeit geändert – und wird sich wohl auch weiterhin stetig verändern und den Bedingungen anpassen. Zu Beginn der Glücksforschung stand der Menschenwille als bestimmender Faktor im Mittelpunkt. Der Philosoph und Germanist Jörg Zirfas schreibt dazu: „Erst später hat sich das Glück zu einem theologischen Schicksalsbegriff gewandelt. Nicht mehr der Menschenwille, sondern Gottes Wille oder Schicksalsmächte bestimmen und beschließen das menschliche Los auf Erden.“¹⁴ Bis ins späte 18. Jahrhundert werden unter ‚Glück‘ sowohl das gute als auch das schlechte Schicksal, also das Unglück, verstanden. Zirfas führt dabei weiter aus, dass der Begriff Glück erst im Laufe der letzten 200 Jahre, unter der zunehmenden Handlungsmacht der Menschen, nicht mehr neutral, sondern als eindeutig positiv verstanden wird.¹⁵

Im historischen Diskurs über das Glück (was Glück ist und wie der Mensch glücklich werden kann), taucht immer wieder die Grundthese auf, dass glücklich zu sein das letzte Ziel und sämtliche Hoffnungen und Wünsche des Menschen umfasst.¹⁶ Dies wird von

¹² Vgl. Zirfas 2014, S. 663.

¹³ Vgl. ebd.

¹⁴ Ebd., S. 664.

¹⁵ Vgl. ebd.

¹⁶ Ebd., S. 663.

Zirfas zudem an der Etymologie des deutschen Wortes ‚Glück‘ verdeutlicht, da es sich hierbei um das ‚ge-lücke‘, das Schließen einer Lücke, handelt.¹⁷

Dass sich das Verständnis vom Schicksalhaften hin zu einem aktiv zu suchenden Zustand verlagert, bedeutet auch, dass Menschen sich aktiv auf die Suche nach dem individuellen Verständnis von Glück machen müssen. Denn nur wenn man wisse, so der Soziologe Robert Hettlage, „was Glück eigentlich ist, wie man es bewahrt und an welche subjektiven und sozialen Vorbedingungen und Anforderungen es geknüpft ist“,¹⁸ könne man herausfinden, was man tun muss, um glücklich zu sein:

„Wer sein Glück beim Lesen, Essen, Wandern, Briefmarkensammeln oder in Sexualerfolgen sucht, bitte schön. Andere finden ihre Zufriedenheit im Freizeitsport, beim Fernsehen, in Ayurveda-Sitzungen, beim Bungee-Jumping, beim Heimwerken oder bei Sado-Maso-Spielen. ‚Anything goes‘, sofern es auf das Einverständnis anderer trifft oder diese wenigstens nicht belästigt oder beeinträchtigt.“¹⁹

Hettlage definiert Glück also als das, was der Mensch in seinem sozialen Umfeld beziehungsweise in seinem Leben durchsetzt und wobei dieser Zufriedenheit empfindet.²⁰ Glück hat demnach auch etwas mit der eigenen Lebensplanung und der entsprechenden Lebensführung zu tun. Kurz gesagt, mit individuellen Erwartungen und der eigenen Mentalität.²¹

Glück und Lust

„Vom antiken Hedonismus bis hin zu modernen psychoanalytischen und psychologischen Überlegungen (Positive Psychology) werden Glücksgefühle mit der Erfüllung von Triebbedürfnissen und Wünschen in Verbindung gebracht.“²²

Laut Zirfas seien Gefühle und Glück zwar untrennbar, jedoch ginge das Glück keinesfalls in ihnen auf.²³ Er stellt diesbezüglich die Frage, ob es nicht einen Unterschied zwischen dem Glücks- und dem Lustgefühl gebe: Zwar erfahre der Mensch durch eine (geistige oder physische) Befriedigung ein gewisses ‚Sättigungsgefühl‘, jedoch müsse dies nicht

¹⁷ Vgl. Zirfas 2014, S. 664.

¹⁸ Hettlage 2015, S. 2.

¹⁹ Ebd., S. 8.

²⁰ Vgl. ebd.

²¹ Vgl. ebd., S. 2.

²² Zirfas 2014, S. 671.

²³ Vgl. ebd.

zwangsläufig mit einem ‚Glücksgefühl‘ verbunden sein. Glücksgefühle erfahre der Mensch lediglich in einer speziellen Form der Lustbefriedigung oder in einem besonderen ‚Setting‘, in welchem der Mensch die Lust genießen könne.²⁴ Diese speziellen Weisen der Lusterfahrung würden dann als besonders intensiv wahrgenommen und somit als Glück identifiziert werden. Zirfas kommt zu dem Ergebnis, dass zwischen einem präsentischen Glücksgefühl, wie beispielsweise, wenn etwas einem Spaß mache, und einem glücklichen Befinden, wenn eine Person Freude oder Zufriedenheit empfinde, unterschieden werden müsse.²⁵ Hettlage fügt dem hinzu, dass der Mensch aufgrund der Ambivalenz seiner Gefühle heutzutage alles auf die ‚Beglückungsqualität‘ hin beurteilen müsse.²⁶ In der heutigen Zeit sei die Suche nach Vergnügen und (Lust-)Befriedigung deshalb hektisch geworden. Immer neue Trends, Moden, unendliche Möglichkeiten von Stilen und Selbstdarstellungen führen dazu, dass der Mensch sich immer nach etwas Neuem sehnen würde.²⁷

Glück in der Partnerschaft

Sobald man über Glück in der Partnerschaft zwischen zwei Menschen nachdenkt, kommt man unweigerlich auf das Thema Liebe zurück. Liebe ist stark mit Glück und Unglück in der Partnerschaft verbunden.²⁸ Dabei werden verschiedene Formen von Liebe voneinander unterschieden, beispielsweise die erotische Liebe, die Nächstenliebe, die Selbstliebe, die Liebe zu Gott oder die Liebe von Eltern zu ihren Kindern. Genau wie die verschiedenen Formen von Liebe in zwischenmenschlichen Beziehungen, ist auch das daraus resultierende Glück (oder Unglück) sehr unterschiedlich.²⁹

Während der letzten Jahrzehnte haben sich Philosoph:innen und Ethiker:innen mit der Bedeutung und dem Wert („Personal Relationship Goods“³⁰) von persönlichen Beziehungen auseinandergesetzt. Die Vorteile und positiven Werte, die intime zwischenmenschliche Beziehungen generieren, tragen wesentlich dazu bei, wie gut das eigene Leben von Individuen und auch der Gesellschaft wahrgenommen wird. Die meisten Menschen sehnen sich nach Werten wie Gesellschaft, Zugehörigkeit und Solidarität, bis hin zur Freundschaft, Liebe, Zuneigung, Vertrauen, Intimität, Empathie und Verbundenheit.³¹ Hierbei wird, im Vergleich zu den Beziehungswerten aus Liebe und Freundschaft, klar zwischen den Beziehungswerten aus einer familiären Beziehung oder einer politischen

²⁴ Zirfas 2014, S. 671.

²⁵ Ebd.

²⁶ Hettlage 2015, S. 9.

²⁷ Ebd.

²⁸ Thomä et al. 2011, S. 84.

²⁹ Ebd., S. 85.

³⁰ Gheaus 2018.

³¹ Vgl. ebd.

Beziehung unterschieden.³² Freundschaft oder Liebe können nicht nur Befriedigung, Genuss, Wohlbehagen und Freude erzeugen, sondern haben einen objektiven und sachlichen Wert oder Nutzen. Gheaus schreibt, dass Werte aus diesen intimen zwischenmenschlichen Beziehungen ein wesentlicher und unersetzbarer Bestandteil des individuellen Wohlbefindens, ein bedeutender Aspekt für persönliche Ressourcen und einen großen und bestimmenden Faktor für die individuellen Möglichkeiten einer Person darstellen. Gleichzeitig werde auch deutlich, dass diese „Personal Relationship Goods“³³ aus zwischenmenschlichen intimen Beziehungen, moralische Verpflichtungen mit sich bringen. Als Beispiel dafür nennt sie Zuwendung, (Für-)Sorge und Versorgung bis hin zur Pflege einer Person auf dieser Beziehungsebene.³⁴

Zwischenmenschliche Beziehungen stellen also einen wichtigen und vielfältigen Aspekt von Glück dar. Im Folgenden werden Online-Dating-Portale als Mittel, um zwischenmenschliche Kontakte zu knüpfen, betrachtet.

2.2. Klassifizierung von Online-Dating-Portalen

Der ursprünglich englische Begriff Online-Dating steht auch im deutschen Sprachgebrauch für die

*„internetgestützte Form der Partnersuche [und] kann als Prozess der Kontakthanbahnung und Kommunikation verstanden werden, bei dem Privatpersonen die Eignung unbekannter potenzieller Partner[:innen] für gewünschte Beziehungsformen (sexueller Kontakt bis Eheschließung) ausloten“.*³⁵

Im Jahr 1995 wurden die ersten einfachen Dating-Portale eingerichtet. Sie funktionierten ähnlich wie Kontaktanzeigen in der Zeitung. Mit dem Fortschritt der Technik kamen im Laufe der Zeit neue, weiterentwickelte Portale hinzu. Mittlerweile wird eine Vielzahl an Dating-Websites und Applikationen für Smartphones angeboten. Diese unterscheiden sich auf Grundlage der Zielgruppe (z.B. sexuelle Orientierung, Alter, Lebenssituation), der Nutzungsmotivation beziehungsweise der gesuchten Beziehungsform (z.B. Partnerschaft, Flirt, Seitensprung), des Preismodells (z.B. werbefinanziert oder kostenpflichtig) sowie der Angebotsdauer.³⁶ Im deutschsprachigen Raum hat sich die Klassifizierung der

³² Vgl. Gheaus 2018.

³³ Ebd.

³⁴ Vgl. ebd.

³⁵ Aretz et al. 2017, S. 8.

³⁶ Vgl. ebd., S. 9.

relevanten Formen in Kontaktanzeige, Partnervermittlung, Adult-Dating, Social-Dating und Nischenanbieter etabliert.³⁷

2.3. Tinder

Die US-amerikanische Dating-App Tinder gehört zu den Social-Dating-Apps. Social-Dating-Angebote können ausschließlich über das Smartphone verwendet werden und verwenden ein Matching-Prinzip mithilfe des GPS-Signals des Handys, wodurch die Nutzer:innen Personen kontaktieren, die sich in ihrem Umfeld befinden.³⁸ Sie wurde im Jahr 2012 auf einem College-Campus entwickelt und ist nach eigenen Angaben im Jahr 2020 die beliebteste Dating-App weltweit.³⁹ Die Zahlen sprechen für sich: Tinder ist mittlerweile in 190 Ländern und mehr als 40 Sprachen erhältlich und wurde weltweit über 400 Millionen Mal heruntergeladen.⁴⁰ Die Basis-Version der App ist kostenfrei und werbefinanziert. Darüber hinaus stehen aber auch kostenpflichtige Tinder-Varianten zur Verfügung, die mehr Funktionen bieten.

Funktionsweise von Tinder

Das Grundprinzip der App ist simpel und für die Basis- sowie für die Bezahlversionen identisch. Nach der Registrierung mithilfe der Mobilnummer, des Facebook- oder Google-Kontos, lässt sich in nur wenigen Schritten ein eigenes Tinder-Profil einrichten. Es besteht aus bis zu sechs Bildern, die entweder von Facebook importiert oder manuell in die App geladen werden können, und einem optionalen Textfeld mit bis zu 500 Zeichen. Außerdem haben die Nutzenden die Möglichkeit, über eine Verknüpfung ihr Lieblingslied und ihre Lieblingskünstler:innen auf Spotify zu zeigen und ihren Instagram-Account auf ihrem Tinder-Profil zu verlinken. Von Tinder vorgeschlagen werden auch Auswahlmöglichkeiten für persönliche Interessen und man kann zusätzlich den Job, die Firma, die Schule sowie Alter und Wohnort und auch die eigene sexuelle Orientierung angeben. Anschließend können noch die eigenen Sucheinstellungen bestimmt werden: Man kann zum Beispiel wählen, an welchem Geschlecht man interessiert ist und in welchem Radius sich die Menschen befinden sollen. Nach der Anmeldung wird man mithilfe des Smartphones geortet und kann mit dem Swipen beginnen. Auf Basis der Sucheinstellungen werden den Nutzenden Vorschläge für potenzielle Partner:innen gemacht. Zunächst ist immer nur ein Bild der Person zu sehen – falls man sich mögliche weitere Bilder oder den Beschreibungstext ansehen möchte, muss auf das erste Bild geklickt werden. Ist man nicht an der Person interessiert, kann man sie mit einem Wisch

³⁷ Vgl. Zillmann 2017, S. 62.

³⁸ Vgl. Aretz et al. 2017, S. 9; Skopek 2012, S. 43.

³⁹ Vgl. Tinder o.J.a.

⁴⁰ Ebd.

nach rechts oder einem Klick auf das ‚X‘ aus den Vorschlägen entfernen. Findet man sie gut, kann das Profil mit einem Wisch nach links oder mit dem grünen Herz ‚geliked‘ werden. Eine Kontaktaufnahme mit einer Person ist allerdings erst dann möglich, wenn diese Person ebenfalls Interesse in Form eines Likes signalisiert hat. In dem Fall entsteht ein sogenanntes ‚Match‘ und es öffnet sich ein privates Chatfenster. Bevor ein Match entsteht, ist (in der Regel) nicht ersichtlich, ob man selbst geliked wurde oder nicht.

Abgesehen von der Basis-Version bietet Tinder drei kostenpflichtige Abonnements an: Tinder Plus, Tinder Gold und Tinder Platinum, die das Grundkonzept der Dating-App um verschiedene Funktionen ergänzen. Mit einem Upgrade auf Tinder Plus können die Nutzer:innen fünf sogenannte ‚Superlikes‘ am Tag verteilen, mit denen sie einer Person Interesse signalisieren können, bevor diese eine Entscheidung getroffen hat. Sie haben die Möglichkeit, versehentlich ‚weggewischte‘ Profile zurückzuholen und bekommen darüber hinaus einen ‚Boost‘ pro Monat. Damit gehören sie für 30 Minuten zu den Top-Profilen in der Umgebung und werden anderen User:innen häufiger vorgeschlagen. Zusätzlich zu diesen Features können Tinder Gold-Nutzer:innen sehen, von wem sie geliked wurden, bevor sie selbst eine Entscheidung treffen. Außerdem bekommen sie ‚Top Picks‘ vorgeschlagen, also ausgewählte Profile, die besonders interessant sein könnten. Tinder Platinum bietet neben den Funktionen von Tinder Gold und Tinder Plus ein Feature an, das sogar die Kontaktaufnahme *vor* dem Match ermöglicht, indem ein Superlike mit einer Nachricht versehen wird. Außerdem haben Tinder Platinum-Nutzer:innen sogenannte ‚priority likes‘. Damit werden ihre Profile einer Person, die sie attraktiv finden, immer zuerst angezeigt.⁴¹

Einige der genannten Funktionen sind in der Basis-Version in begrenztem Umfang verfügbar. Zum Beispiel bekommen alle Nutzer:innen unabhängig vom Abonnement einen ‚Top Pick‘ pro Tag angezeigt. Das gibt ihnen einen Vorgeschmack auf die Leistungen der Bezahlmodelle. Eine Besonderheit ist die Funktion ‚Reisepass‘. Sie ermöglicht es den Tinder-Nutzer:innen, Personen auf der ganzen Welt Likes zu geben und gegebenenfalls mit ihnen in Kontakt zu treten. Zugriff auf den Reisepass haben eigentlich nur Nutzer:innen der kostenpflichtigen Versionen, während der Covid-19-Pandemie ist dieses Feature aber auch in der Basis-Version verfügbar.⁴²

Künstliche Intelligenz von Tinder

Eine detaillierte Betrachtung des Forschungsgebiets der Künstlichen Intelligenz (KI) ist im Rahmen dieses Forschungsberichts weder möglich noch zum weiteren Verständnis notwendig. Da in diesem Kapitel und auch in der empirischen Untersuchung aber auf

⁴¹ Vgl. Tinder o.J.b.

⁴² Vgl. Lalande 2020.

Algorithmen Bezug genommen wird, die bei der Dating-App Tinder zum Einsatz kommen, werden im Folgenden einige grundlegende Aspekte von KI aufgeführt.

Definition von Künstlicher Intelligenz

Seit dessen Entstehung in der Mitte des letzten Jahrhunderts haben zahlreiche Forscher:innen versucht, eine allgemeingültige Definition für das Forschungsgebiet der Künstlichen Intelligenz zu formulieren.⁴³ Görz et al. verstehen darunter beispielsweise eine wissenschaftliche Disziplin mit dem Ziel, „Computerprogramme für Problembereiche zu entwickeln, die bislang nur von Menschen lösbar sind.“⁴⁴ Damit verbunden seien zwei konkrete Zielsetzungen:

„[Die] Konstruktion ‚Intelligenter‘ Systeme, die bestimmte menschliche Wahrnehmungs- und Verstandesleistungen maschinell verfügbar machen [sowie die] [k]ognitive Modellierung, d.h. die Simulation kognitiver Prozesse durch Informationsverarbeitungsmodelle.“⁴⁵

Darüber hinaus beschäftigt sich die KI-Forschung formalwissenschaftlich mit den allgemeinen Beschränkungen für KI-Algorithmen bezüglich Komplexität, Berechenbarkeit und Lernbarkeit von Problemen.

Das Forschungsgebiet hat einen stark interdisziplinären Charakter. Neben der Informatik und Kognitionswissenschaft geben auch die Ingenieurwissenschaften Impulse für die Entwicklung neuer Methoden und Algorithmen. Darüber hinaus hat die KI-Forschung aber auch Schnittstellen zur Philosophie, wenn es um grundlegende Fragen über die Natur des menschlichen Fühlens, Denkens und Handelns geht. Die Linguistik liefert Erkenntnisse über das menschliche Sprechverhalten und die Sprachproduktion und Psychologie und Neurowissenschaften sind für die Umsetzung menschlicher Repräsentations- und Informationsmechanismen entscheidend.⁴⁶

Was letztendlich als Künstliche Intelligenz gilt und was nicht, lässt sich oft nicht eindeutig abgrenzen. Katharina Zweig, IT-Expertin für Sozioinformatik und Informatikprofessorin an der TU Kaiserslautern, deren Definition von KI im Grunde mit der von Görz et al. übereinstimmt, führt hierfür zwei Probleme an: Zum einen stelle sich die Frage, was denn nun menschlich-intelligentes Verhalten genau sei. Zum anderen „verändert sich die Definition, wenn das Ziel erreicht wurde: Sobald ein Computer das Gewünschte

⁴³ Vgl. Görz et al. 2014, S. 1.

⁴⁴ Ebd.

⁴⁵ Ebd.

⁴⁶ Vgl. ebd.

tun kann, nehmen wir diese Tätigkeit als weniger intelligent wahr, gerade weil ein Computer sie kann.“⁴⁷

Darüber hinaus wird zwischen einer schwachen KI und einer starken KI unterschieden. Vertreter:innen der starken KI-These sind der Meinung, dass sich Intelligenz und Kognition auf bloße Informationsverarbeitung reduzieren lassen, da auch Bewusstseinsprozesse lediglich Berechnungsprozesse sind. Dies konnte aber bisher nicht nachgewiesen werden. Unumstritten ist allerdings, dass die Informationsverarbeitung zumindest ein Teil der Intelligenz ist, was der schwachen KI-These entspricht.⁴⁸ Die Künstlichen Intelligenzen und Algorithmen, die heute schon verfügbar sind, basieren alle auf dem Prinzip der Informationsverarbeitung, also der Erkennung von Mustern, Entscheidungsregeln und Formeln anhand vorhandener Daten und sind demnach, so Zweig, als schwache Künstliche Intelligenzen einzuordnen.⁴⁹

Die Algorithmen von Tinder

Auf vielen Dating-Plattformen müssen die Nutzer:innen im Vorfeld eine Vielzahl an Informationen über sich selbst und ihre Vorlieben angeben. Mit diesen Daten kann der Anbieter das algorithmische Matchmaking – also das Zuordnen von möglichst passenden Paaren auf Basis von Algorithmen – vornehmen. Dabei werden die Profile der einzelnen Nutzer:innen ausgewertet und entsprechend kombiniert, welche Nutzer:innen sich gegenseitig attraktiv finden könnten. Auf Tinder kommen auch Algorithmen zum Einsatz. Da die Dating-App aber kaum Informationen abfragt, haben diese eine andere Funktionsweise. Der sogenannte ‚Desirability Score‘ ermittelt, wie oft welche Profile geliked werden und fasst sie in einem Ranking zusammen. Hat ein:e Nutzer:in einen besonders hohen Desirability Score, ist also besonders beliebt, werden ihm:ihr vorzugsweise Personen vorgeschlagen, die ebenfalls oft geliked werden.⁵⁰ Der zweite Algorithmus, der bei Tinder zum Einsatz kommt, geht sogar noch einen Schritt weiter. Der sogenannte ‚Elo-Score‘ kommt ursprünglich aus dem professionellen Schach und errechnet die Spielstärke eines:einer Spielers:in. Schlägt hier ein:e Spieler:in die gegnerische Person mit höherem Elo-Score, erhöht sich der eigene Score.⁵¹ Auf Tinder übertragen bedeutet das: Wird ein:e als weniger attraktiv eingestufte:r Nutzer:in von anderen höher eingestuften Nutzer:innen geliked, verbessert sich der Elo-Score des:der ersten Nutzers:in.⁵² Obwohl Tinder selbst die Verwendung dieser Algorithmen nicht öffentlich bekannt gegeben hat und sie während der Nutzung nicht ersichtlich sind, wird vor allem der Elo-

⁴⁷ Zweig 2019, S. 126, Herv. i. O.

⁴⁸ Vgl. Görz et al. 2014, S. 4.

⁴⁹ Vgl. Zweig 2019, S. 130.

⁵⁰ Vgl. Govrin 2019, S. 193.

⁵¹ Vgl. Walsh 2020, S. 55.

⁵² Ebd.

Score im Netz häufig thematisiert. Meist wird er in Reportagen über das Online-Dating erklärt oder Ratgeber:innen schlagen vor, wie man diesen Algorithmus für sich nutzen kann.⁵³ Der folgende Abschnitt befasst sich daher näher mit den Nutzungsmotiven von Tinder, um später das Nutzungsverhalten zu analysieren. Angesichts der simplen Funktionsweise wird angenommen, dass die Gründe zur Nutzung der App sich stärker unterscheiden als bei Dating-Plattformen, deren Nutzung ein höheres Involvement fordert. Es stellt sich die Frage, welche Bedürfnisse der Tinder-Nutzung zugrunde liegen.

Nutzungsgründe

Die primäre Nutzer:innengruppe Tinders sind junge Menschen zwischen 18 und 25 Jahren. Tinder zufolge nutzen mehr als 50% dieser „Gen Z“⁵⁴ die Dating-App. Welchen Mehrwert die App bringt, erklärt Tinder selbst folgendermaßen:

„Tinder ist ein Ort der Möglichkeiten. Hier werden Beziehungen geknüpft, die zu mehr führen können. Ganz gleich, ob du neue Leute treffen, dein soziales Umfeld erweitern, auf Reisen Einheimische kennenlernen oder einfach im Hier und Jetzt leben möchtest – hier bist du genau richtig!“⁵⁵

Aus diesem Statement wird bereits ersichtlich, dass es verschiedene Motive geben könnte, warum die Dating-App genutzt wird. Im Jahr 2015 fragte ein Schweizer Magazin 4500 seiner Leser:innen nach deren persönlichen Gründen der Tinder-Nutzung. Die Ergebnisse sind in

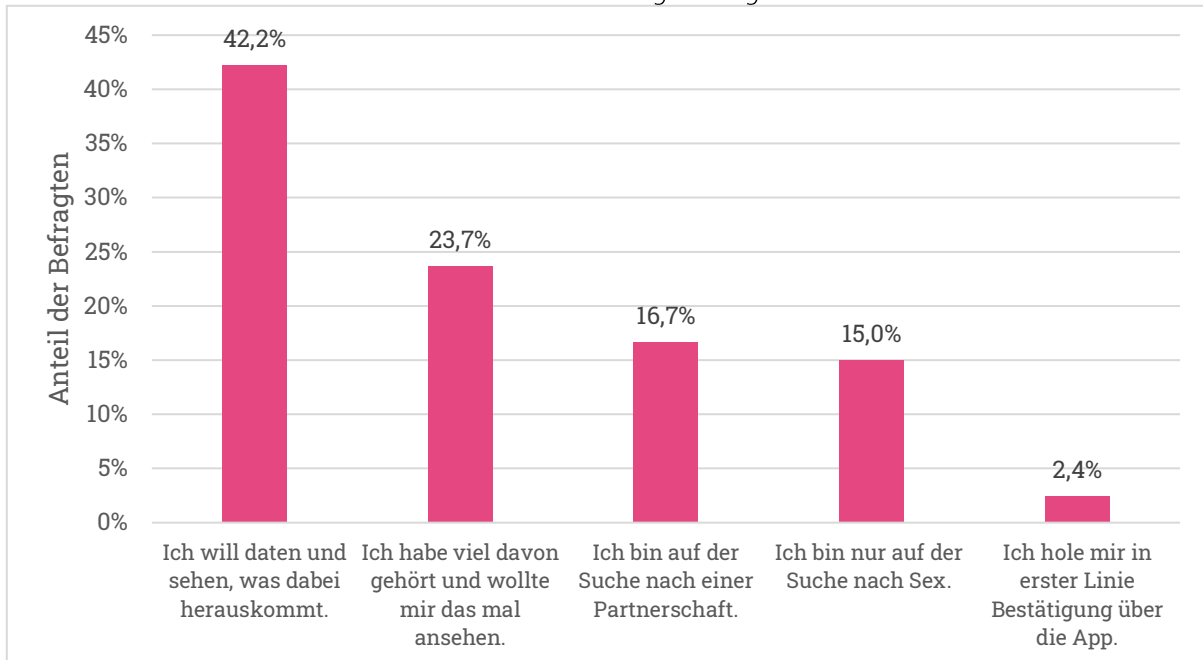


Abbildung 1 veranschaulicht. Mit 42,2% gab knapp die Hälfte der Befragten an, Tinder aus dem Motiv heraus zu nutzen, andere Personen daten zu wollen und zu schauen, was

⁵³ Vgl. Arte 2019; wie-flirte-ich.com o.J.

⁵⁴ Tinder o.J.a.

⁵⁵ Tinder o.J.b.

dabei herauskäme. Weitere 23,7% nutzten Tinder aus Neugierde, da sie viel über die App gehört hätten und sich deswegen Tinder einmal ansehen wollten. Fast gleich viele der Befragten (16,7% und 15%) gaben an, auf Tinder auf der Suche nach einer Partnerschaft zu sein oder die App hauptsächlich zu nutzen, um zum Sex zu kommen. Nur ein kleiner Prozentsatz (2%) gab an, sich in erster Linie Bestätigung über die App zu beschaffen.⁵⁶

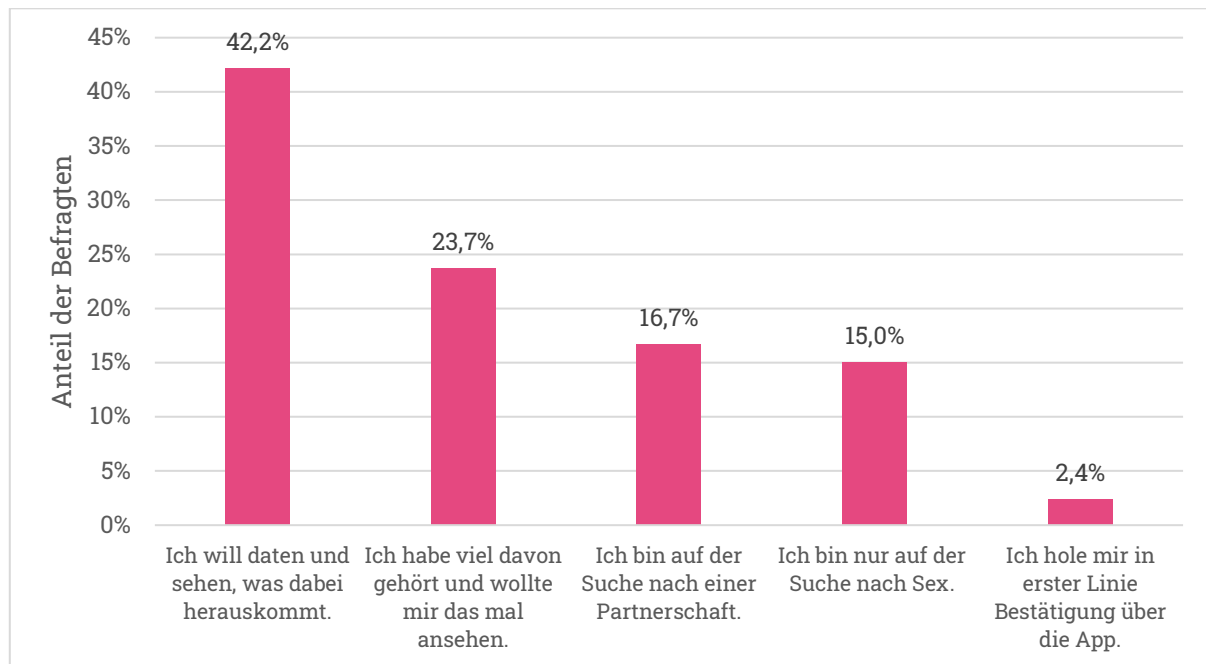


Abbildung 1: Gründe für die Nutzung der Dating-App Tinder in der Schweiz im Jahr 2015 (eigene Darstellung, nach 20minuten 2015).

Es gibt demnach unterschiedliche Gründe für die Nutzung von Tinder, die von Person zu Person variieren und sich ebenso überschneiden. Mehrere Studien konnten bereits Motive herausarbeiten, welche das Nutzungsverhalten erläutern: Partnersuche, Selbstbestätigung, die Suche nach unkompliziertem Sex, Neugierde, Spannung und Aufregung bei der Nutzung, Unterhaltung, einfache Kommunikation, Gruppendruck und Gruppenzugehörigkeit sowie die Suche nach sozialen Kontakten.⁵⁷ Eine Studie der Wirtschaftspsychologin Wera Aretz zeigt diesbezüglich insbesondere auf, dass Tinder hauptsächlich zur Unterhaltung und zum Zeitvertreib, zum Austausch und zur Kommunikation mit anderen sowie zum Erlangen von Selbstbestätigung genutzt wird.⁵⁸ Dies deutet allgemein daraufhin, dass die App als ein Medium wahrgenommen wird, welches eine Vielzahl an Möglichkeiten bezüglich sozialer Interaktionen eröffnet. Dabei bietet Tinder

⁵⁶ Vgl. 20minuten 2015.

⁵⁷ Vgl. Sumter et al. 2016, S. 72–73; Timmermans und De Caluwé 2017, S. 76–77.

⁵⁸ Vgl. Aretz 2015, S. 49.

zusätzlich die Befriedigung von verschiedenen intrapsychischen Bedürfnissen, wie bspw. Selbstbestätigung, Nähe und Geborgenheit sowie Unterhaltung.⁵⁹

Ein weiterer grundlegender Ansatz, um die Motivation Tinder zu nutzen, genauer zu erklären, ist die Theorie des Nutzens und der Belohnung (*Uses and Gratifications Theory*).⁶⁰ Die Theorie behandelt die Motive der allgemeinen Massenmediennutzung und geht davon aus, dass Individuen bestimmte Medien zur Befriedigung bestimmter Wünsche und Bedürfnisse nutzen. Diese Wünsche und Bedürfnisse unterscheiden sich, so Katz, je nach der aktuellen Situation und der Persönlichkeit des Individuums.⁶¹ Neben der Untersuchung von Massenmedien wurde diese Theorie ebenso im Zusammenhang mit der Nutzung Sozialer Medien und diesbezüglich weiter im Zusammenhang mit Online-Dating-Anwendungen erfolgreich angewandt.⁶² In der Literatur wird davon ausgegangen, dass physische, soziale und psychosoziale Belohnungen in Form von Bedürfnis- und Wunschbefriedigung (bspw. sexuelle Befriedigung, neue Freundschaften und Partnerschaften sowie Selbstbestätigung) den Konsum der Nutzer:innen von Online-Dating Anwendungen anregen.⁶³ Kommt es durch ein Medium wie bspw. Tinder zu einer Befriedigung der Bedürfnisse und Erwartungen, so wird das Medium weiter genutzt. Zudem werden durch die Nutzung des Mediums weitere Bedürfnisse ausgelöst, welche wiederum zur wiederholten Nutzung des Mediums führen. Dementsprechend muss das auslösende Motiv zur Nutzung des Mediums nicht dasselbe Motiv sein, welches zu einer längerfristigen Mediennutzung führt.⁶⁴

Hier stellt sich die Frage, ob Tinder die Bedürfnisse nach zwischenmenschlichen Kontakten tatsächlich stillen kann, oder ob die App neue Bedürfnisse weckt, um die Nutzung aufrechtzuerhalten – selbst bei erfolgreich vermittelten Partnerschaften. So sehen Kritiker:innen im Online-Dating eine Ökonomisierung beziehungsweise Kapitalisierung der Verpartnerung, die der Bedürfnisbefriedigung zuwiderläuft, indem sich die Suche nach Liebe zunehmend an ökonomischen Werten orientiert.⁶⁵

2.4. Kapitalisierung der Verpartnerung im Online-Dating

Die Kommunikations- und Medienwissenschaftler:innen Grimm und Zöllner beschäftigen sich in ihrem Sammelband mit der *Ökonomisierung der Wertestysteme* und gehen

⁵⁹ Vgl. ebd., S. 47.

⁶⁰ Vgl. Katz 1959, Katz et al. 1973.

⁶¹ Vgl. Katz 1959; Katz et al. 1973.

⁶² Vgl. Urista et al. 2009; Van De Wiele und Tong 2014.

⁶³ Vgl. Van De Wiele und Tong 2014; Park et al. 2009, S. 731–732; Valkenburg und Peter 2007, S. 851–852.

⁶⁴ Vgl. Katz und Foulkes 1962, S. 378–380; Maletzke 1998; Sumter et al. 2016, S. 70–72.

⁶⁵ Vgl. Aretz 2015; Illouz 2007; Illouz 2012; Matuschek 2014.

dabei speziell auf das Thema Effizienz im mediatisierten Alltag ein.⁶⁶ In der Gegenwart sei eine Vermarktlichung von vielfältigen und zentralen Lebensbereichen zu beobachten: In Bildung, Politik, Medien, Forschung und Wissenschaft sowie in der Kultur würde ökonomisches Denken anhand von Effizienzkriterien immer sichtbarer.⁶⁷ Gerade das gesellschaftliche Denken in der Abwägung Kosten vs. Nutzen sei zunehmend in den Systemen der Gesellschaft etabliert. Neben Freundschaft und Kunst schiene auch der Erfahrungsraum Liebe beziehungsweise romantische Verpartnerung immer mehr ökonomisiert.⁶⁸

„Liebe in dieser individualisierten, postmodernen Welt ist ein Wunder“,⁶⁹ so schreibt der Soziologe Tom Inglis in seinem Beitrag im Magazin *The European* im Jahr 2014. Er stellt dabei einen Bezug zum früheren Dating-Verhalten der Menschen her und weist auf die damals eingeschränkten, jedoch damit erleichterten, Möglichkeiten hin, eine:n Partner:in zu finden. Die Verpartnerung wäre durch ein umfassendes System aus Familie, Bekannten und Religion, geprägt gewesen und die Auswahl wäre zusätzlich durch örtliche Begrenzungen eher klein gehalten worden. Er spricht von einer dramatischen Veränderung dieses Systems durch die moderne, individualisierte und immer mobiler werdende Welt, in welcher die Individuen selbst nach ihren Partner:innen suchen müssen.⁷⁰

Diese Suche nach einer Partnerschaft in der modernen und digitalisierten Welt greift der Autor Milosz Matuschek in seinem Buch *Das romantische Manifest* auf und geht dabei auf die Kapitalisierung der Liebe ein.⁷¹ Dabei kritisiert er das ökonomische Denken der Menschen, welches laut ihm auch in der Liebessuche angewendet werde: allen Kriterien nach müsse der:die Partner:in perfekt erscheinen, der Anspruch steigere sich bis in die Spitze der Perfektion, was immer mehr den ökonomischen Bedürfnissen des Kapitalismus gleiche. Auch in der Liebe bliebe der Mensch „homo oeconomicus“. ⁷² Weiter steigert Matuschek seine Theorie bis hin zur These, dass die Menschen heutzutage eine ökonomische Art zu Lieben hätten und sich aufgrund der ökonomischen Auswahlkriterien, wie bspw. Kosten-Nutzen-Abwägung oder messbarer Punkte, die für oder gegen die Beziehung sprechen, in einer von ihm als ‚Lovenomics‘ bezeichneten Dynamik befänden.⁷³

Eine der bekanntesten Soziolog:innen, die sich mit dieser Transformation und der Kapitalisierung der Liebe in der modernen Zeit beschäftigt, ist Eva Illouz. In ihren Publikati-

⁶⁶ Vgl. Grimm und Zöllner 2015.

⁶⁷ Vgl. Zöllner 2015, S. 9–11.

⁶⁸ Vgl. Zöllner 2015, S. 9–11.

⁶⁹ Inglis 2014.

⁷⁰ Vgl. Inglis 2014.

⁷¹ Vgl. Matuschek 2014.

⁷² Vgl. ebd., S. 54–55.

⁷³ Vgl. ebd., S. 18.

onen erläutert sie, dass die Freiheit der Wahl durch den Kapitalismus und die individuelle Selbstverwirklichung, auf welchen die moderne Konsumgesellschaft basiere, das Beziehungs-Commitment der Menschen untergrabe und gleichzeitig durch die große Auswahl, meist eröffnet durch das Internet, eine scheinbar endlose Suche nach noch besseren Alternativen in der Partnerschaft fördere.⁷⁴ Gerade die große Auswahl, welche den Menschen zur Verfügung stehe, und die Freiheit sich für oder gegen etwas zu entscheiden, beeinflusse den modernen Entscheidungsprozess und führe zu einer neuen „Architektur der Wahl“.⁷⁵ So hemme eine größere Auswahl an Optionen eher die Fähigkeit, sich für ein Objekt beziehungsweise eine Beziehung zu entscheiden, als dass es sie fördere.⁷⁶ Vor allem Online-Dating Plattformen, die suggerieren würden, die Suche nach der Liebe und sexuellen Partner:innen zu vereinfachen, würden heutzutage aufgrund ihrer großen Auswahl an potenziellen Partner:innen benutzt werden. Sie erklärt, dass damit die traditionelle Weise, jemanden kennenzulernen, ersetzt worden wäre.⁷⁷ Illouz legt eine Vermarktlichung des Menschen dar, indem sie erläutert, dass dieser sich zudem konstant im Wettbewerb zu anderen Menschen befände, insbesondere durch das Internet, was zu einer ständigen Selbstoptimierung führe, um in diesem Wettbewerb, u.a. basierend auf einer großen Auswahl, zu bestehen.⁷⁸ Dies eröffne Individuen ein Dilemma: Einerseits würden sie aus der großen Masse, dieser großen Auswahl an anderen Teilnehmer:innen des Online-Dating-Marktes, mit ihrem Subjektivismus herausstechen wollen, indem sie versuchen sich in ihrer Einzigartigkeit, und dennoch bestmöglich, zu präsentieren.⁷⁹ Andererseits kreierte gerade diese Selbstdarstellung, vor allem im geschriebenen Wort auf den Dating-Profilen der Nutzer:innen, Standardisierung, Einheitlichkeit und Verdinglichung.⁸⁰ Wenn sich Menschen, vorwiegend körperlos, präsentieren, würden sie gesellschaftlich etablierte Konventionen der wünschenswerten Person nutzen und würden diese auf sich selbst anwenden.⁸¹ Daraus ergäbe sich, dass ein Großteil der Nutzer:innen von Online-Dating-Plattformen die gleichen oder ähnliche Selbstbeschreibungen aufführen und somit trotz des Versuches, sich einzigartig aus der Masse hervorzuheben, der Gefahr unterlaufen, in dieser scheinbar zu versinken.⁸²

Matuschek greift darüber hinaus die große Auswahl an potenziellen Partner:innen in einem ökonomischen Vergleich auf, indem er den Umgang mit einem:einer potenziellen Partner:in dem Umgang mit einem Produkt gleichsetzt: Schnell gewinne man Interesse,

⁷⁴ Vgl. Illouz 2007; Illouz 2012.

⁷⁵ Illouz 2012, S. 91.

⁷⁶ Vgl. ebd., S. 91.

⁷⁷ Vgl. ebd., S. 180.

⁷⁸ Vgl. Illouz 2007, S. 79.

⁷⁹ Vgl. Illouz 2007, S. 81–82.

⁸⁰ Vgl. ebd.

⁸¹ Vgl. ebd.

⁸² Vgl. ebd.

schnell gekauft, dann gewöhne man sich und Langeweile komme auf, bis einem das Produkt überdrüssig würde und man schließlich es verkaufe, um sich neuen Produkten zu widmen.⁸³ Aretz führt diesen Umgang mit der großen Auswahl an potenziellen Partner:innen, speziell bei der Dating-App Tinder, auf den sogenannten ‚Overchoice-Effekt‘ zurück.⁸⁴ Dabei bezieht sich Aretz auf das Ergebnis ihrer Studie, in der einige Proband:innen angaben, Tinder weiterhin zu nutzen, obwohl diese bereits in einer festen Beziehung waren. Dies führt sie dementsprechend auf die Möglichkeit zurück, dass gerade die große Auswahl an potenziellen Partner:innen auf Tinder bei den Proband:innen zu einer Einschränkung der verbindlichen Entscheidung und damit verbunden zu einer Verminderung der persönlichen Zufriedenheit führen kann. Trotz, dass die Proband:innen sich zumindest vorerst für eine:n Partner:in entschieden hätten, würden sie immer weiter suchen, da aufgrund der großen Auswahl die Möglichkeit bestehe, eine:n, den persönlichen Ansprüchen nach, noch bessere:n Partner:in zu finden.⁸⁵ Es schiene, so Aretz, als ob Apps wie Tinder eine neue, komfortable und schnelle Option darstellen würden, immer weiter zu begutachten, ob sich nicht doch noch eine passendere Partner:innenwahl zeigen ließe, unabhängig davon, wie endlos die Suche erscheinen könnte.⁸⁶

Um zu analysieren, inwiefern Online-Dating zur Kapitalisierung der Verpartnerung beiträgt und wie genau Tinder Einfluss auf unsere Glückssuche nimmt, befasst sich das folgende Kapitel mit dem Konzept der technologischen Vermittlung – also dem Zusammenspiel der Interaktion von Mensch und Medium.

2.5. Technologische Vermittlung

Als mobile Dating-App vermittelt Tinder in erster Linie Dates, oder wie es die Beschreibung im App Store verspricht: „Freunde, Dates, Beziehungen und was es sonst noch so alles gibt.“⁸⁷ Dieses Versprechen impliziert, dass die App über unser Smartphone hinaus, Einfluss auf unser Leben nehmen kann – vorausgesetzt, es gelingt der Übergang zur Realität.

Verbeek zufolge vermitteln Technologien zwischen Mensch und Realität und prägen damit sowohl unsere Erfahrungen als auch unser Handeln.⁸⁸ Die Vermittlung geschieht dabei auf zwei Ebenen: Zum einen transformieren Technologien unsere Wahrnehmung der Realität, indem sie bestimmte Aspekte verstärken und andere reduzieren. Zum an-

⁸³ Vgl. Matuschek 2014, S. 19.

⁸⁴ Vgl. Aretz 2015.

⁸⁵ Vgl. Aretz 2015, S. 49.

⁸⁶ Vgl. ebd.

⁸⁷ Match Group, LLC, *Tinder* 2021.

⁸⁸ Vgl. Verbeek 2006, S. 364.

deren beeinflussen sie unser Handeln, indem sie gewisse Handlungsmöglichkeiten fördern und andere hemmen.⁸⁹ Damit kommt technologischem Design eine ethische Verantwortung zu und es stellt sich die Frage: Wie beeinflussen Medien unser Handeln?⁹⁰

Um den technologischen Vermittlungsprozess auf der zweiten Ebene – dem Handeln – zu analysieren, findet in den Kommunikations- und Sozialwissenschaften häufig das Affordanz-Konzept Anwendung. Im Folgenden werden die Ursprünge des Konzepts und dessen Funktionsweise beschrieben.

Das Affordanzkonzept

Der Begriff der Affordanz wurde von dem amerikanischen Psychologen James J. Gibson geprägt und gilt als Erklärungsansatz für die visuelle Wahrnehmung und die „Komplementarität von Wesen und Umwelt“⁹¹. Im Kontext der Mediensoziologie beschreibt Nicole Zillien Affordanzen als „Angebotscharakter eines Objektes“.⁹² Demnach besitzen Gegenstände bestimmte Eigenschaften, die gewisse Handlungsoptionen anbieten und dadurch bestimmte Verhaltensweisen wahrscheinlicher machen würden. Ein Stuhl beispielsweise biete, so Zillien, dem Menschen bei entsprechender Kniehöhe das Darauf-Sitzen an.⁹³ Im Vordergrund stünden dabei nicht die konkreten Gegenstandsmerkmale, sondern die Wahrnehmung der Handlungsoptionen, die sich aus ihnen ergeben. Dabei bleibe der Angebotscharakter objektiv beständig, beziehe sich aber subjektiv auf die Handlungsfähigkeit des:der Akteurs:in. Ein Stuhl bleibe für Erwachsene eine Sitzgelegenheit, biete sich einem Säugling jedoch nicht zum Darauf-Sitzen an.⁹⁴ Affordanzen beruhen also auf der wechselseitigen Bezugnahme von Objekt und Subjekt.⁹⁵

In Bezug auf Technologien greifen viele Studien auf den Affordanzbegriff des Designtheoretikers Donald A. Norman (1988) zurück, welcher die Benutzer:innenfreundlichkeit von Objekten fokussiert. Demnach sei ein Objekt dann benutzer:innenfreundlich, wenn sich die intendierte Nutzung aus dem Design erschließen ließe – Affordanzen also wahrnehmbar seien.⁹⁶ Bei Informations- und Kommunikationstechnologien handle es sich allerdings um komplexe, deutungsoffene Artefakte, die sich mit fortlaufender Nutzung

⁸⁹ Vgl. ebd., S. 365–367.

⁹⁰ Vgl. ebd., S. 377–378.

⁹¹ Gibson 1982, S. 137.

⁹² Zillien 2008, S. 163.

⁹³ Vgl. ebd., S. 162–164.

⁹⁴ Vgl. Zillien 2008, S. 173.

⁹⁵ Vgl. Zillien 2019, S. 226.

⁹⁶ Vgl. Norman 1989, S. 21.

verändern und eine Vielzahl an Handlungsoptionen anbieten, die oft nicht sichtbar beziehungsweise ‚versteckt‘ wären.⁹⁷ Ein wahrnehmungspsychologischer Ansatz greife bei digitalen Technologien also zu kurz.⁹⁸

Um die Nutzung und Wirkung von digitalen Technologien zu analysieren, fokussieren sich sozialwissenschaftliche Affordanzkonzepte daher auf sozial und kulturell geprägte Handlungsprozesse. Es geht darum, wie Merkmale von Medien das Handeln der Nutzer:innen beeinflussen und wie sich dies wiederum auf die Medientechnologien auswirkt. Dabei handle es sich, so Zillien, um einen fortlaufenden Prozess, in dem der Grundgedanke der wechselseitigen Bezugnahme von Nutzer:in und technologischem Artefakt beibehalten bleibe.⁹⁹

Dennoch bestehen in der Anwendung des Affordanzkonzepts Unstimmigkeiten. Um den Affordanzbegriff zu schärfen und somit eine einheitliche Anwendung des Konzepts zu gewährleisten, haben Evans et al. drei Kriterien erarbeitet, auf die vermeintliche Affordanzen geprüft werden können.¹⁰⁰ So seien Affordanzen von den Merkmalen einer Technologie (*features*) und den Ergebnissen der Nutzung dieser Merkmale (*outcomes*) zu unterscheiden. Vielmehr handle es sich bei Affordanz um einen variablen Vermittlungsprozess zwischen diesen beiden Größen.¹⁰¹

Bei der Prüfung einer Affordanz gilt es also im ersten Schritt auszuschließen, dass es sich um ein Objekt oder ein Merkmal des Objektes handelt. So sind Merkmale statisch, wohingegen Affordanzen dynamisch sind und sich weder Objekt noch Subjekt zuzuordnen lassen, da sie in deren gegenseitigen Bezugnahme bestehen. Im zweiten Schritt gilt es zu überprüfen, ob es sich lediglich um ein Ergebnis einer Affordanz handelt. Affordanzen können vielfältige Ergebnisse beziehungsweise Handlungsausgänge hervorrufen, je nach Absicht des Individuums. Sichtbarkeit und Auffindbarkeit sind beispielsweise Affordanzen Sozialer Medien. Dies kann sowohl zum Hochladen eines Fotos als auch zum Betrachten von Profilen führen – je nach Intention der Nutzer:innen.¹⁰² Bei Affordanzen handelt es sich also nicht um technologischen Determinismus.¹⁰³ Das dritte Kriterium beschreibt den Grundcharakter von Affordanzen: Sie sind variabel und nicht binär. Im Gegensatz zu Merkmalen und Ergebnissen, die entweder vorhanden sein können oder nicht, kommen Affordanzen in Abstufungen vor.¹⁰⁴

⁹⁷ Vgl. ebd., S. 226–227.

⁹⁸ Vgl. Zillien 2008, S. 172.

⁹⁹ Vgl. Zillien 2019, S. 227.

¹⁰⁰ Vgl. Evans et al. 2016, S. 39–40.

¹⁰¹ Vgl. Davis und Chouinard 2017, S. 1–2.

¹⁰² Vgl. Evans et al. 2016, S. 39–40.

¹⁰³ Vgl. ebd., S. 37.

¹⁰⁴ Vgl. Davis und Chouinard 2017, S. 2.

Um den relationalen, materiellen und dynamischen Charakter von Affordanzen einzufangen, schlagen Evans et al. eine konzeptionelle Definition vor:

„[Affordance is] the ‚multifaceted relational structure‘ between an object/technology and the user that enables or constrains potential behavioral outcomes in a particular context.“¹⁰⁵

Bei Affordanzen handelt es sich demzufolge um ein relationales Konstrukt, welches weder Merkmale noch Ergebnisse bestimmt, vielmehr vermittelt es zwischen beiden.¹⁰⁶

Affordanz als Vermittlungsprozess

Anhand von Mechanismen erklären Davis und Chouinard, wie der Vermittlungsprozess von Affordanzen funktioniert: „We propose that artifacts request, demand, allow, encourage, discourage, and refuse“.¹⁰⁷ Diese Mechanismen stellen ein Kontinuum dar, das den variablen, relationalen und dynamischen Charakter von Affordanzen abbildet.¹⁰⁸

‚Requests‘ empfehlen eine bestimmte Handlung, schließen andere Handlungsoptionen aber nicht aus. Subjekte werden lediglich dazu eingeladen, in einer bestimmten Weise zu handeln. So lädt Tinder dazu ein, Profilfotos und eine Beschreibung hinzuzufügen, dieser Schritt kann allerdings auch übersprungen werden und ist somit nicht erforderlich. Anders ist es bei ‚Demands‘: Hierbei handelt es sich um Vorgaben, die erfüllt werden müssen, um ein Artefakt nutzen zu können. Tinder verlangt, dass Nutzer:innen ihr Geschlecht und ihre sexuelle Identität angeben, um fortzufahren.¹⁰⁹ Im Sinne des Affordanzkonzeptes handelt es sich dabei jedoch nicht um technologischen Determinismus, da der:die Akteur:in den Demands nicht gehorchen muss.¹¹⁰ ‚Encourage‘ bedeutet, dass ein Artefakt eine bestimmte Handlung fördert, wohingegen ‚Discourage‘ eine bestimmte Handlungsweise erschwert. Tinder fördert den Match-Prozess durch das simple Swipe-Interface, erschwert dadurch aber die sorgfältige Auswahl von Matches.¹¹¹ ‚Refusals‘ verweigern bestimmte Handlungen, können mit dem richtigen Know-how aber auch umgangen werden.¹¹² So verweigert Tinder das Swipen durch Profile, wenn man nicht selbst ein Profil erstellt.¹¹³ ‚Allow‘ als einzig neutraler Mechanismus, lässt den

¹⁰⁵ Evans et al. 2016, S. 36. Nach Faraj und Azad 2012, S. 254.

¹⁰⁶ Vgl. Evans et al. 2016, S. 41.

¹⁰⁷ Davis und Chouinard 2017, S. 6, Herv. i. O.

¹⁰⁸ Vgl. Davis und Chouinard 2017, S. 2–4.

¹⁰⁹ Vgl. Christensen 2020, S. 5.

¹¹⁰ Vgl. Davis und Chouinard 2017, S. 3.

¹¹¹ Vgl. Christensen 2020, S. 5.

¹¹² Vgl. Davis und Chouinard 2017, S. 4.

¹¹³ Vgl. Christensen 2020, S. 5.

Nutzer:innen hingegen offen, ob und wie man ein Feature nutzen möchte, wie z.B. bei der Anwendung von Filtern.¹¹⁴

Neben diesen Mechanismen werden Affordanzen von drei Bedingungen beeinflusst, die bestimmen, für wen und unter welchen Umständen sie wirken: Welchen Einfluss eine Affordanz hat, hängt von (1) der Wahrnehmung des Subjekts ab, (2) von dessen Fähigkeiten mit einem Objekt zu interagieren und (3) von der sozialen und kulturellen Situation, welche über die Legitimität von Handlungen bestimmt.¹¹⁵

Zusammengefasst dienen die beschriebenen Mechanismen und Bedingungen als Analysegerüst, welches den Vermittlungsprozess, also die Funktionsweise von Affordanzen, in ihrer Variation greifbar macht und in soziokulturelle Kontexte einbettet. Die Mechanismen selbst sind entsprechend des Affordanzkonzeptes als dynamisch zu betrachten, so kann ein und dieselbe Affordanz auf verschiedene Weisen wirken.¹¹⁶

Das Affordanzkonzept beschreibt, wie Technologien das Handeln von Nutzer:innen beeinflussen können. Hier stellt sich die Frage, wie sich Tinder als Dating-App auf unser Handeln auswirkt und somit auf die Art und Weise, wie wir Kontakte knüpfen.

Affordanz von Tinder

Verschiedene Studien befassen sich mit dem Einfluss von Tinder auf die Beziehungssuche im Kontext von Affordanzen beziehungsweise technologischer Vermittlung. Im Folgenden wird der aktuelle Forschungsstand dargelegt. Dabei wird zunächst der Vermittlungscharakter von Tinder betrachtet, um anschließend zu erörtern, wie sich dieser tatsächlich auf die Beziehungssuche auswirkt beziehungsweise auf die Vermittlung von zwischenmenschlichen Kontakten und Dates.

Timmermans und Courtois untersuchen in einer Studie zur Nutzungserfahrung Tinders, ob die Funktionsweise von Tinder Gelegenheitssex oder die Formierung von Beziehungen begünstigt.¹¹⁷ Ausschlaggebend für das Zustandekommen von Treffen über mobile Dating-Apps seien, so Timmermans und Courtois, folgende Affordanzen: Mobilität, Unmittelbarkeit, Nähe und Visualität.¹¹⁸

Mobilität ermuntere (encourages) dazu, die App an verschiedenen Orten zu nutzen, wodurch diese öfter und spontaner zum Einsatz kommt. Unmittelbarkeit trage zur Erhöhung des Tempos von Interaktionen bei und entstehe durch Merkmale wie App-Benachrichtigungen, welche den Nutzer:innen über Matches und Likes informieren. Die

¹¹⁴ Vgl. Davis und Chouinard 2017, S. 4.

¹¹⁵ Vgl. Davis und Chouinard 2017, S. 4–5.

¹¹⁶ Vgl. ebd., S. 6–7.

¹¹⁷ Vgl. Timmermans und Courtois 2017, S. 59.

¹¹⁸ Vgl. ebd., S. 60–61.

Affordanz der Nähe basiere auf der Standortbezogenheit von mobilen Dating-Apps und ermögliche sofortige Verabredungen und Treffen in der Realität. Das Swipe-Interface gestatte zudem simultane Interaktionen, was wiederum die Anzahl solcher Begegnungen erhöhe. In der Visualität sehen die Forscher:innen eine übergeordnete Affordanz. So hänge bei Tinder der Selektionsprozess maßgeblich von der physischen Erscheinung ab. Diese werde prädominant durch das Interface der App platziert, in dem Bilder den Großteil des Bildschirms einnehmen.¹¹⁹ Die Forscher:innen vermuten, dass die Interaktionen sich daher auf einer oberflächlichen Ebene bewegen und Tinder entsprechend des medialen Rufs eher als „hookup app“¹²⁰ beziehungsweise Sex-App verwendet wird, als um Liebe und feste Beziehungen zu finden.

Zu einer ähnlichen Schlussfolgerung gelangt auch Stoian, welche Tinder im Kontext von Verbeeks Überlegungen zur technologischen Vermittlung betrachtet.¹²¹ Der Forscherin zufolge führe das simple, gamifizierte Design der App zu einer vereinfachten Avatar-ähnlichen Selbstdarstellung der Nutzer:innen, welche durch den Fokus auf Bildern, dazu angehalten sind, ihre physischen Vorzüge zu präsentieren und durch den limitierten Raum für die Beschreibung weniger auf Persönliches eingehen können.¹²² Die Wisch-Geste und der als Kartendeck designte Profilstapel vereinfachen die Nutzung, wirken unterhaltend und effizient im Sinne einer Erhöhung von Interaktionsmöglichkeiten. Zusammen mit dem Fokus auf Visualität entsteht dadurch jedoch auch eine übermäßig oberflächliche Umgebung.¹²³

Dies stellen auch Krüger und Spilde fest. So könne die eigene Identität auf Tinder hauptsächlich über Bilder kommuniziert und dementsprechend von anderen nur anhand weniger Hinweise interpretiert werden.¹²⁴ Den Forscher:innen zufolge fördert Tinder damit im Sinne von Illouz eine Mentalität, die das Aussehen zur bedeutsamsten Ressource der Nutzer:innen macht.¹²⁵

Damit einhergehend beschreibt Ward das Interface der App als eine Umgebung, die die Nutzer:innen zum Impression Management motiviert.¹²⁶ Neben der Reduktion von Hinweisen und der lokalen Nähe spielen dabei auch die minimalen Filtermöglichkeiten

¹¹⁹ Vgl. Stoian 2019, S. 55; Krüger und Spilde 2019, S. 7.

¹²⁰ Timmermans und Courtois 2017, S. 61.

¹²¹ Vgl. Stoian 2019.

¹²² Vgl. ebd., S. 55

¹²³ Vgl. ebd., S. 55–56.

¹²⁴ Vgl. Krüger und Spilde 2019, S. 8–9.

¹²⁵ Vgl. ebd.

¹²⁶ Vgl. Ward 2017, S. 1646–1647.

eine Rolle.¹²⁷ So präsentiert das Swipe-Interface mögliche Partner:innen nur häppchenweise, wie auch Krüger und Spilde feststellen.¹²⁸ Anders als bei Dating-Websites ist nicht die komplette Datenbasis ersichtlich und nach vielfältigen Filterkriterien eingrenzbar.¹²⁹ Die Auswahlentscheidung muss bei Tinder daher mit jedem Wischen spontan erfolgen.¹³⁰

David und Cambre bezeichnen die erhöhte Betrachtungsgeschwindigkeit, die dadurch zustande kommt, als „Swipe-Logik“.¹³¹ Der Entscheidungsprozess wird zusätzlich durch die binäre Struktur erleichtert; entweder ‚ja‘ oder ‚nein‘, beziehungsweise rechts oder links. Beim Wischen handelt es sich also um eine schnelle, einfache und vergängliche Entscheidungsgeste.¹³² Die Swipe-Logik fördert damit Unverbindlichkeit und verhindert eine sorgfältige Auswahl möglicher Matches.¹³³ Davis und Chouinard sehen hier auch die Visualität als Faktor für impulsive Entscheidungen. Dies sei bei der Dating-App Hotline, welche textlastiger ist, nicht der Fall.¹³⁴ Die daraus entstehenden „screened intimacies“,¹³⁵ also technologisch vermittelten Intimitäten, stellen somit eine vergängliche, unwesentliche und nicht nachhaltige Form des Beziehungsaufbaus dar.¹³⁶

Der limitierte Zugang zur Datenbasis ist Krüger und Spilde zufolge aber Teil des ‚Spiels‘.¹³⁷ Zusammen mit der Frage „*What if I have not found my ultimate match yet?*“¹³⁸ entstehe der Drang, immer weiter zu swipen. Dieses Verlangen führe zur Anhäufung von Matches und weckt wiederum Assoziationen von Konsum.¹³⁹ So auch die Wisch-Geste an sich, welche dem Blättern durch ein Magazin oder einen Katalog gleichkommt¹⁴⁰, mit Angeboten, die man erwerben kann; die Matches werden dabei oben rechts gesammelt, wie in einem digitalen Warenkorb.¹⁴¹

Krüger und Spilde sehen in den Features der Bezahlversionen einen Versuch den unverbindlichen, unterhaltenden Konsumcharakter der Swipe-Logik einzudämmen, indem

¹²⁷ Vgl. ebd.

¹²⁸ Vgl. Krüger und Spilde 2019, S. 14–15.

¹²⁹ Vgl. Ward 2017, S. 1648.

¹³⁰ Vgl. Ward 2017, S. 1648; Krüger und Spilde 2019, S. 12.

¹³¹ David und Cambre 2016, S. 1.

¹³² Vgl. ebd., S. 7.

¹³³ Vgl. Christensen 2020, S. 5.

¹³⁴ Vgl. Davis und Chouinard 2017, S. 3–4.

¹³⁵ David & Cambre 2016, S. 2.

¹³⁶ Vgl. Krüger & Spilde 2019, S. 15.

¹³⁷ Vgl. ebd.

¹³⁸ Ebd., Herv. i. O.

¹³⁹ Vgl. ebd.

¹⁴⁰ Vgl. David und Cambre 2016, S. 6.

¹⁴¹ Vgl. Krüger und Spilde 2019, S. 14.

Schäden durch zu schnelles Swipen behoben und die Chancen auf ein Match erhöht werden können.¹⁴² Für Stoian jedoch trägt Tinder Plus zur Effizienzmaximierung bei und ermögliche dadurch erst recht die Anhäufung von mehr Matches in kürzerer Zeit.¹⁴³ Aus Sicht der Forscherin steht dies im Widerspruch zum eigentlichen Ziel des Kontaktknüpfens oder der Beziehungsfindung, denn dafür benötige es Zeit.¹⁴⁴ Ähnlich argumentieren Spilde und Krüger bei der Freemium-Version, dass das Geschäftsmodell nicht die Beziehungsfindung sei, sondern die Erhöhung der Datenbasis und der Interaktionen.¹⁴⁵ Die Swipe-Logik wecke dort letzten Endes Bedürfnisse, welche die Bezahlversionen versprechen zu stillen.¹⁴⁶

Die beschriebenen Affordanzanzen deuten darauf hin, dass Tinder primär oberflächliche Kontakte fördert, als die Entstehung von Beziehungen. Dennoch gibt es Menschen, die ihre:n Partner:in über Tinder gefunden haben. Handelt es sich bei Tinder nun mehr um ein Game, den Spaß am Konsum, eine Hookup-App oder doch eine Dating-App, die in der Lage ist, langfristige Beziehungen zu vermitteln? Im folgenden Abschnitt werden Forschungsergebnisse zum Nutzer:innenverhalten dargestellt, um zu veranschaulichen, wie Tinder die Glückssuche in Form von zwischenmenschlichen Beziehungen prägt.

Glückssuche auf Tinder

In ihrer Studie zum Nutzungsverhalten auf Tinder finden Timmermans und Courtois heraus, dass das Nutzungsmotiv eine entscheidende Rolle für den Ausgang von Interaktionen über Tinder spielt.¹⁴⁷ Tinder kann und muss nicht nur als Sex-App verwendet werden. So treffen sich weniger als die Hälfte der Nutzer:innen tatsächlich, ein Drittel davon beginnt eine Gelegenheitssexbeziehung, mehr als ein Fünftel der Nutzer:innen hat einen One-Night-Stand. Ein sexueller Ausgang des Treffens ist allerdings auch ohne sexuelles Motiv wahrscheinlich. Ein Viertel der Treffen führt aber auch zu einer festen Beziehung. Dennoch ergeben sich aus einem sexuellen Motiv mehr sexuelle Kontakte als sich Beziehungen aus einem Beziehungsmotiv entwickeln, wie die Studie aufzeigt. Mit Bezug auf den Nutzen-und-Belohnungs-Ansatz befriedigt Tinder daher den Forscher:innen zufolge eher sexuelle Bedürfnisse als das Bedürfnis nach einer festen Beziehung.¹⁴⁸

¹⁴² Vgl. ebd., S. 13.

¹⁴³ Vgl. Stoian 2019, S. 53–54.

¹⁴⁴ Vgl. Stoian 2019, S. 53–54.

¹⁴⁵ Vgl. Krüger und Spilde 2019, S. 15–17.

¹⁴⁶ Vgl. ebd.

¹⁴⁷ Vgl. Timmermans und Courtois 2017, S. 66–67.

¹⁴⁸ Vgl. ebd., S. 66–67.

Was die Nutzungsmotive betrifft, werden jedoch auch Unterhaltung oder Bestätigung als Gründe genannt.¹⁴⁹ In Anbetracht des Stigmas von Online-Dating allgemein, aber auch von Tinder als Hookup-App, erscheinen diese Motive legitimer als die Suche nach Liebe.¹⁵⁰ Krüger und Spilde interpretieren den spielerischen Umgang mit der App als Strategie, um emotionale Distanz zu wahren.¹⁵¹ So unterliegen auch die anderen Nutzer:innen der Swipe-Logik und das Risiko, sich emotional auf jemanden einzulassen, der womöglich schnell das Interesse verliert, sei hoch. Die emotionale Distanz, die Illouz im Online-Dating sieht, wäre somit nicht zwangsläufig als Folge der Warenlogik von Tinder zu sehen, sondern als Versuch eben jenen Konsumcharakter einzudämmen, indem Tinder eben „nicht wirklich“¹⁵² dazu da sei, Liebe zu finden.

Christensen bezeichnet das Stigma von Tinder als Hookup-Skript, in Anlehnung an die Theorie der Sexuellen Skripte von Simon und Gagnon.¹⁵³ Danach orientiert sich sexuelles Verhalten an Leitlinien, vergleichbar mit den Skripten von Schauspieler:innen.¹⁵⁴ In ihrer Untersuchung beschreibt die Forscherin, wie sich die Affordanzen von Tinder auf (hetero-)sexuelle Skripte junger Frauen auswirken.¹⁵⁵ Sexuelle Skripte entstehen dabei auf drei Ebenen: Kulturell, zwischenmenschlich und intrapsychisch.¹⁵⁶

In kulturellen Szenarien manifestieren sich Narrative mit Regeln, die vorgeben, wie sich das Individuum in bestimmten Situationen zu verhalten hat: Tinder ist eine Hookup-App und dementsprechend zu nutzen. Richten sich Individuen in ihrem Verhalten danach aus, beteiligen sie sich auf zwischenmenschlicher Ebene selbst am „script-writing“¹⁵⁷-Prozess. Auf der intrapsychischen Ebene werden diese Verhaltensvorgaben schließlich mit den eigenen Wünschen verhandelt.¹⁵⁸ Das Hookup-Skript führt zu Konflikten, so suchen die meisten Probandinnen eine Beziehung, auch wenn sie für Gelegenheitssex offen sind.¹⁵⁹ Auf zwischenmenschlicher Ebene versuchen manche Probandinnen daher das Hookup-Skript zu durchbrechen, indem sie beispielsweise „no hookups“ in ihre Biografie schreiben.¹⁶⁰ Dies führt jedoch oft zu Ablehnung oder Verwirrung bei den Matches. So dominiert während eines Dates die Hookup-Erwartung, wes-

¹⁴⁹ Vgl. Ward 2017, S. 1649.

¹⁵⁰ Vgl. ebd., S. 1654.

¹⁵¹ Vgl. Krüger und Spilde 2019, S. 16.

¹⁵² Ebd.

¹⁵³ Vgl. Christensen 2020, nach Simon und Gagnon 1986.

¹⁵⁴ Vgl. Wiedermann 2005, S. 496.

¹⁵⁵ Vgl. Christensen 2020, S. 1.

¹⁵⁶ Vgl. Simon und Gagnon 1986, S. 99–101.

¹⁵⁷ Christensen 2020, S. 4.

¹⁵⁸ Vgl. ebd., S. 4–6.

¹⁵⁹ Vgl. ebd.

¹⁶⁰ Vgl. ebd., S. 8.

halb diese oft in sexuellen Kontakten resultieren, ähnlich dem Ergebnis von Timmermans und Courtois.¹⁶¹ Christensen stellt hier ein ungleiches Machtverhältnis zugunsten von Männern fest, die letzten Endes über den Datingverlauf bestimmen. Sie bezeichnet diese Entwicklung als hybrides Hookup-Skript, welches traditionelle Datingpraktiken mit dem Hookup-Skript vereint und somit die Erwartung von Sex aufrechterhält. Die Forscherin führt die Entstehung des Hookup-Skripts und damit die Entstehung von Regeln „wie man tindert“¹⁶² zum Großteil auf die Affordanzen von Tinder zurück.¹⁶³

Eine andere Strategie, um sich von Tinders Stigma als Hookup-App zu distanzieren, erkennt Palmer in der Herausbildung von einem „wir“ und „die“-Narrativ.¹⁶⁴ Demnach verwenden die anderen Nutzer:innen Tinder lediglich für Sex, wohingegen man selbst es zur Beziehungssuche verwendet. In der Wahrnehmung von Tinder zeigt sich hier eine Ambivalenz: einerseits wird die App negativ im Sinne des Hookup-Stigmas betrachtet, andererseits ist sie für die Proband:innen selbst jedoch ein probates Mittel, um eine:n Partner:in zu finden. Palmer zufolge bedeutet Tinder also nicht die völlige Abkehr von der traditionellen Liebe, wie sie Illouz nahelegt.¹⁶⁵

Van Hooff stellt ähnlich zu Christensen auch für heterosexuelle Männer fest, dass eine Beziehung als ideales Ergebnis durchaus erwünscht ist, Gelegenheitssex aber auch von Interesse sei.¹⁶⁶ Dabei werde schon im Auswahlprozess anhand der Profile unterschieden zwischen Frauen, die für Sex gematched werden und Frauen als potenzielle Partnerinnen. Der erste Kontakt mit möglichen Partnerinnen bewege sich dennoch zunächst in einem lockeren Rahmen und emotionale Hingabe folge erst, wenn sich das Verhältnis weiterentwickelt.¹⁶⁷ Basis für die Entstehung einer Beziehung ist Ward zufolge Selbstoffenbarung.¹⁶⁸ Diese steige mit der Zeit und beruhe auf Gegenseitigkeit. Der Weg vom Match zum Treffen gehe dabei zunächst oft über ‚intimere‘ Kanäle, wie WhatsApp, auch als Strategie um Unsicherheit zu reduzieren.¹⁶⁹ Beim Schreiben testen van Hooffs Befragte, ob es passt und sich ein Treffen lohnt.¹⁷⁰ Es findet also ein Herantasten statt.

¹⁶¹ Vgl. Timmermans und Courtois 2017.

¹⁶² Christensen 2020, S. 14.

¹⁶³ Vgl. ebd., S. 14–25.

¹⁶⁴ Vgl. Palmer 2020, S. 146.

¹⁶⁵ Vgl. ebd., S. 142–143.

¹⁶⁶ Vgl. van Hooff 2020, S. 119–121.

¹⁶⁷ Vgl. ebd.

¹⁶⁸ Vgl. Ward 2016, S.88–89.

¹⁶⁹ Vgl. ebd.

¹⁷⁰ Vgl. van Hooff 2020, S. 117.

Menschen sind dabei eher gewillt, sich einer Person zu öffnen, die sie attraktiv finden. Tinder ermöglicht durch das Match-System nur Interaktionen bei gegenseitigem Liken.¹⁷¹ Voraussetzung für den Erfolg auf Tinder sei also ein attraktives Profilbild.¹⁷² Beim Impression Management stellen sich Nutzer:innen so dar, wie sie von möglichen Matches gesehen werden möchten.¹⁷³ Daraus resultieren, so van Hooff, oft geschlechtsspezifische Darstellungen, es gehe aber auch darum, aus der Masse herauszustechen.¹⁷⁴ David und Cambre sehen originelle Profilbilder als einen Versuch, die Swipe-Logik zu durchbrechen beziehungsweise einen spielerischen Umgang damit zu finden.¹⁷⁵ In der Regel finde jedoch ein Lernprozess der Selbstvermittlung statt.¹⁷⁶ Um zu testen, was gut funktioniert, also zu mehr Matches führt, würden Experimente gemacht. Wards Proband:innen orientieren sich dabei an Profilen, von denen sie selbst gerne geliked werden würden und kreieren ein ideales, aber dennoch authentisches Selbst, mit Blick auf ein persönliches Treffen.¹⁷⁷ Im Auswahlprozess sei Attraktivität ein ausschlaggebendes Kriterium, hänge aber nicht nur vom Aussehen ab, sondern auch von anderen Faktoren, die aus den Bildern abgeleitet werden.¹⁷⁸ Dabei handelt es sich nach Ward um eine subjektive Evaluation, so suchen Befragte auch nach Menschen, die ihnen ähnlich sind.¹⁷⁹

Für van Hooffs Proband:innen spielt auch Effizienz eine Rolle.¹⁸⁰ Aus Sicht der Befragten stellt die große Auswahl kein Hindernis bei der Suche nach Liebe dar, sondern eröffnet mehr Möglichkeiten. Nutzer:innen spielen sogar mit dem Algorithmus und setzen die Einstellungen zurück, um wieder neue Leute angezeigt zu bekommen und setzen sich damit über die Vorgaben von Tinder hinweg.¹⁸¹ Auch Palmer stellt fest, dass die Multioptionalität auf Tinder positiv wahrgenommen wird, mit Fortschreiten eines Dates jedoch keine Rolle mehr spielt.¹⁸² Nähe ist damit einhergehend auch ein wichtiges Selektionskriterium, da dies bedeutet, dass ein Treffen zustande kommen kann. Diese Effizienz im Dating führt dazu, dass die Befragten oft mehrere lockere Verhältnisse parallel führen und sexuelle Exklusivität erst später verhandelt wird, was schließlich auch zur Beziehung führen kann.¹⁸³

¹⁷¹ Vgl. Ward 2016, S. 88.

¹⁷² Vgl. Ward 2017, S. 1651.

¹⁷³ Vgl. van Hooff 2020, S. 118; Ward 2017, S. 1651.

¹⁷⁴ Vgl. van Hooff 2020, S. 118–119.

¹⁷⁵ Vgl. David und Cambre 2016, S. 4–5.

¹⁷⁶ Vgl. ebd.

¹⁷⁷ Vgl. Ward 2017, S. 1652.

¹⁷⁸ Vgl. van Hooff 2020, S. 117; Ward 2017, S. 1654.

¹⁷⁹ Vgl. Ward 2017, S. 1654.

¹⁸⁰ Vgl. van Hooff 2020, S. 121–123.

¹⁸¹ Vgl. David und Cambre 2016, S. 5.

¹⁸² Vgl. Palmer 2020, S. 143.

¹⁸³ Vgl. van Hooff 2020, S. 121–123.

Trotz der vielen Möglichkeiten wird Liebe immer noch als seltener Glücksfall angesehen.¹⁸⁴ Tinder ist lediglich ein Tool, um Dates zu finden und spielt somit, so Palmer, vor allem für den Beginn einer Beziehung oder eines Verhältnisses eine große Rolle.¹⁸⁵ Dementsprechend bildet die App vor allem die zerbrechlichen Anfangsmomente ab und nicht den weiteren Verlauf von Interaktionen. So macht Tinder van Hooff zufolge nur den Anschein einer Hookup-App, denn die Beziehungen, die sich aus Tinder-Dates entwickeln, seien dort nicht mehr sichtbar.¹⁸⁶

Sowohl van Hooff als auch Christensen und Palmer stellen fest, dass traditionelle Dating-Praktiken und heteronormative Vorstellungen von Liebe immer noch bestehen.¹⁸⁷ Ein grundlegender Wandel der im Sinne einer von Illouz beschriebenen Erkaltung der Intimität zeichne sich also nicht ab.¹⁸⁸ Vielmehr würden traditionelle Vorstellungen in neue Technologien integriert.¹⁸⁹ Dementsprechend erkennen die drei Forschenden auch auf Tinder ein ungleiches Machtverhältnis zugunsten von Männern, in dem Frauen eher ein Beziehungswunsch zugesprochen werde und Männern die Entscheidungsgewalt obliege.¹⁹⁰ Andere Ergebnisse bezeichnen Tinder für Frauen hingegen als Empowerment, da die App sexuelle Autonomie verleiht und Frauen oft eine größere Menge an Matches erhalten, aus der sie wählen können.¹⁹¹ Christensen sieht dennoch einen massiven Einfluss der App auf das sexuelle Verhalten ihrer Probandinnen. Dass dies maßgeblich auf Affordanzen zurückzuführen ist, zeigt der Vergleich zu der Dating-App Bumble.¹⁹² So erfordert Bumble beispielsweise, dass Frauen den Kontakt initiieren.¹⁹³ Obwohl Bumble aus Sicht der Probandinnen eher der Beziehungssuche dient, ist Tinder dennoch beliebter. Christensen führt dies auf die Vertrautheit mit der App und mit dem hybriden Hookup-Skript zurück, wodurch die Probandinnen wissen, was auf Tinder zu erwarten ist und wie man sich dort verhält.¹⁹⁴

Die dargestellten Ergebnisse zeigen, dass die Affordanzen von Tinder dem Bedürfnis nach einer Beziehung zuwiderlaufen und die Suche danach erschweren können. Dennoch bedeutet dies nicht das Ende traditioneller Liebe und Verpartnerung. So ist es nicht ausgeschlossen und auch von Interesse, dass sich Tinder-Dates von lockeren Verhält-

¹⁸⁴ Vgl. Palmer 2020, S. 144.

¹⁸⁵ Vgl. Palmer 2020, S. 147.

¹⁸⁶ Vgl. van Hooff 2020, S. 123–124.

¹⁸⁷ Vgl. van Hoff 2020, S. 123; Palmer 2020, S. 144; Christensen 2020, S. 15.

¹⁸⁸ Vgl. van Hooff 2020, S. 125.

¹⁸⁹ Vgl. Palmer 2020, S. 147.

¹⁹⁰ Vgl. van Hoff 2020, S. 121–122; Palmer 2020, S. 139; Christensen 2020, S. 15.

¹⁹¹ Vgl. Timmermans und Courtois 2017, S. 67.

¹⁹² Vgl. Christensen 2020, S. 14.

¹⁹³ Vgl. ebd. 2020, S. 8.

¹⁹⁴ Vgl. Christensen 2020, S. 8–10.

nissen zu festen Beziehungen entwickeln. Vor allem Christensens Ergebnisse zeigen jedoch, welche Einflüsse die App auf einer mikrosozialen Ebene haben kann und verdeutlichen damit die ethische Relevanz von technologischem Design.

3. Forschungskonzept

Die vorgestellten theoretischen Annahmen und Forschungserkenntnisse bilden die Grundlage für die forschungsleitenden Fragen und die empirische Untersuchung. Im folgenden Kapitel wird zunächst das Untersuchungsinteresse im Kontext der Theorie geschildert, um anschließend die Methodik zur Untersuchung der Fragen vorzustellen.

3.1. Untersuchungsinteresse

Im Fokus der Untersuchung steht die Glückssuche auf Tinder. Angesichts der unterschiedlichen Beziehungsformen und Lebensweisen wird im Folgenden Glück nicht per se mit der klassischen Verpartnerung gleichgesetzt, sondern im Sinne zwischenmenschlicher Kontakte betrachtet – in jeglicher Form. Es geht also um Gemeinsamkeit und Einsamkeit, ein Thema, welchem zum Zeitpunkt der Forschung seit Beginn der Covid-19-Pandemie eine besondere Bedeutung zukommt. Dementsprechend geht die nachfolgende Untersuchung über den bisherigen Forschungsstand hinaus. Sie betrachtet Tinder als KI und als Mittel zur Glückssuche des Selbst im digitalen Zeitalter in Form von zwischenmenschlichen Beziehungen. Folgende Forschungsfrage soll beantwortet werden:

Bringen uns digitale Technologien und der Fortschritt von Künstlicher Intelligenz näher zusammen oder entfernen wir uns voneinander?

Die Forschung wird damit in einen ethischen Kontext eingeordnet, mit Hinblick auf den Einfluss digitaler Technologien auf das persönliche und gesellschaftliche Glück. Das Untersuchungsinteresse widmet sich unter anderem den nachfolgenden Fragen:

Inwiefern können Dating-Apps der Einsamkeit entgegenwirken, ein Gefühl von Gemeinsamkeit herstellen und dadurch zum individuellen Glück beitragen? Wie beeinflusst Tinder in diesem Sinne die Suche nach dem Glück? Welche Hürden entstehen dabei durch die technologischen Eigenschaften der App? Wie werden diese überwunden? Welche Vorteile bietet die App? In welcher Hinsicht kann Tinder Bedürfnisse befriedigen und somit zur (langfristigen) Zufriedenheit beitragen? Und letzten Endes: Welche Relevanz hat eine Dating-App in Krisensituationen, wie der Covid-19-Pandemie?

Um dem sehr persönlichen Thema gerecht zu werden und die Fragen tiefgehend zu beantworten wird qualitativ geforscht. Im Folgenden wird die Methodenwahl näher begründet und daraufhin die Vorgehensweise beschrieben.

3.2. Methodenauswahl

Zur Beantwortung der Forschungsfrage wurde in der vorliegenden Arbeit qualitativ geforscht. Das Ziel der qualitativen Forschung ist es, die Prozesse zu rekonstruieren, „durch die die soziale Wirklichkeit in ihrer sinnhaften Strukturierung dargestellt wird.“¹⁹⁵ Qualitative Forschung basiert auf der Darstellung und Kommunikation der subjektiven Sichtweise des Befragten. Sie geht dabei von vier Grundannahmen aus:

1. Soziale Wirklichkeit entsteht als Ergebnis der Bedeutungen und Zusammenhänge, die sich in sozialer Interaktion zwischen Menschen entwickeln;

2. Soziale Wirklichkeit entsteht reflexiv als Prozess;

3. Die Interpretation und Reflexion der Bedeutungen und Zusammenhänge, aus denen soziale Wirklichkeit entsteht, hängen unmittelbar mit der Lebenswelt der Beteiligten zusammen und

4. Kommunikation spielt deshalb eine wesentliche Rolle, da nur durch sie die Interpretations- und Reflexionsleistungen sichtbar werden.¹⁹⁶

In der qualitativen Forschung werden neben der Diskussion in Gruppen zudem Einzelinterviews angewandt, die in der Regel nicht vollkommen standardisiert sind. Eine häufige in der Forschung angewandte Form des Einzelinterviews ist das Tiefeninterview.¹⁹⁷ Laut dem Marktforscher Ernst Salcher ist ein Tiefeninterview ein eher langes Gespräch, in welchem der Interviewende den:die Proband:in intensiv über bestimmte Themen befragt und dabei versucht das Gespräch in dem Untersuchungsinteresse zu steuern.¹⁹⁸ Das Ziel ist, bezüglich der untersuchten Themen, möglichst viele relevante Meinungen und Einstellungen der Proband:innen zu erfahren. Dabei sind auch solche Faktoren gemeint, welche den Proband:innen zuvor eventuell selbst nicht völlig deutlich waren.¹⁹⁹ Mit Hilfe eines Leitfadens wird in diesen Tiefeninterviews versucht, den Inhalt und den Ablauf des Gesprächs zu leiten. Dazu wurde ein halbstrukturierter Fragebogen entworfen, der während dem Gespräch als Orientierung dient.²⁰⁰ Das bedeutet, dass der Interviewverlauf grob vom Forschenden bestimmt beziehungsweise geleitet wird, jedoch soll der:die Befragte den Gesprächsverlauf gestalten und so seine:ihre Ansichten, Auffassungen und Interessen darstellen. Nur so kann der:die Befragte erzählen, was er:sie erzählen möchte

¹⁹⁵ Vgl. Lamnek und Krell 2016, S. 44.

¹⁹⁶ Vgl. Flick et al. 2015, S. 20–22.

¹⁹⁷ Vgl. Kuß et al. 2014, S. 132.

¹⁹⁸ Vgl. Salcher 1995, S. 34.

¹⁹⁹ Vgl. ebd.

²⁰⁰ Vgl. Hopf 2015, S. 349–351.

und der:die Forschende kann eine gültige und zuverlässige Datenmenge erheben.²⁰¹ Der Leitfaden wird im nächsten Abschnitt genauer beschrieben und erklärt.

Als gemeinsame Standards für die vorliegende qualitative Forschung wurden folgende Gütekriterien festgelegt:

Das Gütekriterium der Objektivität wurde durch die Formalisierung und Standardisierung der Durchführung, Auswertung und Interpretation der Interviews erreicht. So kann sichergestellt werden, dass die Interviewergebnisse unabhängig von der Person des:der Forschenden beziehungsweise zu Interviewenden sind.²⁰² Um ein möglichst hohes Maß an Reliabilität zu erreichen, wurde versucht einen „Nachweis der Reproduktionsgesetzmäßigkeit der herausgearbeiteten Strukturen“²⁰³ zu erbringen und „alltägliche Standards der Kommunikation“²⁰⁴ systematisch einzubeziehen. Das Gütekriterium der Validität gibt an, ob die Ergebnisse und Befunde tatsächlich das erfassen haben, was sie erfassen sollten. Dabei werden für die qualitative Forschung spezielle Validitätsarten genutzt, wie beispielsweise die Kommunikative- und die Handlungsvalidierung.²⁰⁵ Bei der Handlungsvalidierung „soll bestimmt werden, ob empirisch nachweisbare Zusammenhänge zwischen der Rekonstruktion subjektiver Erfahrungen und beobachtbarem Verhalten vorliegen.“²⁰⁶

Da sich die Inhalte der qualitativen Forschung nicht ausreichend und angemessen mit formalen, quantifizierenden Mitteln auswerten lassen, müssen die Daten interpretiert werden.²⁰⁷ Dabei geht es nicht um die „Objektivierung durch Standardisierung, sondern situationsflexible Anwendung möglichst offener Erhebungsinstrumente.“²⁰⁸

4. Empirische Forschung

Kapitel 4 stellt das Untersuchungsdesign vor. Die einzelnen Schritte von der Erstellung des Leitfadens über die Proband:innenauswahl, die Durchführung der Tiefeninterviews bis hin zur Erstellung des Kategoriensystems und der Auswertungsmethode werden im Folgenden näher beschrieben.

²⁰¹ Vgl. Lamnek und Krell 2016, S. 367.

²⁰² Vgl. Renner und Jacob 2020, S. 86; Przyborski und Wohlrab-Sahr 2014, S. 28.

²⁰³ Przyborski und Wohlrab-Sahr 2014, S. 26.

²⁰⁴ Ebd.

²⁰⁵ Vgl. Renner und Jacob 2020, S. 88.

²⁰⁶ Ebd., S. 90.

²⁰⁷ Vgl. Strübing 2013, S. 4.

²⁰⁸ Kromrey 2006, S. 209.

4.1. Erstellung des Leitfadens

Der Leitfaden dient beim leitfadengestützten Interview primär zur Strukturierung und Gesprächssteuerung. Zudem können dabei wichtige Themenbereiche bezüglich des Untersuchungsinteresses gegliedert werden.²⁰⁹ Gleichzeitig dient er zur Strukturierung der erhobenen Daten und erhöht die Vergleichbarkeit der einzelnen Interviews.²¹⁰ Zu beachten ist darüber hinaus, dass der Leitfaden nicht nur vor der Durchführung der Interviews konstruiert wird, sondern dieser auch während der Durchführung der Interviews flexibel anwendbar ist und somit als Gesprächsstütze dient und in der Regel nicht strikt, bspw. nach Reihenfolge der festgelegten Leitfragen, abgearbeitet werden muss.²¹¹

Im vorliegenden Leitfaden (siehe Anhang [C.1](#)) sind zudem Aspekte aufgeführt, die außerhalb des eigentlichen Interviews stattfinden. Dazu zählt die Begrüßung der Proband:innen, eine kurze Warm-Up-Phase mit Abfrage von relevanten soziodemographischen Daten, um möglichst eine vertrauensvolle Gesprächsatmosphäre zu schaffen, Erklärung des Zwecks und Thema der Forschung sowie Angaben bezüglich des ungefähren Ablaufs des Interviews. Anschließend folgt noch eine kurze Erläuterung des Datenschutzes unter dem Aspekt der bewahrten Anonymität der Proband:innen sowie die abschließende Frage betreffend der Erlaubnis für eine Audioaufnahme des Gesprächs.

Eine adäquate Vermittlung zwischen Theorie und Empirie durch den Leitfaden dient als Operationalisierung der Forschungsfrage.²¹² Daher wurde bei der Erstellung des Leitfadens darauf geachtet, dass Fragen gewählt wurden, welche im Sinne des Untersuchungsinteresses sind und sich dementsprechend an der Forschungsfrage orientieren. Es wurden vier Themenblöcke konstruiert, in welchen Fragen gebündelt wurden, die zur Beantwortung der Forschungsfrage dienen.

²⁰⁹ Vgl. Misoch 2015, S. 66.

²¹⁰ Vgl. Mayer 2013, S. 37.

²¹¹ Vgl. Przyborski und Wohlrab-Sahr 2014, S. 126–128.

²¹² Vgl. Meyen et al. 2019, S. 85.



Abbildung 2: Darstellung der vier Themenblöcke mit einer Auswahl an Beispielfragen (eigene Darstellung).

In Abbildung 2 sind zur Veranschaulichung die vier Themenblöcke mit einer Auswahl an Beispielfragen dargestellt. Abgeleitet von Theorie und Empirie wurden Fragen bezüglich der Nutzung von Tinder, Multioptionalität, Online- vs. Offline-Dating sowie zum Thema Glück und Unglück gestellt. Bei der Erstellung des Leitfadens wurde darauf geachtet, dass die Fragen so platziert sind, dass die Aufmerksamkeit und Motivation der Proband:innen während des gesamten Interviews bestehen bleiben. Angestrebt wurde eine Interviewdauer von mindestens 40–60 Minuten. Dies wurde in allen sechs Interviews erreicht. Am Ende des Interviews hatten die Proband:innen noch einmal die Möglichkeit, Fragen zu stellen oder eigene Themen und Aspekte aufzugreifen und zu thematisieren. Abschließend hat sich der Interviewende bei den Befragten bedankt, die Aufnahme gestoppt und die Proband:innen über den Aufnahmestopp informiert. Das Gespräch zwischen Probanden:in und dem Forschenden endet mit Smalltalk, um von der Interview-Situation wieder in ein Alltagsgespräch zu wechseln.

4.2. Auswahl der Proband:innen

Im Gegensatz zur quantitativen Forschung, bei der eine Repräsentativität durch den wahrscheinlichkeits-theoretisch abgeleiteten Schluss von Zufallsstichproben auf Populationen erreicht wird, setzt die qualitative Sozialforschung auf das Konzept der exemplarischen Verallgemeinerung.²¹³ „Ausgangspunkt sind nicht Aggregatwerte von Gruppen (z.B. Mittelwerte), sondern detaillierte Einzelfallbeschreibungen, die dann repräsentativ sind, wenn sie als typische Vertreter einer Klasse ähnlicher Fälle gelten können.“²¹⁴

²¹³ Vgl. Bortz und Döring 2006, S. 335.

²¹⁴ Ebd.

Da qualitative Verfahren meist sehr aufwändig sind, ist die Anzahl der Proband:innen in der Regel deutlich geringer als in der quantitativen Forschung.

Für diese Untersuchung wurde die Stichprobengröße auf sechs Personen festgelegt. Um eine exemplarische Verallgemeinerung vornehmen zu können, reicht diese Anzahl zwar nicht aus, im Rahmen dieser Arbeit war das Interviewen einer größeren Fallzahl allerdings nicht umsetzbar. Dennoch ist davon auszugehen, dass durch die Auswahl der Proband:innen wertvolle Rückschlüsse auf den Zusammenhang zwischen der Nutzung Tinders und der Suche nach dem Glück gezogen werden können. Alle Proband:innen sind zwischen 24 und 32 Jahren alt, womit sie zur Zielgruppe von Tinder gehören. Um möglichst verschiedene Perspektiven zu berücksichtigen, wurde sich für eine ausgeglichene Verteilung von drei Frauen und drei Männern entschieden. Da in der Untersuchung die Erfahrungen mit der App erfragt werden, sind alle Proband:innen entweder aktive (gelegentliche) oder ehemalige Tinder-Nutzer:innen. Auch hier sind es je drei Proband:innen, wobei dies im Vorfeld nicht explizit geplant war. Zwei der Proband:innen (P2 und P6) leben derzeit in einer festen Beziehung. Die Nutzungsmotive der Proband:innen waren den Autorinnen vor der Untersuchung nicht bekannt.

Bei der Rekrutierung der Proband:innen wurde versucht, ein möglichst optimales Verhältnis zwischen Vertrautheit und persönlicher Distanz zu erreichen. Da die Suche nach Glück und zwischenmenschlichen Beziehungen mittels einer App sehr intime Aspekte mit sich bringt, kann eine Vertrautheit zwischen Interviewer:in und Proband:in dazu führen, dass sich diese:r offener beziehungsweise selbstoffenbarer verhält. Andererseits könnte diese Vertrautheit auch ein Hindernis für die Offenheit darstellen, wenn die interviewte Person die Befürchtung hat, durch die persönlichen Informationen eine Stigmatisierung zu riskieren.²¹⁵ In diesem Fall könnte das Phänomen der sozialen Erwünschtheit eintreten, bei dem „getestete Personen sich darum bemühen, ihre Testergebnisse in einer für sie möglichst günstigen Weise zu ‚korrigieren‘ „.²¹⁶ Die Proband:innen stammen aus dem jeweils weiteren Bekanntenkreis der Forscherinnen. Um den Vorteil der Vertrautheit nutzen zu können, ohne das Risiko einer übermäßigen sozialen Erwünschtheit einzugehen, konnte sich jeder:jede Proband:in selbst für seine bevorzugte Gesprächssituation entscheiden: Entweder mit der ihr oder ihm bekannten Forscherin oder mit einer der anderen Autorinnen. Dabei entschieden sich nur zwei der sechs Proband:innen (P1 und P6) dafür, mit einer ihnen unbekanntem Person über das Forschungsthema zu sprechen.

²¹⁵ Vgl. Misoch 2015, S. 118.

²¹⁶ Bortz und Döring, 2006, S. 231.

4.3. Durchführung der Leitfadeninterviews

Eine vertraute Umgebung, in der sich die Befragten wohlfühlen, ist für die Durchführung von qualitativen Interviews besser geeignet, als eine sterile, laborartige Umgebung.²¹⁷ Es sollte außerdem darauf geachtet werden, dass das Interview ohne Störungen oder der Anwesenheit von Dritten durchgeführt wird, da dies die Antworten der Befragten beeinflussen könnte.²¹⁸

Aufgrund der Einschränkungen durch die Covid-19-Pandemie wurde auf ein persönliches Treffen für die Durchführung der Interviews verzichtet. Stattdessen wurden die Gespräche per Video-Call mit den Proband:innen geführt und aufgezeichnet. Dabei haben sich die Forscherinnen bewusst für Videotelefonie entschieden, da „trotz nicht vorhandener physischer Anwesenheit ein ‚Face-to-Face-Gefühl‘ durch Webcam-Übertragung vermittelt werden kann.“²¹⁹ Anders als bei einem Telefongespräch entsteht so eine vertrautere, persönlichere Atmosphäre und Mimik sowie Gestik können besser analysiert und einbezogen werden.²²⁰ Dabei wird die soziale Interaktion im Vergleich zu einem persönlichen Gespräch mit physischem Kontakt gehemmt. Das bedeutet auch, dass der eigentliche Vorteil von qualitativer Forschung, nämlich der physische Kontakt zu Menschen und die daraus resultierende Unmittelbarkeit, Offenheit, Authentizität und Spontaneität, verloren geht oder zumindest wesentlich eingeschränkt wird.²²¹ Als Vorteil der digitalen Forschung wird allerdings die Forschungsumgebung verstanden, die dank Videotelefonie entspannt von zu Hause aus stattfinden kann. So ist die vertraute und im besten Fall entspannte Umgebung für die Befragten gegeben und sichergestellt. Gleichzeitig ist das Interview mit weniger physischem und zeitlichem Aufwand verbunden, da Faktoren wie Anreise und Raumsuche wegfallen. Diese Tatsache und auch die Rahmenbedingungen der Covid-19-Pandemie können die Teilnahmebereitschaft und auch die Qualität der Antworten deutlich steigern.²²² GIM Research schreibt dazu: „Die Menschen sprechen gerne über andere Themen und lassen sich daher auf Interviews ein, wenn diese aufrichtig und mit dem notwendigen Maß an Empathie geführt werden.“²²³

Neben den positiven Aspekten sehen wir jedoch auch die Nachteile und Herausforderungen dieser Art der Forschungsdurchführung. Koschel und Frieß schreiben dazu: „Fordern schon die klassischen Offline-Methoden große Erfahrung und psychologisches Geschick und Können, so werden diese Qualifikationen bei der Anwendung von digitalen

²¹⁷ Vgl. Przyborski und Wohlrab-Sahr 2014, S. 63.

²¹⁸ Vgl. ebd.

²¹⁹ Steinhardt 2019.

²²⁰ Vgl. ebd.

²²¹ Vgl. Koschel und Frieß 2020.

²²² Vgl. GIM research 2020.

²²³ Ebd.

Methoden noch akzentuiert.²²⁴ Dazu zählen nicht nur technische Aspekte wie die Auswahl der richtigen Plattform, und die Sicherstellung einer stabilen Internetverbindung auf beiden Seiten, sondern auch die Art der Befragung und Beantwortung der Fragen ändert sich durch die diachrone und technisch vermittelte Kommunikation.²²⁵ Trotz der teilweise datenschutzrechtlichen Bedenken gegenüber Plattformen wie Zoom oder Skype²²⁶ haben sich die Autorinnen der vorliegenden Arbeit aus praktischen Gründen für die Plattform Zoom entschieden. Diese war allen Befragten bekannt und wurde bereits von den Befragten für private oder berufliche Zwecke verwendet. So konnten Technik- und Anwendungsprobleme, die eine neue Plattform gegebenenfalls mit sich gebracht hätte, verhindert werden. Sonstige technische Schwierigkeiten, die das Internet, den Ton oder die Bildqualität betreffen, konnten leider nicht komplett ausgeschlossen werden. Sie kamen aber nur in zwei von sechs Fällen vor und wurden bestmöglich bewältigt, sodass die Interviews nach Behebung der Schwierigkeiten weitergeführt werden konnten.

Die Interviews wurden im Zeitraum zwischen dem 16. Dezember 2020 und dem 08. Januar 2021 geführt. Dabei führte eine Forscherin drei Interviews (P1–P3) und die anderen drei Forscherinnen führten jeweils ein Interview. Alle Forscherinnen orientierten sich hierbei an dem in Kapitel [4.1](#) beschriebenen Leitfaden.

4.4. Datenaufbereitung und -auswertung

Die aus den Tiefeninterviews gewonnenen Daten werden mit der Methode der qualitativen Inhaltsanalyse ausgewertet. Dazu werden die Daten zunächst analysiert, damit sie anschließend interpretiert werden können. Dabei wird nach drei Analyseschritten vorgegangen: Zunächst wird festgelegt, was genau analysiert wird. Dazu wird häufig eine Auswahl aus einer größeren Menge an Material getroffen. Danach wird beschrieben, von wem und unter welchen Bedingungen das Material gesammelt wurde. Im letzten Schritt wird beschrieben, in welcher Form das Material vorliegt.²²⁷ Die vorliegende Arbeit orientiert sich an der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring.²²⁸

Die in dieser Forschung gesammelten und ausgewerteten Daten liegen in Form von sechs Transkripten vor. Die Transkripte wurden mit Erlaubnis der Proband:innen anhand der Audioaufzeichnungen der Tiefeninterviews erstellt. Für diesen Zweck wurde eine frei verfügbare kostenlose Transkriptionssoftware genutzt. Um die Einheitlichkeit

²²⁴ Koschel und Frieß 2020.

²²⁵ Vgl. ebd.

²²⁶ Vgl. Scheytt 2020; Steinhardt 2019; Meß 2018.

²²⁷ Vgl. Mayring 2015, S. 54–56.

²²⁸ Vgl. ebd., S. 54

der Interviews zu gewährleisten, wurden vorab Transkriptionsregeln festgelegt. Insgesamt umfasst das Material 89 Seiten Transkript.

Im Einzelnen handelt es sich um folgende Transkripte:

Proband:in	Geschlecht	Alter	Tätigkeit	Tindernutzung
P1	Männlich	29	Berufstätig	Aktuell
P2	Weiblich	24	Studentin	Ehemals
P3	Männlich	32	Berufstätig	Gelegentlich
P4	Weiblich	29	Berufstätig	Gelegentlich
P5	Weiblich	24	Studentin	Aktuell
P6	Männlich	25	Berufstätig	Ehemals

Tabelle 2: Übersicht der Transkriptmerkmale (eigene Darstellung).

Im Folgenden werden die Proband:innen mit „P“ und der jeweiligen Nummer (1–6) abgekürzt. Das gesammelte Material kann nicht als repräsentativ gelten.²²⁹

Mayring schreibt: „[...] ohne die Bestimmung der Richtung der Analyse, ist keine Inhaltsanalyse denkbar.“²³⁰ Aus diesem Grund wird die Richtung der Analyse des Ausgangsmaterials festgelegt. In den Tiefeninterviews sollten die Proband:innen über ihre Erfahrungen mit Tinder sprechen. Sie wurden dazu angeregt, darüber nachzudenken, ob Tinder sie glücklich(er) oder unglücklich(er) macht und ob sie sich durch Tinder öfter oder weniger oft allein fühlen. Zur Beantwortung der Forschungsfrage wird das Material dahingehend analysiert, welche Empfindungen die App Tinder bei den Proband:innen in diesem Zusammenhang ausgelöst hat und wie die Proband:innen die App im Hinblick darauf verwenden. Im Fokus steht außerdem, wie die Proband:innen Glück definieren und inwieweit sie sich über den Algorithmus hinter Tinder bewusst sind. Neben der Forschungsfrage ergeben sich folgende theoriegeleitete Differenzierungen und damit sechs Unterfragestellungen, die in Abbildung 3 aufgelistet sind.

²²⁹ Vgl. Lamnek und Krell 2016, S. 486.

²³⁰ Mayring 2015, S. 57.

„Bringen uns digitale Technologien und der Fortschritt von künstlicher Intelligenz näher zusammen oder entfernen wir uns voneinander?“

1. Wie und mit welchen Motiven/ Zielen nutzen die Proband:innen die App?
2. Worin sehen die Proband:innen einen Mehrwert oder Vorteile/ Nachteile von Tinder?
3. Wie fühlen sich die Proband:innen bei der Nutzung von Tinder, im Hinblick auf die Multioptionalität und welche Vergleiche ziehen sie zur Realität?
4. Welchen Einfluss hat die App auf das eigene Selbstbild, die eigene Selbstdarstellung und Selbstoptimierung?
5. Welchen Stellenwert hat der Algorithmus von Tinder bei den Proband:innen und welches Bewusstsein haben die Proband:innen für den Algorithmus von Tinder?
6. Wie definieren die Proband:innen Glück und welche Glücksmomente/ Frustmomente erfahren sie durch die Nutzung von Tinder?

Abbildung 3: Unterfragestellungen der Forschungsfrage (eigene Darstellung).

Die vorliegenden qualitativen Daten wurden mithilfe der zusammenfassenden Inhaltsanalyse nach Philipp Mayring ausgewertet. Dabei wird versucht, das gesamte Material zu berücksichtigen und systematisch auf das Wesentliche zu reduzieren.²³¹ Dazu wird ein Kategoriensystem gebildet, in welches das Ausgangsmaterial eingeteilt wird. Das Kategoriensystem bildet dabei die wesentlichen Ziele der Analyse ab.²³² Für die Auswertung des Materials wurden insgesamt sieben Hauptkategorien gebildet, welche durch mehrere Subkategorien gegliedert und präzisiert wurden. Die einzelnen Kategorien wurden mithilfe einer Mischform aus induktivem und deduktivem Kodieren nach Mayring erstellt. Dabei werden die Kategorien einerseits induktiv entwickelt, das heißt, sie entstehen aus dem bestehenden Material heraus, das in diesem Fall in Form der transkribierten Leitfadeninterviews vorliegt.²³³ Andererseits werden die Kategorien anhand von schon vorher festgelegten und theoretisch begründeten Aspekten gebildet.²³⁴ Mayring schreibt dazu: „Der qualitative Analyseschritt besteht dabei darin, deduktiv gewonnene Kategorien zu Textstellen methodisch abgesichert zuzuordnen.“²³⁵

²³¹ Vgl. Mayring 2015, S. 68.

²³² Vgl. ebd., S. 51.

²³³ Vgl. Mayring 2000.

²³⁴ Vgl. ebd.

²³⁵ Ebd.

Als Orientierung während der Kategorienbildung wurde ein Kodierleitfaden entworfen, der die Hauptkategorien, die Subkategorien und jeweils eine Definition und ein Ankerbeispiel zu jeder Subkategorie enthält.²³⁶ Im Laufe der Zuordnung des Materials wurden die Kategorien überarbeitet, ergänzt oder zusammengefasst.²³⁷ Der ausführliche Kodierleitfaden ist in Anhang C.2 dieses E-Books einsehbar.

Hauptkategorien	Subkategorien				
Kategorie 1: Nutzungs-/ Nicht- nutzungsursachen und -motive von Tinder	1.1 Ziel/ Inten- tion der Nut- zung	1.2 Grund der Nichtnutzung	1.3 Vorteile/ Mehrwert von Tinder	1.5 Ergebnis der Nutzung	
Kategorie 2: Nutzungsverhalten auf Tinder	2.1 Nutzungssi- tuationen	2.2 Swipe-Ver- halten	2.3 Auswahlent- scheidungen	2.4 Chatverhal- ten	2.5 Nutzung der Funktionen
Kategorie 3: Dating über Tinder	3.1 Multioptiona- lität	3.2 Übergang zur Realität	3.3 Evaluation der Dates	3.4 Vergleich zu Offline Dating	
Kategorie 4: Selbstdarstellung beim Online-Dating	4.1 Eigene Selbstdarstel- lung und Selbstopti- mierung	4.2 Wahrneh- mung der Selbstdarstel- lung anderer Nutzer:innen	4.3 Orientierung an anderen Profilen		
Kategorie 5: Bewertung von Tinder als App	5.1 Algorithmus	5.2 Features	5.3 Bezahlmo- delle	5.4 Reflexion/ Ethik von Tinder	5.5 Vergleich zu anderen Da- ting Apps
Kategorie 6: Glück und Unglück	6.1 Persönliche Definition von Glück	6.2 Glücksmo- mente durch Tinder	6.3 Frustrmo- mente durch Tinder	6.4 Akzeptanz von Tinder- Beziehungen im Alltag	6.5 Einsamkeit / Gemeinsam- keit
Kategorie 7: Tinder(n) in Zeiten von Corona					

Tabelle 3: Übersicht der Kategorien (eigene Darstellung).

Insgesamt wurden sieben Hauptkategorien festgelegt. Hauptkategorie 1 enthält die Nutzungs- beziehungsweise Nichtnutzungsursachen und -motive der Proband:innen. In der Kategorie werden die Gründe gesammelt, warum die Proband:innen Tinder nutzen oder

²³⁶ Vgl. Mayring 2000.

²³⁷ Ebd.

auch nicht mehr nutzen. Die Subkategorien gehen näher auf die Ziele oder Intentionen bei der Tinder-Nutzung ein (Subkategorie 1.1), auf die Gründe der Nichtnutzung, also warum Tinder gelöscht oder pausiert wurde (Subkategorie 1.2) und Subkategorie 1.3 beinhaltet die Vorteile der Tinder-Nutzung aus Sicht der Proband:innen. Subkategorie 1.4 enthält Aussagen über das oder die Ergebnisse der Tinder-Nutzung.

Hauptkategorie 2 beschreibt das Nutzungsverhalten auf Tinder. Dies beinhaltet Aussagen über die Situationen, in denen Tinder genutzt wird (Subkategorie 2.1), Aussagen über das Swipe-Verhalten der Proband:innen (Subkategorie 2.2), die Auswahlentscheidungen im Sinne von Kriterien für (Nicht-)Likes (Subkategorie 2.3), das Chatverhalten (Subkategorie 2.4) und Aussagen über die Nutzung von speziellen Funktionen wie beispielsweise Superlikes (Subkategorie 2.5).

Mit der dritten Kategorie sollen die Aussagen über Dating mithilfe von Tinder kodiert werden. Diese Kategorie beinhaltet Subkategorien mit Aussagen zum Umgang mit Multioptionalität auf Tinder (Subkategorie 3.1), Aussagen über den Übergang von Tinder in die Realität, beispielsweise durch ein Treffen (Subkategorie 3.2), Evaluationen der Dates (Subkategorie 3.3) und Vergleiche in Bezug auf Offline Dating (Subkategorie 3.4).

Hauptkategorie 4 beschäftigt sich mit der Selbstdarstellung beim Onlinedating und wurde erstellt, um die Aussagen zur eigenen Wahrnehmung der Proband:innen während oder durch die Tinder-Nutzung zu codieren. Subkategorie 4.1 enthält deshalb Aussagen über die Darstellung auf dem eigenen Tinder-Profil und die eigene Selbstoptimierung in Bezug auf die Tinder-Nutzung. Subkategorie 4.2 beinhaltet Aussagen über die Darstellung und Profile anderer Nutzer und in Subkategorie 4.3 werden Aussagen über die Orientierung an anderen Profilen kodiert.

Die fünfte Hauptkategorie beinhaltet die Bewertungen der Proband:innen von Tinder als App. Dazu wurde die Subkategorie 5.1 für Aussagen zum Bewusstsein und Umgang der Proband:innen mit dem Algorithmus erstellt. Subkategorie 5.2 beinhaltet die Bewertungen einzelner Funktionen auf Tinder, Subkategorie 5.3 beschäftigt sich mit der Nutzung oder Nichtnutzung von Bezahlmodellen und in Subkategorie 5.4 werden Aussagen der Proband:innen zur Reflexion der Tinder-Nutzung mit ethischem Aspekt festgehalten. Subkategorie 5.5 beinhaltet Vergleiche zu anderen Dating Apps.

In Hauptkategorie 6 werden Zitate zum Thema Glück und Unglück gesammelt. Dazu wurde mit 6.1 eine Subkategorie für die persönlichen Definitionen von Glück erstellt. In Subkategorie 6.2 wurden Aussagen darüber gesammelt, wann die Proband:innen durch die Nutzung von Tinder positive Gefühle hatten. Entsprechend wurden in Subkategorie 6.3 Aussagen über negative Gefühle, also Frustmomente bei oder durch Tinder, gesammelt. Subkategorie 6.4 sammelt Aussagen über die Akzeptanz von Tinder-Beziehungen und (dem) Tinder(n) im Allgemeinen, während Subkategorie 6.5 den Einfluss von Tinder auf das Gefühl von Einsamkeit/ Gemeinsamkeit beeinflusst abbildet.

Hauptkategorie 7 beinhaltet Aussagen bezüglich der Covid-19-Pandemie. Sie enthält keine Subkategorien.

Zunächst wurden die Inhalte der transkribierten Tiefeninterviews den Kategorien in Form von Zitaten zugeordnet. Anschließend wurden die Zitate einer Subkategorie zunächst jeweils im Hinblick auf den:die einzelne:n Proband:in zusammengefasst und reduziert. Danach wurden die Aussagen aller Proband:innen zu einer Subkategorie generalisiert und reduziert. Anhand dieser Arbeit wurden die nachfolgenden Ergebnisse herausgearbeitet und dargestellt.

5. Ergebnisse

Im Folgenden werden die Ergebnisse der inhaltsanalytischen Auswertung anhand der oben beschriebenen Kategorien dargestellt.

5.1. Hauptkategorie 1: Ursachen und Motive der Nutzung

Die erste Hauptkategorie beinhaltet Aussagen darüber, warum die Proband:innen Tinder installiert haben und warum sie die Dating-App nutzen oder auch nicht mehr nutzen, welche Vorteile sie in der Nutzung sehen und was das Ergebnis der Nutzung ist. Für die Beantwortung der Forschungsfrage sind diese Aussagen relevant, weil sie die Grundbedürfnisse erfassen, die zur Nutzung der App beitragen. Ein möglicher Erfolg oder Misserfolg bei der Nutzung lässt sich anhand dieser Aussagen definieren. Dabei stellt sich die Frage: Haben die Proband:innen auf Tinder gefunden, wonach sie gesucht haben? Dies soll mithilfe der Kategorie 1 beantwortet werden.

Subkategorie 1.1: Ziel/ Intention der Nutzung

Die Subkategorie 1.1 erfasst ganz gezielt Aussagen über das Ziel oder die Intention(en) bei der Tinder-Nutzung. Sie klärt das Nutzungsmotiv der Proband:innen und steht im direkten Zusammenhang mit Subkategorie 1.2, die die Gründe für eine Nichtnutzung von Tinder beinhaltet.

Als Hauptgrund für die Nutzung von Tinder gaben die Hälfte der Probanden (P2, P3, P6) an, auf der Suche nach einer Beziehung zu sein. P2 sagt dazu:

„Ja schon, weil ich einen Freund finden wollte. Also, ich war schon eher auf Partnersuche ganz gezielt und nicht, weil ich wirklich an irgendwelchen Treffen Interesse hatte.“(P2)

Auch P6 sagt, die Suche nach einer Beziehung wäre seine Priorität gewesen. P3 gibt an, andere Ergebnisse als eine Beziehung nicht komplett auszuschließen, jedoch eine klare Vorstellung davon zu haben, was er eigentlich wolle:

„[Man guckt] einfach was halt kommt. [...] oberstes Ziel wäre natürlich schon irgendjemanden kennenzulernen, mit dem man Beziehungen eingehen könnte. Aber alles so dazwischen ist auch ok.“(P3)

Bei P6 wird außerdem deutlich, dass sich die Nutzungsmotive im Laufe der Zeit ändern können. Er sagt:

„[...] das waren so glaube ich die ersten Versuche mit Tinder. Da habe ich mir das nur zum Spaß mal heruntergeladen und habe geguckt, was sich so ergibt.“(P6)

Auch P4 sagt, dass sie sich zunächst aus Langeweile angemeldet habe:

„Die Lust, mich da anzumelden, kommt eigentlich immer in so Phasen, wo ich mich, krass gesagt, langweile (lacht). Wenn man irgendwie so ein bisschen Lust hat, mit anderen Leuten zu schreiben, oder eben neue Leute kennenzulernen.“(P4)

Bei ihr führe das dazu, dass sie die App auch nicht zu lange benutzt.:

„Und oft war es auch so ein bisschen so der Unterhaltungsfaktor, deswegen habe ich es auch nie lange ausgehalten.“(P4)

Im weiteren Gespräch erklärt P4 ihre Nutzungsmotive weiter und spricht auch über ihre Erwartungen bei der Tinder-Nutzung:

„Also ich bin tatsächlich kein Single, wo ein Problem mit Single-Sein hat. Klar wäre ein Partner schön, aber für mich ist das jetzt nicht schlimm andere in meiner Umgebung zu haben, die vergeben sind. [...] Deswegen, das hat mich noch nie dazu gebracht Tinder zu nutzen, weil ich eben da auch nicht erwarte, dass ich da meinen Partner treffe.“(P4)

Direkt im nächsten Satz widerspricht sie sich teilweise selbst, indem sie sagt:

„Also natürlich kann das passieren, ich glaube da auch dran. Ich kenn auch viele, die sich über eine Dating-App kennen gelernt haben [...] aber eigentlich ist es bei mir wirklich diese Langeweile und mal wieder die Lust sich mit einem Mann zu unterhalten und zu kommunizieren, [...]. Das hat ja schon auch etwas Aufregendes sich kennenzulernen, von sich zu erzählen [...].“(P4)

Alles andere als eine Beziehung – bspw. Freundschaft oder Sex-Dates – kämen für sie aber nicht in Frage (P4). Dies geht einher mit den Studienergebnissen von Krüger und Spilde sowie Ward, welche den spielerischen Umgang mit der App als Strategie interpretieren, um emotionale Distanz zu erzeugen, sowohl aufgrund der Verletzungsgefahr als auch des Stigmas der App.²³⁸ P5 scheint Tinder ebenfalls nicht allzu ernst zu nehmen, hat jedoch auch kein Beziehungsmotiv:

„Als erstes habe ich es quasi so ein bisschen aus Neugier gemacht und ja hauptsächlich zum Vögeln natürlich (lacht).“ (P5)

Außerdem habe sie „keine Erwartungen“ an Tinder:

„[...] ich habe ehrlich gesagt kein Ziel, wenn ich auf Tinder gehe, das ist dann immer so: ‚Ja mal gucken, was sich so ergibt‘ und ich bin mit allem ok was sich ergibt.“ (P5)

Dennoch sei sie offen für eine Beziehung. P5 hat außerdem auch schon Tinder genutzt, um in neuen Städten Kontakte zu knüpfen. Teilt man die Nutzungsmotive für Tinder grob in die drei Hauptkategorien Beziehung, Sex und Freundschaften ein, könnte man P5 damit als ‚offen für alles‘ bezeichnen.

Besonders auffällig in dieser Subkategorie sind die Aussagen von P1, die einen zusätzlichen Aspekt der Tinder-Nutzung hervorheben: Als sein Motiv für die Nutzung gibt er zum einen an, dass er single sei und zum anderen, dass es ihm primär darum gehe, „[...] spannende und interessante Leute kennenzulernen und [s]ich mit denen auszutauschen [...]“ (P1). Dabei betont er:

„Also gerade was ich ausschließe ist One-Night-Stands. Und sonst bin ich für alles offen. Bis vor so drei vier Wochen, da hatte ich noch so ein bisschen Liebeskummer, da hatte ich auch mal eine Beziehung abgeschlossen, aber die Option gibt es jetzt auch wieder (lacht).“ (P1)

Zusätzlich hebt er hervor, dass er Tinder beziehungsweise Dating-Apps im Allgemeinen aufgrund deren Effizienz nutze, was auch in Verbindung mit der großen Auswahl steht. Diese Aspekte werden in der Subkategorie 1.3 „Vorteile“ und Hauptkategorie 3 „Dating über Tinder“ näher betrachtet. Bei den Nutzungsmotiven steht nicht ausschließlich ein einziges Ziel – die klassische romantische Verpartnerung – im Vordergrund, sondern die individuellen Bedürfnisse der Proband:innen, der zwischenmenschliche soziale Kontakt und Austausch mit Gleichgesinnten und die körperliche Nähe im Sinne von sexuellen Beziehungen.

²³⁸ Vgl. Krüger und Spilde 2019, S. 16 und Ward 2017, S. 1649 und S. 1654.

Subkategorie 1.2: Grund der Nichtnutzung

Diese Subkategorie beinhaltet die Aussagen der Proband:innen darüber, warum sie Tinder nicht mehr nutzen oder in der Vergangenheit nicht mehr genutzt haben. An dieser Stelle soll erwähnt werden, dass alle Proband:innen bereits Tinder genutzt haben oder immer noch nutzen, aber zum Zeitpunkt des Interviews teilweise nicht mehr oder nicht mehr wirklich aktiv nutzten.

Alle Proband:innen bis auf P4 gaben an, Tinder nicht mehr zu nutzen, wenn sie eine Person näher kennengelernt haben. P3 sagt dazu:

„Also das war jemand mit dem man sich gut verstanden hat. Wir haben uns drei Monate gedatet. Also jetzt auch nicht eine Ewigkeit. Aber da war das schon so, [...] also das war schon auch so eine Zeit wo man dann gesagt hat: ‚Also Tinder brauchst du nicht mehr, guckst jetzt erstmal wie sich das entwickelt.‘“ (P3)

Und auch P5 sagt:

„Ähm (...) ja, weil ich halt jemanden getroffen hab, mit dem ich dann länger was hatte und dann habe ich das nicht mehr gebraucht.“ (P5)

P6 geht sogar so weit, dass er sagt:

„[...] für mich gehört das auch während einer Beziehung nicht dazu. Das [Tindern] wäre für mich eigentlich schon, puh (...) fast ein Betrug.“ (P6)

Ein weiterer wichtiger Grund für die Nichtnutzung von Tinder ist, bei allen Proband:innen außer P5, der Mangel an Motivation und Zeit, fehlendes Interesse oder auch die fehlende Unterhaltung und dadurch aufkommende Langeweile bei der Nutzung. Tinder wird demnach als „anstrengend“ (P1 und P2), „nervig“ (P1), „langweilig“ (P2) und „uninteressant“ (P2) empfunden. Dabei spielen offenbar die Lebenssituation und auch der Erfolg oder Misserfolg vom Tindern eine wesentliche Rolle. P4 sagt beispielsweise:

„Das ist wirklich eher dann doch so, dass viel meine aktuelle Lebenssituation [...] ausmacht. Also jetzt während Corona hatte man halt auch mehr Zeit. [...] Das hat sich jetzt mittlerweile geändert, deswegen hätte ich jetzt nicht mal mehr [...], diesen Punkt, dass ich sage: ‚Mir ist langweilig, ich melde mich da jetzt an.‘“ (P4)

P1 und auch P6 waren eher enttäuscht von dem Ergebnis der Tinder-Nutzung und entschieden sich deshalb, die App – zumindest teilweise – nicht mehr zu nutzen. P6 gab an, er „hatte gar keine Lust mehr auf die Dating-Plattform [...] irgendwie Zeit da zu investieren [...]“, weil er der Meinung war, die Chance, jemanden darüber zu finden seien „sehr sehr gering“ (P6). Außerdem sagt er:

„[...] oft stimmt es halt überhaupt nicht mit der Sympathie überein.“ (P6)

P1 wirkt in der Beschreibung seiner Tinder-Nutzung beziehungsweise Nichtnutzung radikaler. Er beschreibt seine Tinder-Nutzung selbst als „On-Off“. Als Grund dafür führt er an:

„Meistens bin ich dann genervt von den Apps irgendwann, weil ich mir denke: ‚Boah, ist ein bisschen anstrengend.‘ Und dann lösche ich sie wieder und das kann auch mal öfter vorkommen im Jahr.“ (P1)

Dieses Vorgehen hat den positiven Effekt, dass man wieder „viel, viel mehr Leuten“ (P1) angezeigt würde. P1 gibt an, er ziehe daraus seine Konsequenzen, entferne Tinder „kurz und schmerzlos meistens so für zwei, drei, vier, fünf Wochen“ werde am Ende aber „doch wieder schwach“ (P1) und lade sich die App dann wieder herunter. Aus dieser Aussage von P1 geht außerdem ein Stück weit der Suchtfaktor der App hervor. Im weiteren Gespräch wird er zu diesem Thema deutlicher und bezeichnet die Deinstallation der App als Entgiftung oder entgiftend:

„[...] es ist eher so ein Ding, dass ich mir denke: ‚So jetzt habe ich sie mal gar nicht und jetzt habe ich so ein paar Wochen detox.‘ So das Gefühl, dass du dann selbst entscheidest, wann du es wiederholst.“ (P1)

Aus den Aussagen in dieser Kategorie wird deutlich, dass Tinder obsolet wird, sobald das Ziel oder die Intention der Nutzung erreicht ist. Die Aussagen der Proband:innen zeigen außerdem, dass Tinder als Mittel zum Zweck genutzt wird und, sobald dieser Zweck erfüllt ist, als eher langweilig, nervig, anstrengend oder sogar giftig empfunden wird.

Subkategorie 1.3: Vorteile/ Mehrwert von Tinder

Neben den Nutzungsmotiven aus Subkategorie 1.1 wurden bestimmte Vorteile der App deutlich. Die genannten Aspekte kommen auch in anderen Kategorien zum Ausdruck, können aber, abgesehen vom Ziel beziehungsweise der anfänglichen Intention, ebenfalls als Gründe für die (anhaltende) Nutzung von Tinder gesehen werden und werden daher an dieser Stelle vorgestellt.

Fast alle Proband:innen (P1, P2, P3, P5, P6) nannten hier das einfachere Kennenlernen von Menschen über Tinder. Dabei spielen verschiedene Aspekte eine Rolle. So ist der Aufwand bei der Kontaktaufnahme geringer, denn es lassen sich mehr Personen in kürzerer Zeit kontaktieren. Dadurch ist Tinder effizienter, denn, so P1:

„[...] du musst keine zehn Leute ansprechen, du kannst den Aufwand von zehn Leuten ansprechen mit zehn Swipes in zehn Sekunden einfach durchführen.“ (P1)

Gleichzeitig ist dieser Prozess P1 zufolge gezielter und man findet mehr Leute, die zu einem passen und deren Typ man entspricht. So sei gerade dieses „Nischenmäßige“ auf Tinder viel besser, „weil du dann auch diese Leute kennlernst“ (P1). Auch für P3 und P5 erweitert Tinder die Möglichkeiten, jemanden kennenzulernen. Gerade in der Covid-19-Pandemie, aber auch im Berufsleben, oder Abseits des Studiums, wären diese gering (P3 und P5). P6 gibt an, er hätte ohne Tinder seine Freundin nicht kennengelernt:

„weil wir uns auch öffentlich nie hätten treffen können [...]. Und sie wäre eh nicht hier in der Gegend gewesen.“ (P6)

Aber auch in einer neuen Stadt sei Tinder eine gute Möglichkeit, neue Leute kennenzulernen, gaben P1, P2 und P5 an.

Bei der Kontaktaufnahme ist auch Schüchternheit ein zentrales Thema. So sei auf Tinder die Ablehnung durch einen Korb weniger schlimm als offline, so P1 und P2.

„Ein Korb ist auf Tinder so, dass dich jemand geliked hat und du es nie mitbekommst.“ (P1)

Das Kennenlernen von neuen Menschen ist nicht nur effizienter wegen der Auswahl, sondern auch leichter wegen der geringeren Hemmschwelle. P2 gibt an, sie wäre zu schüchtern gewesen „im Reallife“ (P2) und hätte ohne Tinder nicht ihren aktuellen Partner kennengelernt. P6 verbindet die Vorteile der größeren Auswahl mit dem Vorteil der geringeren Hemmschwelle:

„Ich bin eigentlich ein recht schüchterner Typ und das war für mich immer ganz gut über ein Gespräch, also über ein Schreibgespräch, sag ich mal, in Kontakt zu kommen und da halt auch schon auf mehrere Leute halt zuzugehen.“ (P6)

Ein weiterer Vorteil der App besteht laut P1 und P5 in dem abgesteckten Kommunikationsrahmen auf Tinder:

„[...] man weiß ja auch in so öffentlichen Räumen auch nicht, wer jetzt dafür offen ist jemanden kennenzulernen, egal in welcher Art und Weise und bei Tinder weiß man zumindest, ja, die wollen auf jeden Fall irgendjemanden kennenlernen (lacht).“ (P5)

„Du weißt im Grunde [...] jede Konversation ist ein Flirt.“ (P1)

Gerade für Personen, die im Face-to-Face-Kontakt Probleme mit dem Deuten und Senden von Signalen haben, ist das ein Vorteil.

Neben der Aufwandsparnis durch die erweiterten Möglichkeiten und die leichtere Kontaktaufnahme nennen P2 und P6 auch den Unterhaltungsfaktor als positiven Nebeneffekt und Grund für die Nutzung. Trotz Suchtpotential nutzt P2 die App auch wegen des Gaming-Effekts sowie aus Neugierde, um zu sehen, wer Tinder so nutzt:

„[...] ich fand es aber auch interessant aus Männersicht zu sehen, was für Frauen da sind, also wie die Profile von anderen Frauen aussehen einfach. Aber auf der anderen Seite hat mich natürlich auch interessiert, was für Männer gerade so single sind, sozusagen (lacht).“ (P2)

Der Gaming-Charakter scheint hier eine untergeordnete Rolle zu spielen, kommt aber auch in den anderen Kategorien immer wieder zur Sprache, mit Bezug auf Belohnungsgefühle, Spaß und Spannung, und kann somit als ein Vorzug von Tinder gesehen werden. Allerdings trifft dies nicht auf alle Proband:innen zu und wird näher in Subkategorie 5.3 ausgeführt. Die genannten Vorzüge der App bestehen vor allem im Vergleich zum Offline-Dating und werden daher in Subkategorie 3.5 näher betrachtet. Dabei spielen insbesondere die erweiterten Möglichkeiten sowie die einfachere Kontaktaufnahme eine Rolle. Die nachfolgende Subkategorie zeigt, inwiefern die Proband:innen Erfolg beim Kontakteknüpfen hatten.

Subkategorie 1.4: Ergebnis der Nutzung

Die Subkategorie zu den Ergebnissen der Nutzung soll zeigen, inwiefern die Tinder-Nutzung erfolgreich war und ob die Ziele erreicht wurden. Dabei haben fast alle Proband:innen (P1, P2, P3, P6) mindestens einmal eine feste Beziehung über Tinder gefunden. Bei P1 ergaben sich die letzten drei Beziehungen über die App sowie der Großteil seiner Dates, aber auch gute Freundschaften: „[s]o ein bisschen als Nebenprodukt des Ganzen“ (P1). Auch P3, P4 und P5 geben an, sie haben Freunde über Tinder kennengelernt, mit denen sie noch heute Kontakt hätten. P5 hatte kein Beziehungsmotiv und dementsprechend vor allem One-Night-Stands und Freundschaften gefunden:

„[so] hat das eigentlich immer ganz gut geklappt, dass man halt auch außerhalb eines Sex-Dates-Szenarios mal was unternommen hat.“ (P5)

P5 gab darüber hinaus an, dass sich in manchen Fällen allerdings auch (ungewollte) Beziehungen entwickelt hätten, die schmerzhaft für sie endeten. P2 und P6 gaben an, ihren aktuellen Partner beziehungsweise ihre Partnerin über Tinder kennengelernt zu haben. Somit haben alle Proband:innen zwischenmenschliche Kontakte über Tinder geknüpft – teilweise solche, die gesucht waren, teilweise auch andere.

Die Vorteile und Ergebnisse der Nutzung von Tinder zeigen, dass Tinder aus Sicht der Befragten positive Effekte haben kann. So haben die Proband:innen mit Hilfe der App neue Kontakte geknüpft und sogar feste Beziehungen darüber gefunden. Dies zeigt, dass

Tinder fähig ist, Menschen einander näherzubringen. Dabei betonen die Befragten immer wieder, dass sie ohne die App diese Kontakte nicht hätten knüpfen können. In den folgenden Kategorien sollen diese Erfahrungen kritisch hinterfragt werden, um genauer zu untersuchen, wie die App diesen Prozess beeinflusst und wie positiv dieser Einfluss tatsächlich ist. Ziel ist es, die Nutzung von Tinder ethisch zu reflektieren und tiefere Einflüsse auf das Glück beziehungsweise Unglück der Befragten zu erörtern.

5.2. Hauptkategorie 2: Nutzungsverhalten auf Tinder

Die zweite Hauptkategorie sammelt die Antworten der Proband:innen zur Nutzung von Tinder im Allgemeinen und spezifischer zum individuellen Nutzungsverhalten auf Tinder. Die Aussagen dazu sind für die Beantwortung der Forschungsfrage relevant, weil sie grundlegend zeigen, wie Tinder genutzt wird, welchen Stellenwert Tinder im Leben der Proband:innen einnimmt und auch wie sie sich bei der Nutzung fühlen.

Subkategorie 2.1: Nutzungssituationen

Aussagen über die Situationen, in denen Tinder genutzt wird, geben Aufschluss darüber, wie und wie oft die App verwendet wird, und zeigen damit, welchen Raum und welche Relevanz die App im Alltag der Befragten einnimmt. Diese Analyse ist wichtig, um das Nutzungsverhalten der Proband:innen grundlegend verstehen und nachvollziehen zu können.

Die Analyse und Auswertung der Antworten ergaben, dass Tinder von allen Proband:innen aus Langeweile oder „so als Zeitvertreib“ (P1) genutzt wird. Dabei wird Tinder bei den Proband:innen immer als Lückenfüller genutzt, die Nutzung findet zwischendurch, in „Leerlaufphasen“ (P3) oder „Pause[n]“ (P2) statt. P1 gibt außerdem an, Tinder als Teil seiner Handynutzung routinemäßig zu nutzen:

„[a]ber manchmal auch so aktiv einfach, wenn man einfach gerade sowieso alle Apps offen hatte und dann denkt: ‚Ok, dann schaue ich jetzt noch in die rein.‘“ (P1)

P2 und P5 geben an, dass sie Tinder phasenweise gezielt nutz(t)en, um Anschluss in einer anderen Stadt oder einem anderen Land zu finden. Für P6 war die Freischaltung neuer Like-Möglichkeiten für die Nutzung relevant:

„Also ich habe es meistens morgens benutzt und dann am späten Nachmittag oder gegen Abend. Weil dann wurde es ja wieder freigeschaltet, dass man wieder liken darf.“ (P6)

Die Aussagen lassen darauf schließen, dass Langeweile eine wesentliche Rolle für die Nutzung bei Tinder spielt und gleichzeitig möglicherweise eine Umschreibung für Einsamkeit oder Alleinsein ist – oder zumindest auf tiefere Sehnsüchte und Bedürfnisse der Proband:innen hindeutet.

Subkategorie 2.2: Swipe-Verhalten

Beim Swipe-Verhalten der Proband:innen wurde das gespaltene Verhältnis zu der Swipe-Funktion deutlich. Alle bis auf zwei Proband:innen (P5 und P6) erwähnten, dass Swipen eher als Nebensache oder als Mittel zum Zweck angesehen wird. Im Vordergrund steht für die Proband:innen in erster Linie das Nachrichtenschreiben, so P1:

„[...] also ich swipe ein bisschen, aber nicht so als Hauptzeitvertreib, sondern eher das Nachrichtenschreiben.“ (P1)

Auch Proband P2 sieht das ähnlich:

„Also, man muss ja erstmal swipen bevor man erstmal schreiben kann [...].“ (P2)

Dabei wird das Swipen von P1, P3 und P4 als „anstrengend“ beschrieben und auch zu viele Matches werden von P3 und P4 als anstrengend oder nervig beschrieben:

„[...] ich finde das auch irgendwie immer nervig, wenn du 20 Matches gleichzeitig hast und hängst irgendwie 90% vom Tag am Handy und weißt gar nicht mehr wem du was geschrieben hast.“ (P3)

Im Gespräch mit P1, P3, und P4 wird jedoch der Suchtfaktor des Swipens deutlich. P4 antwortet auf die Frage, ob sie das Gefühl hat, dass Swipen süchtig macht, mit:

„Voll. Ja. [...] Also ich habe oft auf Matches gar nicht richtig reagiert, also mich nicht mal darüber gefreut, sondern so: ‚Ah ok, ein Match und weiter geht es.‘ Also ja, kann man schon so ein bisschen als eine Sucht bezeichnen [...].“ (P4)

Als Begründung dafür beschreibt sie:

„[...] das ist halt auch das, [...] was ich am Anfang auch so unterhaltsam finde. Dieses Wischen.“ (P4)

Und auch P1 gibt an, Phasen zu haben, in denen er das Swipen als lustiges „Onlinespiel“ (P1) nutzt. Der Vorgang des Swipens oder auch Wischens läuft dann als fast automatisierter, unterbewusster Prozess ab. Das wird aus den Aussagen von P1 und P4 deutlich:

„[...] ich weiß auch nicht, da kommt man in so einen Modus. Finde ich immer so ein bisschen, dieses links rechts, links rechts [...]“ (P1)

Dabei zieht P1 den Vergleich zum „Windowshopping“ (P1), was er grundsätzlich ablehne, da es ihm nicht primär ums Swipen gehe. P4 sagt dazu:

„Also bei mir ist es auch oft, dass ich selber merke, dass ich so im Wegwischen-Modus drin bin (lacht). Dass mir schon oft einer durchgerutscht ist und ich gedacht habe: ‚Oh ich glaube, der war jetzt gar nicht so schlecht.‘ Aber so ja, das war so die Gewohnheit immer: ‚Ah, nächster, nächster.‘“ (P4)

An dieser Aussage wird deutlich, dass potenzielle Matches teilweise sogar ausversehen weggewischt werden. Dass das keine übergeordnete Rolle spielt, wird im weiteren Gesprächsverlauf mit P4 deutlich:

„Ich vergesse das. Ich habe da noch nie einem hinterher getrauert (lacht).“ (P4)

Diese Aussage lässt darauf hindeuten, dass potenzielle Matches oder auch die Personen an sich, an Wert verlieren. Die Automatisierung des Wegwischprozesses wird auch durch die Aussage von P4 noch einmal deutlich, in der sie zunächst überlegt, welche Bewegung ein Like ist und welche Bewegung ein Nicht-Like ist:

„Ich glaube links ist (...), links ist glaube ich weg (...), weil links ist die leichtere Bewegung. Die habe ich drin (lacht). Rechts ist das Like, ja doch ich bin mir sicher.“ (P4)

Gleichzeitig lassen sich zwischen den einzelnen Probanden starke Unterschiede in der Anzahl der erhaltenen Likes oder Matches feststellen. So gibt P6 beispielsweise an:

„letztes Jahr [...] insgesamt nur neun oder zehn Matches, also nicht viel [...]“ (P6)

P2 hingegen gibt an, so viele Matches gehabt zu haben, dass sie sie nicht mehr gezählt habe:

„[...] [I]ch kann das nicht in einer Nummer sagen aber ich weiß noch, dass oben irgendwann stand, 99+ bei diesen Matches da oben.“ (P2)

Auch P4 schätzt ihre Matches als „schon viele“ (P4) ein, wohingegen P3 glaubt,

„dass [er] verhältnismäßig zu anderen Leuten relativ wenige Matches haft] und von diesen wenigen Matches würde [er] auch noch sagen, dass es, (...) bei relativ wenigen zu einer gescheiten Konversation kommt.“ (P3)

Anhand dieser Aussagen wird ein Unterschied zwischen den männlichen und weiblichen Tinder-Nutzer:innen deutlich. Während es sich bei P3 und P6 um männliche Tindernutzer handelt, sind P4 und P2 weiblich. Abgesehen von diesem Aspekt ist die Anzahl der Matches auch abhängig von den Auswahlentscheidungen. P3 vergleicht sein eigenes Swipe- beziehungsweise Auswahlverhalten mit dem von Anderen. Er sagt:

„[...] ich kenne auch das Swipeverhalten von anderen Leuten. (...) Und viele sind da sehr anspruchslos sage ich mal. Die liken halt einfach alles was geht, bis keine Likes mehr verfügbar sind.“(P3)

Er begründet seine geringe Anzahl an Matches mit seiner eigenen, wählerischen Auswahl. Auch P5 sieht das ähnlich:

„[...] weiß nicht, so auf 50 Swipes nach links, swipe ich einmal nach rechts gefühlt. Und wenn ich Matches sammeln will, dann wäre ich glaub ich auch nicht so picky.“(P3)

Diese Subkategorie zeigt, dass das Swipen auf Tinder nicht im Vordergrund der Nutzung steht, sondern die Proband:innen mehr Wert auf das Chatten legen. Swipen scheint ein automatisierter Prozess mit einem kurzweiligen Unterhaltungsfaktor zu sein, dem wenig Bedeutung beigemessen wird. Während Phasen des automatisierten Swipens kommt aber auch den Matches eine geringere Bedeutung zu, wie die Aussagen von P4 zeigen. Das Chatten rückt daher erst nach Kontaktaufnahme in den Fokus. Die nächste Kategorie wirft einen genaueren Blick auf das Auswahlverhalten der Proband:innen.

Subkategorie 2.3: Auswahlentscheidungen

Diese Subkategorie geht noch näher auf das Nutzungsverhalten der Proband:innen ein und untersucht, unter welchen Bedingungen die Proband:innen andere Nutzer mit einem Like oder einem Nicht-Like bewerten. Die Aussagen verdeutlichen damit auch, von welchen Kriterien ein mögliches Match auf Seiten der Proband:innen abhängt.

Im Zuge der Auswertung der Interviews wurde deutlich, dass bei der Bewertung von Tinder-Profilen – sowohl des eigenen, als auch von anderen Nutzer:innen – der Begriff der Authentizität für die Proband:innen von zentraler Bedeutung ist. Dieser bedarf einer kurzen Definition und Einordnung in den Kontext des Online-Datings. Der Begriff Authentizität kommt ursprünglich aus dem Griechischen und bedeutet so viel wie Glaubwürdigkeit.²³⁹ Der Duden schreibt dem Begriff u.a. die Synonyme „Echtheit“, „Verlässlichkeit“, „Zuverlässigkeit“ und „Wahrheit“ zu.²⁴⁰ Laut Niermann et al. sei ein Mensch au-

²³⁹ Vgl. Stockebrand und Spiller 2008, S. 149.

²⁴⁰ Duden o.J.

thentisch, wenn sich dieser seinen inneren Motivationen, Werten, Gedanken und Gefühlen bewusst ist und diese in seinem ganzen Auftreten nach Außen genau so offen, natürlich und ehrlich spiegelt.²⁴¹ Auf Dating-Apps wie Tinder treten sich die Nutzer:innen in der Regel anonym gegenüber, wodurch ihnen die Einschätzung der Authentizität ihres Gegenübers erschwert wird. Laut Schmitz ist beim Online-Dating kaum auf Anbieb ersichtlich, ob sich die Nutzer:innen in ihren Profilen völlig authentisch und ehrlich darstellen, kleinere Beschönigungen vorgenommen haben oder es sich sogar um eine umfangreiche Täuschung handelt.²⁴² Neben der eigenen authentischen Darstellung ist es daher außerdem wichtig, auch die Authentizität der anderen Profile zu bewerten.²⁴³

Vier der sechs Proband:innen erwähnten bei der Frage nach ihren Auswahlkriterien die Bilder der anderen Nutzer:innen (P1, P2, P4, P6). Demnach ist es „die Ästhetik der Bilder“ (P1) oder „Bilder [...], die (...) Leute auch (...) ja, so in verschiedenen Alltagssituationen gezeigt haben, also jetzt nicht so künstlich gestellte Bilder. Und auch sympathische Bilder [...]“ (P6), die für die Probanden P1 und P6 relevant sind. P2, P4 und P5 legen Wert auf den „Gesamteindruck“ (P2) des Profils. Neben der Authentizität der Bilder spielt auch eine ansprechende Beschreibung eine Rolle. P5 sagt dazu:

„[...] also, wenn es wirklich eine Bombe ist und in mein Beuteschema passt vom Aussehen her, dann swipe ich schon nach rechts, aber meistens, auch wenn die Person gut aussieht, schaue ich in die Beschreibung und schaue, ob wir irgendwelche Gemeinsamkeiten haben. Und wenn keine Gemeinsamkeiten vorhanden sind und ich irgendwie das Gefühl habe, mit dem kann ich nichts anfangen, dann kick ich den halt.“ (P5)

Diese Aussage zeigt, dass die Bilder als übergeordneter Filter für eine erste Entscheidung genutzt werden und anschließend die Profilbeschreibung der anderen Nutzer:innen relevant für eine endgültige Entscheidung ist. Dabei achten die Proband:innen auf unterschiedliche Dinge im Infotext. Für P6 sei es wichtig, dass die Profilbeschreibung „kurz, prägnant [...] und ja, sympathisch“ (P6) wirke, viele Emojis und Rechtschreibfehler seien für ihn K.O.-Kriterien. P1 und P2 achten dabei eher auf Humor in der Beschreibung und „dass der Text nicht weird und nicht seltsam ist.“ (P2)

P4 gibt außerdem Folgendes an:

„[...] in erster Linie zählt natürlich das Optische also, so funktioniert das ja auch. Aber so ist es in der Realität ja auch. Also, wenn mich ein Kerl anspricht, entweder gefällt er mir oder nicht [...]“ (P4)

²⁴¹ Vgl. Niermann et al. 2016, S. 43–44.

²⁴² Vgl. Schmitz 2014, S. 115.

²⁴³ Vgl. ebd.

Hier zieht sie bereits einen direkten Vergleich zum Kennenlernen von Personen im realen Leben (offline), das in Subkategorie 3.5 näher beschrieben wird. Ein Gegenargument zu der Aussage von P4 führt P1 an. Er sagt, dass Tinder vor allem durch die Bezahlversion Tinder Gold weniger oberflächlich sein könne:

„[...] allein schon durch die Tatsache, dass ich weiß, dass sie mich gut findet [bei Tinder Gold], bin ich viel eher gewillt, die Person auch zu liken [...], ihr eine Chance zu geben. Was dann wiederum, das klingt jetzt ein bisschen absurd, aber was es viel weniger oberflächlich macht am Ende. Weil ich mir denke: ‚Vielleicht ist die Person ja trotzdem cool.‘ Und wenn sie mich mag, ich weiß nicht, ob das so ein Ego push ist oder einfach nur so eine Sache, dass du denkst, so: ‚Wenn du mich irgendwie süß findest, dann gebe ich dir die Chance.‘“ (P1)

Die Kategorie macht deutlich, dass jeder:r Proband:in unterschiedliche Ansprüche und Kriterien an andere Tinder-Nutzer:innen stellt. Trotzdem zeigt sich, dass vor allem ein paar wichtige Faktoren wie authentische, sympathische Bilder, und ein kleiner Infotext im Vordergrund für Auswahlentscheidungen stehen und dazu beitragen können, auf Tinder besser anzukommen.

Subkategorie 2.4: Chatverhalten

Während in der Hauptkategorie 2 bisher das Verhalten der Proband:innen vor einer Kontaktaufnahme mit anderen Nutzer:innen auf Tinder im Vordergrund stand, betrachtet die Subkategorie 2.4 nun die ersten Kontaktierungsansätze im Hinblick auf das Chatverhalten der Proband:innen. Für die Beantwortung der Forschungsfrage ist diese Kategorie relevant, da hier ein erster zwischenmenschlicher Kontakt entsteht und der Chat auf Tinder die erste Kommunikationsebene zwischen den Proband:innen und den anderen Nutzer:innen darstellt.

Auffällig ist, dass alle Proband:innen aussagen, dass in der Regel die Männer häufiger die Frauen anschreiben würden. Das äußert sich darin, dass die männlichen Probanden auf die Frage, wie viele ihrer Matches sie anschreiben, mit einer hohen Prozentzahl antworteten, während die weiblichen Probandinnen eine vergleichsweise niedrigere Prozentzahl nannten. P4 geht sogar so weit, dass sie sagt:

„[...] ich glaube ich habe nie jemanden angeschrieben von mir aus. [N]icht weil ich so denke: ‚Das müssen Männer machen‘, sondern weil es mich einfach nicht genug gereizt hat. Aber wenn mich jemand angeschrieben hat, dann habe ich eigentlich auch immer dann geantwortet [...].“ (P4)

Laut P1 spielt bei den Unterschieden, wer wen anschreibe, die Reihenfolge der Likevergabe eine wesentliche Rolle:

„[...] wenn ich die Person like, nachdem sie mich geliked haben, dann ist die Wahrscheinlichkeit, dass sie schreiben, viel niedriger. Wenn allerdings ich die Likes erst verteile, dann ist es viel höher.“(P1)

Ob eine Konversation zustande kommt, ist zudem vom „Konversationsstarter“ (P1) abhängig, also der ersten Nachricht, mit der die Unterhaltung begonnen wird beziehungsweise der Chat eröffnet wird. P1 sagt dazu:

„Es gibt halt Sprüche, da hat man einen besseren Effekt, manchmal nicht. Also mit einem ‚Hi‘ und einem Smiley ist es manchmal schwer.“(P1)

P4 gibt an, sie habe schon davon gehört, dass manche Frauen sogar in ihrer Beschreibung darauf verweisen, dass sie nicht nur mit „Hey wie geht's?“ angeschrieben werden wollen, „weil das so einfallslos ist“ (P4), sie sehe das für sich persönlich hingegen anders:

„Das sind aber die, die mich eher ansprechen. Weil die, die so einen übertriebenen Text schreiben, oder sowas völlig Ausgefallenes, finde ich manchmal ein bisschen weird (lacht) [...]“(P4)

Der gleichen Ansicht ist auch P5. Sie meint:

„[...] es muss ja nicht irgendwas total Verrücktes, Ausgefallenes sein, aber mehr wie so ein ‚Hey‘ oder so und dann schreib ich auch zurück.“(P5)

Für P3 ist der Verlauf der Unterhaltung ein wesentlicher Filter-Faktor, ob sich aus dem Match mehr entwickelt, oder nicht:

„[...] bei relativ vielen merkst du halt schnell, dass sie entweder 20 andere Matches haben, wo sie nicht wissen, mit wem sie irgendwie schreiben soll und dir nur sehr einsilbig antworten und man quasi einen Monolog führt. [...] Das beende ich im Normalfall dann eigentlich auch relativ schnell.“(P3)

Auch für P4 und P6 hängt eine Weiterentwicklung oder ein Fortführen des Kennenlernens von der Chatqualität ab. Während P1, P2 und P5 eher eine kurze Unterhaltung und ein schnelleres Treffen bevorzugen, wechseln P4 und P6 zum Chatten auf andere Plattformen als Tinder und führen längere Unterhaltungen. Jedoch sagen P1, P2 und P3 aus, dass richtig gute Unterhaltungen im Verhältnis zu der Anzahl der Matches eher selten sind.

5.3. Hauptkategorie 3: Dating über Tinder

Das Dating über Tinder ist im Hinblick auf die Forschungsfrage besonders spannend, da sie den Weg vom Match bis zum ersten Date und darüber hinaus abdeckt. Die Pro-

band:innen wurden explizit gefragt, wie sie mit der großen Auswahl auf Tinder umgehen, wie es zu einem ersten Treffen kommt und wie diese Dates anschließend verlaufen sind. Außerdem sollten sie überlegen, inwiefern sich das Dating über Tinder vom Offline-Dating unterscheidet.

Subkategorie 3.1: Multioptionalität

Ein wichtiges Merkmal und Nutzungsversprechen von Tinder ist die große Auswahl an Menschen, die man darüber kennenlernen kann. Daher ist die Frage, wie die Proband:innen diese Multioptionalität bewerten und welchen Einfluss sie auf ihr eigenes Verhalten beim Matchen, Chatten und Daten hat, für die Forschung sehr spannend.

Bis auf P3 geben alle Proband:innen an, sie finden die Multioptionalität auf Tinder grundsätzlich gut, jedoch haben alle Befragten Bedenken geäußert. Für zwei der Proband:innen (P6, P2) sei es gerade die große Auswahl an Menschen, die Tinder so interessant und unterhaltsam mache. Zwei andere (P1, P5) finden es gut, dass dadurch Zurückweisungen, wie „wenn dich mal jemand ghosted oder dir nicht mehr schreibt oder du halt merkst, die hat jetzt kein Interesse“ (P1) als weniger schmerzhaft empfunden werden, da man dank der großen Auswahl auf Tinder schnell jemand Neues kennenlernen könne.

Genau in diesem Punkt sehen einige der Proband:innen aber auch ein großes Problem. Denn dadurch, dass man theoretisch eine beinahe unendliche Anzahl von Menschen als „Backup“ (P1) hat, verlören, den Aussagen von P1 und P3 nach, einzelne Matches und Chat-Gespräche an Bedeutung. Das persönliche Involvement sinke, so P3 und P4, man gebe sich weniger Mühe und die Individualität der Menschen ginge verloren.

Zwei der Proband:innen (P3, P5) geben außerdem an, das Gefühl zu haben, dass die große Auswahl auf Tinder dazu führe, dass sich die Nutzer:innen nicht mehr zufrieden geben könnten und ständig auf der Suche nach etwas Besserem wären:

„[...] ich kenne halt tatsächlich Leute, die halt sagen: ‚Warum soll ich eine feste Beziehung eingehen, wenn ich innerhalb von fünf Swipes jemanden finden kann, der besser ist, als der Letzte?‘“ (P3)

Als besonders negativ empfinden es einige der Proband:innen, dass sie sich ständig im Klaren darüber sein müssen, dass auch ihr Gegenüber die gleiche große Auswahl zur Verfügung hat. Man müsse demnach ständig damit rechnen, dass man beim Swipen, Chatten und auch beim Daten noch Konkurrenz hat (P1, P4, P5). Laut P4 löse diese Erkenntnis ein sehr unangenehmes Gefühl aus,

„weil ich, ja ich, selber ja auch eine von Vielen bin, so wie die Jungs halt auch einer von Vielen ist quasi.“ (P4)

Bei der Frage, inwiefern die große Auswahl zur Effizienz von Tinder beiträgt, sind die Proband:innen geteilter Meinung. Laut P1 trage die Multioptionalität zur Effizienz bei, da man mehr Menschen in kürzerer Zeit kennenlernen könne. Dem widerspricht P4 allerdings, da sie der Ansicht ist, dass durch mehr Matches nicht automatisch auch mehr Gespräche entstünden. Für P2 hat die Partnersuche – offline wie online – ohnehin weniger mit Effizienz, als vielmehr mit Schicksal zu tun.

Umstritten ist auch, ob die große Auswahl auf Tinder dazu führt, dass man mehr oder weniger wählerisch ist. P2 ist der Meinung, dass man grundsätzlich eher offener und weniger kritisch sei, weil man den Leuten auch erst einmal ein Like geben, und danach, zum Beispiel beim Chatten, herausfinden könne, ob es passt oder nicht. Im Gegenteil dazu laden die vielen Optionen laut P4 erst recht dazu ein, wählerischer zu sein, da man ja umso mehr sortieren müsse. P1 ist in der Hinsicht zwiegespalten, da

„man persönlich mehr Auswahl hat und auch ein bisschen, ja ich will nicht sagen, wählerischer sein kann, du kannst aber, das Gegenteil eigentlich. Du kannst relativ viele Leute liken und dann mal schauen, wie es passt.“ (P1)

Insgesamt decken sich die Aussagen in großen Teilen mit den Erkenntnissen aus dem bisherigen Forschungsstand. So wird die Multioptionalität von den meisten Proband:innen grundsätzlich positiv wahrgenommen, wobei niemand der Befragten sie gänzlich unbedenklich findet. Die emotionale Distanz, die Krüger und Spilde bei Tinder-Nutzer:innen beobachtet haben, nehmen die Proband:innen hier eher als Vorteil wahr, da sie so Zurückweisungen als weniger schmerzhaft empfinden.²⁴⁴ Auch bei der angesprochenen ewigen Suche nach etwas Besserem entsprechen die Erfahrungen der Proband:innen hier den Erkenntnissen von Krüger und Spilde sowie Illouz.²⁴⁵ Sie vermuten ebenfalls, dass durch die Multioptionalität in Kombination mit dem limitierten Zugang zur Datenbasis das Verlangen, immer weiter swipen zu wollen, entstehen kann.²⁴⁶ Bei der Frage nach der Effizienz von Tinder sind sich die Befragten nicht so einig, wie es der bisherige Forschungsstand vermuten ließ.²⁴⁷ Bei P1 zeigt sich hier aber sehr deutlich die von Illouz angesprochene ökonomische Herangehensweise an das Dating.²⁴⁸

Subkategorie 3.2: Übergang zur Realität

Der Grundgedanke von Tinder ist, neue Leute nicht nur zu matchen, sondern sie auch kennenzulernen. Die Erfahrungen der Proband:innen sollen Aufschluss darüber geben,

²⁴⁴ Vgl. Krüger und Spilde 2019, S. 16.

²⁴⁵ Vgl. Krüger und Spilde 2019; Illouz 2012.

²⁴⁶ Vgl. Krüger und Spilde 2019, S.15; Illouz 2012, S. 91.

²⁴⁷ Vgl. van Hoof 2020, S. 121.

²⁴⁸ Vgl. Illouz 2007; Illouz 2012.

wie der Weg bis zum ersten Treffen aussehen könnte und welche Herausforderungen dieser mit sich bringen kann.

Fast alle Proband:innen räumen ein, dass sie sich nur mit einem Bruchteil ihrer Matches tatsächlich treffen (P1–P5). Vor dem ersten Date chatten alle Befragten zunächst mit den Personen, einige wechseln dabei von Tinder auf ein anderes Medium, wie WhatsApp. Dabei zeigt sich, dass umstritten ist, wie viel und wie lange man am besten miteinander schreiben sollte. Drei der Proband:innen (P1, P4, P6) chatten gerne viel vor dem ersten Date. P1 und P4 sind der Meinung, dass so möglichen Enttäuschungen beim ersten Offline-Kennenlernen entgegengewirkt werden könne. P1 gibt dabei an, einen sehr intensiven Kontakt über einen relativ kurzen Zeitraum zu bevorzugen. P4 hingegen gibt an, gerne bis zu zwei Monate lang mit ihrem potenziellen Date-Partner zu chatten, weil sie im Schreiben an sich durchaus einen Reiz sehe und es einfach genieße, sich mit jemandem auf diese Weise zu unterhalten. Für P6 ergibt sich aus einem längeren Chat-Kontakt noch ein ganz anderer Vorteil:

„Also, es ist einfacher-, für mich ist es einfacher, dann auf die Person darauf zuzugehen, wenn man davor schon mal geschrieben hat. (...) Also da, da, ich glaub die Hemmschwelle ist dann nicht mehr so, so hoch, wenn ich erst mit jemandem geschrieben hab und mich dann getroffen hab. Dann war ich auch selber nicht mehr so aufgeregt.“ (P6)

Im Gegensatz dazu bringen die anderen drei Proband:innen (P2, P3, P5) das Chatten als Zwischenstation auf dem Weg zum ersten Date gerne schnell hinter sich. P2 und P3 sehen gerade im langen Chatten die Gefahr, dann man sich selbst zu hohe Erwartungen mache und dann beim ersten Treffen möglicherweise enttäuscht werde. P5 befürchtet außerdem, dass man dadurch beim Kennenlernen schließlich keinen Gesprächsstoff mehr haben könnte, falls es überhaupt zu einem Treffen kommt:

„[...] dieses hin und her Geschreibe führt ja auch voll oft dazu, dass einer nicht mehr antwortet und so und dann ist da die Chance auf ein Treffen noch geringer.“ (P5)

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass nur aus sehr wenigen Matches tatsächlich ein Treffen entsteht. Zwischen Match und Date steht für alle Proband:innen das Chatten an. Dabei haben sie sehr unterschiedliche Strategien, die von kurzem Smalltalk bis hin zu intensiven Gesprächen über Monate hinweg reichen. Demnach wählen nicht alle der Befragten den im Forschungsstand beschriebenen Prozess des Herantastens. Trotz der unterschiedlichen Ansätze haben sie oft das gleiche Ziel: die Erwartungen anzupassen, um Enttäuschungen beim ersten Treffen zu vermeiden. Teilweise dient das Chatten aber

auch dazu, eigene Unsicherheiten abzubauen, was sich mit den Erkenntnissen von Ward deckt.²⁴⁹

Subkategorie 3.3: Evaluation der Dates

Im Hinblick auf die Forschungsfrage ist es nicht nur interessant, ob es zu einem ersten Date kommt, sondern auch, wie dieses verläuft und was im Anschluss daraus wird. Die Proband:innen wurden daher nach ihrem ersten Eindruck von der anderen Person bei Tinder-Dates gefragt und danach, wie sie diese Treffen bewerten würden.

Nur zwei der Proband:innen (P1, P5) geben an, dass sie beim ersten Kennenlernen von ihrem Gegenüber bisher meist nicht enttäuscht waren, P1 hätte aber schon öfter von Freunden davon gehört. P2, P4 und P6 wurden schon einmal beim ersten Date davon überrascht, dass die Person anders war, als erwartet. Leichte optische Abweichungen von den Tinder-Bildern wurden dabei als weniger schlimm bewertet; für P6 habe es sogar gar keine Rolle gespielt,

„weil wir hatten einen schönen Abend und haben uns gut und lang unterhalten und dann war mir das eigentlich danach total egal wieder.“(P6)

Ein optisches Ausschlusskriterium sei für P2 allerdings, wenn der Date-Partner kleiner ist, als erwartet. Kritischer als mit der Bewertung des Äußeren gehen die Proband:innen damit um, wenn der Charakter nicht ihren Vorstellungen entspricht. So erlebte P4 trotz langem Chat-Kontakt im Vorfeld ein „ganz schlimmes Date“ (P4). Und P6 musste während des Treffens feststellen „Oh nein, wir sind gar nicht auf der Wellenlänge“ (P6), woraufhin er beschloss, seine Auswahlentscheidungen weniger optisch orientiert zu treffen.

Alle Proband:innen haben sehr unterschiedliche Date-Erfahrungen gemacht – für P5 nahmen die meisten Treffen jedoch den gleichen Ausgang:

„Es gab auch Dates, wo die Chemie nicht wirklich gestimmt hat, aber wir hatten dann trotzdem Sex, aber das war dann auch von beiden Seiten auch so: ‚Ok, das war es.‘ Also einmal, das war (...) genug (lacht).“ (P5)

Darüber hinaus führten zwei ihrer Dates, so P5, zu nicht-intendierten Beziehungen, wobei diese letztendlich nicht gut für sie ausgingen. P3 musste die Erfahrung machen, dass auf die wenigsten ersten Dates ein Zweites folgt, weshalb bei ihm bisher auch noch nicht mehr daraus geworden sei.

²⁴⁹ Vgl. Ward 2016, S. 88–89.

Drei der Proband:innen (P1, P4, P5) gaben an, sie stellten bei manchen Dates fest, dass sie sich mit ihren Gegenübern doch eher auf freundschaftlicher Basis verstehen, nahmen dies aber weniger als Enttäuschung, als vielmehr etwas Positives wahr:

„Und bei mir ist es zumindest so, dass ich auch öfter mal – oder wenn ich Leute treffe und man halt merkt, dass es eher freundschaftlich ist, dass es dann halt eher so ist und das dann auch ganz cool sein kann.“ (P1)

Fast alle der Proband:innen haben demnach schon einmal eine Enttäuschung beim ersten Date erlebt. Dabei waren leichte optische Abweichungen von den Tinder-Bildern meist deutlich weniger kritisch als Unstimmigkeiten beim Charakter. Wie im Forschungsstand beschrieben, hängt der Ausgang eines Dates maßgeblich von den Intentionen der Person ab.²⁵⁰ So zeigt sich zum Beispiel, dass P5 auch bei Treffen mit Personen, die nicht ihren Vorstellungen entsprochen haben, letztendlich meist auf ihre Kosten gekommen ist. Interessant ist auch, dass bei einigen der Proband:innen bei manchen Treffen ganz andere zwischenmenschliche Beziehungen entstanden sind, als intendiert: ungewollte feste Partnerschaften oder ungeplante Freundschaften.

Subkategorie 3.4: Vergleich zu Offline-Dating

Um herauszufinden, inwieweit Tinder zur Glücksfindung beitragen kann, muss zunächst das Dating über Tinder vom herkömmlichen Offline-Dating abgegrenzt werden.

P1 stellt fest, dass der Unterschied einzig und allein darin liege, „wie so eine Konversation startet und [du] jemanden anflirtest“ (P1) – danach verlaufe das Kennenlernen seiner Meinung nach genauso wie beim Offline-Dating. Tatsächlich sehen auch die restlichen Proband:innen die Vorteile von Tinder in der Kontaktaufnahme. Bis auf P1 und P4 geben alle Befragten an, dass sie offline deutlich weniger, oder sogar gar keine Menschen ansprechen würden, wobei P4 angibt, auch auf Tinder grundsätzlich nicht den ersten Schritt zu machen.

Wie schon in der Subkategorie 1.3 Vorteile angesprochen wurde, agieren laut zwei Befragten im Vergleich zum Offline-Dating also dem „wahren Leben“ (P6) alle Beteiligten in einem klar definierten Raum mit vorgegebenen Funktionen, die die Vorgehensweise vereinheitlichen (P1, P5). P1 fasst das wie folgt zusammen:

„[...] du weißt, dass die Menschen, die du dort [auf Tinder] siehst, theoretisch ein Interesse haben, jemanden kennenzulernen und theoretisch mit dir kommunizieren, wenn du sie ankommunizierst. [...] Und im realen Leben musst du erstmal die richtige Situation finden, um die Person anzusprechen und dann müssen noch die ganzen anderen Faktoren stimmen, wie,

²⁵⁰ Vgl. Timmermans und Courtois 2017, S. 66–67.

dass die Person eben Single sein muss, dass die Person Interesse zeigen muss, dass du sie anflirten musst, dass du im Grunde auch emotionale Intelligenz brauchst [...].“ (P1)

Laut P1 und P5 bleibt den Tinder-Nutzer:innen so oft eine gewisse Unsicherheit darüber erspart, ob und wie man eine Person ansprechen kann. Außerdem kommt auch hier wieder die emotionale Distanz ins Spiel. Wie bereits in der Subkategorie 1.3 „Vorteile“ und 3.1 „Multioptionalität“ beschrieben, werden Zurückweisungen über Tinder weniger schmerzhaft empfunden, als beim Offline-Dating – vor allem, da man bei Tinder oft gar nicht realisiert, dass man vom Gegenüber nicht zurück-geliked wurde. Dadurch ist laut den Proband:innen die Hemmschwelle, jemandem Interesse zu signalisieren, deutlich niedriger (P1, P2).

Für P1 ist hier wieder die Effizienz entscheidend. Da ein Like auf Tinder schneller vergeben ist, als jemanden offline anzusprechen, sei die Kontaktaufnahme über Tinder seiner Meinung nach deutlich weniger zeitintensiv.

Im Gegensatz zu den Vorteilen beim ersten Kontakt, scheint das weitere Kennenlernen für die Proband:innen über Tinder schwieriger zu sein als offline. Denn bis auf P1 geben alle Befragten an, dass man beim Offline-Dating viel eher merke, ob man zusammenpasst. Laut P3 finde über Tinder lediglich ein „Scheinkennenlernen“ (P3) statt. Lerne man hingegen „die Person offline unter vier Augen [kennen] [...] kannst du dir halt schon direkt ein Bild über die Person machen und einen guten Ersteindruck“ (P3). Auch einigen der anderen Proband:innen fehlen beim Kennenlernen über Tinder zur richtigen Einschätzung einer Person entscheidende Kriterien wie die Ausstrahlung, die Stimme oder die Artikulationsfähigkeit (P4, P5, P6).

Dass Tinder einen Einfluss auf das Offline-Dating haben könnte, glauben die Proband:innen eher nicht. Denn zum einen diene die Dating-App laut P2 eher als Ergänzung, da man die meisten Menschen von Tinder offline gar nicht getroffen hätte. Zum anderen ist P4 der Meinung, dass die meisten Leute ihren Partner nach wie vor lieber offline kennenlernen würden.

Wie von Palmer beschrieben unterscheidet sich bei Tinder vor allem der Anfangsprozess vom Offline-Dating.²⁵¹ Besonders die Kontaktaufnahme beschreiben die Proband:innen über die Dating-App als wesentlich einfacher, risikoärmer und weniger zeitintensiv als dies offline der Fall wäre. Hier kommt zum Teil auch wieder der Effizienz-Gedanke von van Hooff wieder auf.²⁵² Einige schließen das Ansprechen einer Person außerhalb von Tinder sogar kategorisch aus. Das weitere Kennenlernen scheint den Proband:innen jedoch deutlich schwieriger und fragiler als beim Offline-Dating. Damit ergibt sich ein

²⁵¹ Vgl. Palmer 2020, S. 147.

²⁵² Vgl. van Hooff 2020, S. 120–121.

Paradoxon: Zum einen würde ohne Tinder teilweise keine Kontaktaufnahme stattfinden, zum anderen ist der Charakter der Dating-App beim weiteren Kennenlernen oft hinderlich.

5.4. Hauptkategorie 4: Selbstdarstellung beim Online Dating

In der folgenden Ergebnisdarstellung der vierten Hauptkategorie wird auf die Selbstdarstellung, speziell im Sinne des Tinder-Dating-Profiles der Proband:innen eingegangen. Dabei wird mit Blick auf das Forschungsinteresse zunächst analysiert, wie sich die Proband:innen laut ihren eigenen Aussagen auf Tinder präsentieren und ob die Orientierung an anderen Tinder-Profilen dabei eine Rolle spielt. Interessant ist außerdem, wie sie die Selbstdarstellung von anderen Tinder-Nutzer:innen wahrnehmen und in welcher Tragweite auch das Thema Selbstoptimierung bei der eigenen Darstellung auf Tinder von Bedeutung ist.

Subkategorie 4.1: Eigene Selbstdarstellung und Selbstoptimierung

In der ersten Subkategorie wird neben der eigenen Selbstdarstellung der Proband:innen auf Tinder auch das Thema Selbstoptimierung untersucht, da die Aussagen zu diesen Themen meist in Verbindung zueinander standen.

In den Aussagen der Proband:innen spielt die Authentizität eine zentrale Rolle, die bereits in Subkategorie 2.3 „Auswahlentscheidungen“ definiert wurde. Fast alle Befragten gaben direkt oder indirekt an, sich authentisch beziehungsweise „ehrlich“ (P2) in ihren Tinder-Profilen darstellen zu wollen (P2, P3, P4, P5, P6). Die Proband:innen wollen sich in ihrer Präsentation nicht „verstell[en]“ (P3, P4) oder „[...] als jemand andere[n] darstell[en]“ (P2, P3). Sie distanzieren sich bewusst von unauthentischen Inszenierungen mit „gestellten“ (P5, P6) Bildern. P2 begründet die Intention, sich möglichst authentisch darzustellen, folgendermaßen:

„Ich habe unterschiedliche Bilder rein gemacht, wo man mich in unterschiedlichen Situationen sieht und habe versucht so ein bisschen auch meinen Charakter darzustellen [...] damit es auch direkt ehrlich ist. Weil wenn du auf Partnersuche bist, dann musst du von Anfang an ehrlich sein, sonst macht es keinen Sinn.“ (P2). P5 setzt ihre authentische, bildliche Darstellung bewusst ein, um mögliche Partner gleich zu Beginn auf die Probe zu stellen:

„[...] ich hatte ewig lang als allererstes Bild so ein Bild drin, wo ich so übelst high einen ganzen Mozzarella esse, was eigentlich übelst komisch aussieht, und das hab ich dann tatsächlich auch so ein bisschen benutzt als Filter quasi, [...] weil das ist einfach ein Teil von mir, [...] und ich hab keine Angst irgendwie dumm auszusehen [...].“ (P5)

Laut David und Cambre steckt hinter originellen Profilbildern oft der Versuch, die Swipe-Logik zu durchbrechen und sich damit von anderen abzuheben.²⁵³ Das lässt darauf schließen, dass P5 das beschriebene Bild nicht nur als Filter benutzt, sondern auch als Mittel, um sich von der Konkurrenz abzugrenzen.

Obwohl das Textfeld in den Tinder-Profilen den Nutzer:innen die Möglichkeit bietet, ihre eigene Persönlichkeit zum Ausdruck zu bringen, liegt der Fokus für die meisten Proband:innen auf der bildlichen Selbstdarstellung. Dies deckt sich mit der These von Stoian, dass die User durch das simple, gamifizierte Design der App dazu angehalten sind, primär ihre physischen Vorzüge zu präsentieren, wodurch jedoch eine übermäßig oberflächliche Umgebung entstehe.²⁵⁴ Lediglich ein Proband (P3) scheint seiner Profilbeschreibung eine größere Bedeutung zuzusprechen. Er gab an, sich von „standartmäßig[en] Otto Normal-Texte[n]“ (P3) distanzieren zu wollen, um sich durch die Vermittlung von verschriftlichten Eigenschaften hervorzuheben. Auch hier zeigt sich wieder der Wunsch nach Abgrenzung von der Konkurrenz.

P4 hebt sich in ihrer Selbstdarstellung auf Tinder von den anderen Proband:innen deutlich ab. Auch wenn sie angibt, sich „nicht groß [zu] verstell[en]“ (P4), distanziert sie sich eher von dem Thema Authentizität und damit einer echten Selbstdarstellung auf Tinder. Sie zeigt lediglich ein Bild von sich auf dem Profil, auf dem man sie „nicht mal richtig erkennt“ (P4) und gibt zudem nicht nur einen falschen Namen an, sondern lässt die Textbeschreibung über sich völlig außer Acht. Sie beschreibt sich selbst als „Paradebeispiel“ (P4) anders auf ihren Bildern zu wirken als im realen Leben. Ihre eher zurückhaltende und zum Teil auch nicht authentische Selbstdarstellung auf Tinder könnte eventuell darauf zurück zu führen sein, dass sie ihre Tinder-Nutzung nicht wirklich „ernst“ (P4) nimmt oder mit dem Ausgang der Nutzung eher unzufrieden scheint. Auch eine Angst vor Ablehnung lässt sich als Motiv erkennen:

„Ganz fies sind dann die, die dir irgendwie schreiben und dein Instagram-Profil sehen wollen und dir dann nicht mehr schreiben.“ (P4) Selbstoptimierung wird in den Interviews von den Proband:innen meist im Kontext einer optimalen Selbstdarstellung gesehen (P2, P3, P4). Auch hier spielt die Authentizität eine zentrale Rolle. P2 gibt als „Optimierungsfaktor“ (P2) an, sich optimal hinsichtlich ihrer bildlichen Darstellung auf Tinder zu präsentieren und lässt in ihrer Aussage erkennen, nahezu einen Druck zu haben, dennoch authentisch dabei zu bleiben. Sie beschreibt selber, dass sie ihre „Bilder ändern sollte“ (P2) und halte sie dementsprechend „aktualisiert“ (P2), was den Anschein erweckt, authentisch beziehungsweise ehrlich bleiben zu wollen, um vermutlich die anderen Tinder-Nutzer:innen nicht zu täuschen, da sie selbst den Fokus auf Ehrlichkeit beziehungsweise Authentizität beim Dating lege.

²⁵³ Vgl. David und Cambre 2016, S. 4–5.

²⁵⁴ Stoian 2019, S. 55–56.

Zwei der Proband:innen (P3, P4) verbinden Selbstoptimierung mit einer Reflexion der eigenen Vorzüge. Sie überlegen, welche Bilder, Informationen oder Hobbies sie zeigen können, um sich möglichst positiv auf Tinder darzustellen. In der Intention der optimierten Selbstdarstellung von P3 lässt sich darüber hinaus erneut der Wunsch erkennen, sich von den Profilen anderer abzuheben:

„Also natürlich ist man schon so ein bisschen-, [...] man muss halt ja auch aus der Masse rausstechen [...]. Von daher gibt es natürlich diesen Optimierungsprozess, dass du sagst, was sind gute Eigenschaften von mir, was sind gute Bilder, was kann ich da nutzen, um mich bestmöglich ins Licht zu rücken.“ (P3)

Im Gegensatz zu P5, die in ihrer bildlichen Darstellung nahezu radikal das Thema Authentizität zu vermitteln versucht, scheinen P2, P3 und zum Teil auch P4 eher eine Balance zwischen dem authentischen Auftreten und einer optimierten Selbstdarstellung finden zu wollen. Dies geht einher mit den Ergebnissen von Ward.²⁵⁵ Dass sich die Proband:innen meist optimal auf Tinder präsentieren möchten, könnte wie unter Kapitel 2.4 ausgeführt nach Illouz darauf zurück geführt werden, dass sich die Befragten in einem konstanten Wettbewerb zu anderen Tinder-Nutzer:innen befinden.²⁵⁶ Dies führt ihrer Ansicht nach zu einer ständigen Selbstoptimierung, um gegen die Konkurrenz zu bestehen und sich hervorzuheben.²⁵⁷

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass in der Selbstdarstellung und Selbstoptimierung bei den Proband:innen das Thema Authentizität eine zentrale Rolle spielt. Eine authentische Darstellung präge ihnen zufolge nicht nur den erfolgreichen Ausgang der Partnersuche, sondern diene auch dazu, aus der Masse herauszustechen (P2, P3, P5). Als unauthentisch wahrgenommene, gestellte Inszenierungen werden abgelehnt. Dennoch lässt sich auch das von Illouz aufgeführte Dilemma feststellen: Die Proband:innen versuchen meist, sich so authentisch, einzigartig und gleichzeitig optimiert wie möglich darzustellen und unterliegen dabei der Gefahr, dieselben Eigenschaften und Beschreibungen gesellschaftlich etablierter Konventionen zu benutzen und damit in der Masse unterzugehen.²⁵⁸ Auffallend ist dabei vor allem, die Balance zwischen Authentizität und einer optimierten Selbstdarstellung zu finden. Die Proband:innen benutzen häufig in ihren Aussagen oder Stellungnahmen bezüglich des Themas Authentizität relativierte Beschreibungen wie „nicht groß[artig]“ (P2, P3, P5), „[so] ein bisschen“ (P2, P3, P5) sowie „quasi“ (P5) und deuten so eine gewisse Legitimation von kleineren Beschönigungen und Optimierungen an. Selbstoptimierung auf Tinder kann zudem mit einer Reflektion des Selbst, der persönlichen Eigenschaften und Vorzüge, betrachtet werden (P3, P4). Im

²⁵⁵ Vgl. Ward 2017.

²⁵⁶ Vgl. Illouz 2007.

²⁵⁷ Vgl. ebd., S. 79.

²⁵⁸ Vgl. ebd., S. 81–82.

Allgemeinen war es den meisten Proband:innen wichtig, ihren Charakter beziehungsweise ihre Persönlichkeit zu präsentieren, wobei der Fokus hier eindeutig mehr auf der bildlichen Darstellung und weniger auf der Profilbeschreibung liegt.

Subkategorie 4.2: Wahrnehmung der Selbstdarstellung anderer Nutzer:innen

Nicht nur die eigene Selbstdarstellung auf Tinder wurde von den Proband:innen reflektiert, sondern auch die Wahrnehmung der Selbstdarstellung anderer Nutzer:innen kam in den Interviews zur Sprache. Die vorliegende Subkategorie wurde induktiv gebildet, weshalb nicht alle Proband:innen (nur P3, P4, P5 und P6) sich dazu äußerten. Auch in dieser Subkategorie ließ sich der Aspekt der Authentizität wiederfinden. P5 gab an, dass in ihrer Wahrnehmung andere Tinder-Nutzer:innen versuchen, „immer so die besten Seiten, die hübschesten Bilder reinzustellen [...]“ (P5). Sie positioniert sich dabei eher kritisch gegenüber der von ihr empfundenen „Oberflächlich[keit]“ (P5) von Tinder. Dies erweckt den Anschein, dass die optimale oder auch optimierte Selbstdarstellung der Anderen auch einen Mangel an Authentizität mit sich bringt, was Unsicherheit in der Gesamtbewertung hervorruft. Diese These wird auch durch die eher negative Auffassung von Inszenierungen gestützt:

„Ich sage mal aus Erzählungen [über andere männliche Tinder-Profile] oder was man halt so irgendwie sieht, sind ja schon relativ viele, die halt, was weiß ich, irgendwelche materialistischen Dinge posten, oder wie sie im Fitnesscenter posen oder Muskeln präsentieren [...]“ (P3)

Auch P3 impliziert in seiner Aussage neben der oberflächlichen Darstellung von anderen auch deren Mangel an Authentizität. Das „[P]osen“ (P3) stehe bei vielen im Fokus, meist oberflächlich auf den Körper reduziert. Laut zwei der Proband:innen (P3, P4) scheint diese Art der Darstellung tatsächlich recht häufig vorzukommen, wobei sie aber von beiden abgelehnt wird.

Darüber hinaus sehen zwei der Befragten (P4, P6) eine Diskrepanz zwischen der Selbstdarstellung von anderen Nutzer:innen und dem anschließenden Eindruck beim ersten Date. P4 beschreibt, dass das Gegenüber „voll oft ganz anders [wirkt]“ (P4) als auf den Tinder-Bildern und auch P6 stellte dies fest:

„[...] am Anfang war es, also die Bilder von ihr waren sehr sehr natürlich, aber sie wirkte auf dem Bild dann doch anders, wie in der Realität. Also, es war, es war nicht zu 100% gleich. [...] Ja, also ich glaub ihr erstes Bild war etwas bearbeitet. Also es war schon irgendwas, also irgendwas war bearbeitet (...). In der Realität war es irgendwie anders.“ (P6)

P4 führt als einzige genauer auf, was sie in der Selbstdarstellung von anderen Nutzer:innen auf Tinder positiv oder negativ wahrnimmt. Neben Hobbybeschreibungen und lustigen Sprüchen, werden auch authentische Bilder, die u.a. den Lebensstil der Person darstellen, als positiv bewertet.

Zusammenfassend lässt sich in dieser Subkategorie feststellen, dass die meisten der Proband:innen eine authentische Darstellung von anderen Nutzer:innen als positiv bewerten und optimierte Inszenierungen eher ablehnen. Eine Diskrepanz zwischen der Wahrnehmung der Selbstdarstellung anderer Nutzer:innen und der anschließenden Wahrnehmung der Nutzer:innen im realen Leben konnte ebenfalls erfasst werden. Gleichzeitig wurde auch das Thema der Oberflächlichkeit angesprochen, wobei eine Körperreduktion auf Bildern zwar häufig festgestellt, aber überwiegend abgelehnt wurde. Da es in den meisten Aussagen der Befragten um das Aussehen der anderen Nutzer:innen ging, lässt sich hier die These der Forscher:innen Krüger und Spilde bestätigen, dass Tinder eine Mentalität fördere, die das Aussehen zur bedeutsamsten Ressource der Nutzer:innen macht.²⁵⁹

Subkategorie 4.3: Orientierung an anderen Profilen

Ob sich die Proband:innen in Bezug auf ihre eigene Darstellung auch an anderen Profilen orientieren, wurde nicht durch den Leitfaden abgefragt. Das Thema wurde jedoch von der Probandin P2 während des Interviewgesprächs aufgegriffen:

„Ich glaube ich habe so ein bisschen versucht, schon mich so darzustellen, wie ich es mir von anderen Leuten gewünscht hätte, also von der anderen Seite, sprich.“ (P2)

Die Aussage von P2 zahlt in gewisser Weise auf das von Ward beschriebene Impression Management²⁶⁰ ein. Zwar orientiere sich P2 in ihrer Selbstdarstellung nicht direkt an anderen Profilen, indem sie ihres daran anpasse, vielmehr betrachte sie ihr eigenes Profil aus der Perspektive von anderen Nutzer:innen und überlege, was diese benötigen, um eine möglichst gute Entscheidungsgrundlage zu haben:

„Ich habe unterschiedliche Bilder rein gemacht, wo man mich in unterschiedlichen Situationen sieht und habe versucht, so ein bisschen auch meinen Charakter darzustellen und nicht einfach –, ja, damit es auch direkt ehrlich ist. Weil wenn du auf Partnersuche bist, dann musst du von Anfang an ehrlich sein, sonst macht es keinen Sinn.“ (P2)

²⁵⁹ Vgl. Krüger und Spilde 2019, S. 8–9.

²⁶⁰ Vgl. van Hoff 2020 S. 118; Ward 2017, S. 1651.

5.5. Hauptkategorie 5: Bewertung von Tinder als App

Die Kategorie zur Bewertung von Tinder wurde mit Blick auf die Forschungsfrage erstellt, um einerseits Erkenntnisse darüber zu erlangen, wie wirkungsvoll die Befragten die App einstufen und andererseits die (ethische) Reflexion über Tinder beziehungsweise den Akt des Tinderns abzubilden. Fragen zur Bewertung von und Reflexion über Tinder(n) wurden nicht explizit im Leitfaden aufgenommen, da diese Prozesse entsprechend der Prinzipien qualitativer Forschung durch das Tiefeninterview angestoßen werden.²⁶¹ Stattdessen wurde nach Kenntnissen oder der Nutzung bestimmter Features gefragt, weshalb bewertende und reflexive Aussagen nicht gänzlich davon zu trennen sind. Dementsprechend schlägt Kategorie 5 eine Brücke zwischen diesen Bereichen und bildet auch die Kontexte wertender Aussagen ab.

Subkategorie 5.1: Algorithmus

Aussagen zum Algorithmus sind für die Forschung interessant, da sie Kenntnisse über die Funktionsweise von Tinder offenbaren und damit zeigen, inwiefern ein Verständnis der zugrundeliegenden Prozesse der Vermittlung von Matches bei den Nutzer:innen vorhanden ist. Besonders interessant ist dabei der Umgang mit solchen Kenntnissen sowie die Bewertung des Einflusses des Algorithmus.

Über eine entsprechende Kenntnis und dementsprechenden Umgang mit dem Algorithmus verfügt jedoch nur einer der Befragten (P1). So gibt P1 an, sich in der Vergangenheit aus Interesse in das Thema eingeleesen und Tipps dazu im Internet gefunden zu haben, wie der Algorithmus positiv oder negativ beeinflusst werden kann. P1 gibt an, dieses Wissen zu nutzen, indem er beispielsweise mehr Text und Bilder einstelle und nicht zu viele Likes verteile, um mehr Nutzerinnen angezeigt zu werden. P1 bewertet den Algorithmus als „hilfreich“, und vermutet, dass dieser zur Effizienz der App beiträgt, insbesondere bei hohen Nutzerzahlen:

„[...] in so Großstädten oder vor allem in den Zeiten, wo einfach noch viel mehr Leute drauf sind, ist natürlich so das Hauptziel wahrscheinlich so von dem Algorithmus, möglichst viele Matches und möglichst viele Nachrichten.“(P1)

Der Großteil der Befragten hat jedoch keine Kenntnisse (P4, P6) oder nur grobe Vorstellungen davon, wie die Algorithmen der App funktionieren (P3, P5). So vermuten P3 und P5 beide die Funktionsweise, die dem desirability score zugrunde liegt: P5 glaubt:

²⁶¹ Vgl. Flick et al. 2015, S. 20–22.

„[...] je öfter du nach rechts swipest, also je desperater du bist, desto hässlichere Leute schlagen sie dir vor oder so, ich weiß es nicht [...].“ (P5)

Ähnlich vermutet P3 eine Priorisierung:

„[...] dass dann Leute, die irgendwie häufiger ein Like bekommen, dass die dann irgendwie miteinander vermatcht werden.“ (P3)

Aufgrund der geringen Filter vermutet P3 im Grunde jedoch eine einfache Umkreissuche. P4 und P6 reagieren überrascht, nachdem die Interviewerinnen die Proband:innen über die Algorithmen in Kenntnis gesetzt haben. Die Bewertung ist ambivalent, so meint P6:

„Das hättest mir nicht sagen dürfen (lacht).“ (P6)

P4 findet es einerseits „cool“, dass häufiges Liken zu einem geringeren Score führt, denn:

„[...] das habe ich mir schon oft gedacht, ob manche Jungs oder auch Mädels einfach liken und gucken was dabei herauskommt.“ (P4)

Andererseits sei es „krass [...], dass man da so bewertet wird und demnach manipuliert wird.“ (P4) Gleichzeitig relativiert P4 die negative Bewertung, so findet sie es „trotzdem nicht schlimm“ (P4) und diese „Manipulation“ wäre kein Grund Tinder nicht zu nutzen, schließlich stecke überall ein Algorithmus dahinter – dennoch hätte sie dieses Ausmaß nicht erwartet. Darüber hinaus relativiert P4 auch die Bewertung des:der Nutzers:in durch den Algorithmus:

„Es klingt voll so, als wäre das ein Score, der mir sagt, ob ich ähm schön bin oder nicht. Aber so ist es ja nicht. Es ist ja nur so wie ich damit umgehe, deswegen (...) ist mir das eigentlich auch nicht so wichtig.“ (P4)

Auch P6 relativiert diese Bewertung:

„Irgendwo muss die App natürlich ja Leute anlocken. Es muss ja irgendwie funktionieren. Ja, natürlich ist das komisch, aber so ist halt die Welt (lacht).“ (P6)

Ob bewusst oder unbewusst, der Einfluss des Algorithmus ist spürbar: P4 und P1 haben dahingehende Erfahrungen gemacht, dass bei häufigem Swipen weniger interessante Leute angezeigt werden. Hier macht sich ein Standortwechsel zwischen zwei Städten positiv bemerkbar, sowie die Deinstallation der App:

„[...] wenn man es [Tinder] löscht und dann wieder installiert, am Anfang wird man viel, viel mehr Leuten angezeigt, das ist so eine große Kurve und [wird] dann wieder weniger. Und dann so dieses Dahinvegetieren, das ist –

da hat man dann zwar auch noch Matches, aber am Anfang ist es natürlich krass, wie viel mehr Leuten man angezeigt wird.“(P1)

Die Kenntnis über die Funktionsweise des Algorithmus kann zu einem anderen Umgang führen. So meint auch P4 nach Aufklärung:

„Wenn man das weiß, muss man vielleicht anders damit umgehen, dass einem vielleicht immer die Attraktiven angezeigt werden (lacht).“ (P4)

Auch P6 obenstehende Aussage kann unterschiedlich interpretiert werden: Schockiert über den Einfluss des Algorithmus oder überrascht über den Einfluss des eigenen Nutzungsverhaltens. Insgesamt wird der Algorithmus eher unkritisch bewertet, so werden negative Aussagen relativiert oder von Lachen begleitet – mögliche negative Aspekte werden damit heruntergespielt oder nicht wahrgenommen. Die überraschten Reaktionen zeigen das mangelnde Bewusstsein über die zugrundeliegende KI der App. Eine sachliche Bewertung zeigt sich hingegen bei (grober) Kenntnis über die Funktionsweise. P1 Umgang mit dem Algorithmus geht einher mit bisherigen Ergebnissen von David und Cambre und zeigt, dass es sich in der Interaktion zwischen Mensch und Medium um eine gegenseitige Einflussnahme handelt und nicht um technologischen Determinismus, insofern, als dass sich das Nutzerverhalten auf das Medium rückwirkt – wie es der soziologische Affordanz-Begriff zugrunde legt – und bei entsprechender Kenntnis gezielt eingesetzt werden kann.

Subkategorie 5.2: Features

Die Nutzung der Features wurde zunächst durch eine Subkategorie des Nutzungsverhaltens erfasst, lässt sich jedoch nur schwer von der Bewertung der Features trennen, weshalb die Kategorien in der Auswertung zusammengelegt wurden. Im Fokus steht hier die Frage, ob die Features tatsächlich zur Effizienz von Tinder und damit zu größerem Erfolg beitragen und somit Nutzen stiften oder eher einen gegenteiligen Effekt haben. Dabei äußern sich die Befragten zu unterschiedlichen Features.

P1 bezeichnet Superlikes als „zweischneidiges Schwert“ (P1), so wecke ein Superlike nur dann Interesse, wenn die Person, von der man es erhält, attraktiv ist, ansonsten wirke es verzweifelt (P1). P1 und P6 beschreiben Freude beziehungsweise einen Ego-Push bei Erhalt eines Superlikes von einer attraktiven Person sowie erhöhtes Interesse. Der Effekt wird jedoch als kurzfristig beschrieben, so betont P6 beispielsweise, dass ein Superlike keinen Unterschied für den Verlauf einer Interaktion mache und somit relativ schnell wieder vergessen sei. Zudem ist auffällig, dass die weiblichen Probandinnen Superlikes oft „nur ausversehen“ (P4) vergeben. P5 hat dies sogar in ihrer Beschreibung vermerkt:

„Ich habe [nur] drinstehen: ‚Superlikes sind ausversehen‘, weil ich immer ausversehen Superlikes gebe [...]“ (P5)

Die männlichen Probanden, wie P3 und P6 hingegen, nutzen Superlikes gezielt, um ihre Chancen in besonderen Fällen zu erhöhen:

„[...] wenn du merkst, ok das ist jemand, der interessant ist, aber dann muss es im Normalfall immer sowohl optisch als auch texttechnisch passen. Also dass die Person da nicht nur ihre Größe (...) und ihren IQ einträgt, sondern ja, halt auch schon ein bisschen was von der Persönlichkeit rüberkommt. Keine Duckface Bilder drin hat. (...) Genau. Dann ist das schon so, dass man auch mal ein Superlike verteilt.“ (P3)

Bei der Vergabe habe jedoch P6 kaum Erfolg und das Feature deshalb auch weniger genutzt. Dies widerspricht der Aussage von P4, welche meint, sie würde schon eher eine Chance geben, wenn Interesse durch ein Superlike signalisiert werde.

Die Verwendung des Weltreisepasses ist noch geringer als beim Superlike und wird ebenfalls als nicht besonders effektiv bewertet. Für P5 sei das Feature zwecklos, da aufgrund der Distanz kein Treffen zustande kommen kann. Dies geht einher mit den Ergebnissen von van Hooff, dass Nähe bei der Auswahl ein wichtiges Kriterium sei. P3 berichtet von unseriösen Nutzer:innen. P2 kenne zwar jemanden, der darüber „die Liebe seines Lebens“ gefunden habe und ausgewandert sei, hätte das Feature dennoch nicht genutzt:

„So verzweifelt war ich dann auch nicht.“ (P2)

Auch Funktionen wie Top Picks und Secret Admirer werden von P5 als unnötig betrachtet:

„[...] entweder du erwischst halt zufällig den Richtigen oder nicht und da bin ich dann so: ‚Ja ok, I didn't know what I lost, so I don't care‘ (lacht).“ (P5)

Insgesamt werden die genannten Funktionen als nicht besonders effektiv und damit sinnlos bewertet, dementsprechend hält sich die Nutzung der Features in Grenzen, wie es auch Subkategorie 2.5 zeigt. Die Features lassen sich daher nur als ein weiteres Game-Element betrachten, mit geringen Effekten auf höheren Erfolg, aber auch geringen Effekten auf die Erhöhung von Interaktionen und Nutzungsdauer.

Subkategorie 5.3: Bezahlmodelle

Ähnlich wie die Bewertung der Features, liefert die Kategorie zur Bewertung der Bezahlmodelle Hinweise auf die Effizienz von Tinder. Abgesehen von den praktischen Nutzungsmotiven, welche in Subkategorie 1.1 erfasst wurden, werden hier psychologische Faktoren und ethische Bedenken in Bezug auf die Nutzung deutlich.

Alle Proband:innen abgesehen von P1 nutzen die Freemium Version. P3 hat Tinder Gold lediglich für einen Monat getestet aus Neugier – geködert durch eine Anzeige „99+ Likes“, um zu sehen, wer ihn geliked hat.

Die praktischen Gründe für die Nutzung der Freemium Version liegen in der mangelnden Bereitschaft, dafür Geld auszugeben (P2, P4, P5). Hierin sind sich die weiblichen Probandinnen einig. So werden die Vorteile bspw. nicht als attraktiv genug empfunden, ebenso die Auswahl der Nutzer. P4 wäre eher bereit Geld für Parship zu bezahlen, denn:

„[...] auf Tinder sind mir zu viele (...) Männer, die halt einfach sind wie sie sind, sage ich mal (lacht).“ (P4)

Einig ist sich die Mehrheit der weiblichen Probandinnen auch dahingehend, dass die Bezahlversionen die Spannung beziehungsweise den Spaß am Tindern nehmen. (P2, P5). P2 beschreibt, dass sich das auch negativ auf ihre Nutzung auswirken würde:

„[...] ich denke, da würde man fast eher früher aufhören mit Tindern, weil dieser Überraschungseffekt: ‚Oh, kriege ich jetzt ein Match?!‘ oder: ‚Oh den Typen will ich unbedingt matchen, matcht er mich?!‘, der würde ja dann komplett wegfallen.“ (P2)

Zwar passiere es, dass man ausversehen zu schnell in die falsche Richtung wischt, jedoch sei das nur vorübergehend:

„[...] eine Sekunde wo man da drüber nachdenkt und dann ist es vorbei, vergisst man das.“ (P2)

Auch P5 spricht von einem viel höheren Belohnungsgefühl, durch diesen Überraschungseffekt. Dies entspricht dem Uses-and-Gratifications-Ansatz²⁶², so erhält Tinder die Nutzung aufrecht durch das höhere Belohnungsgefühl bei einem überraschenden Match.

Als überzeugter Nutzer von Tinder Gold vertritt P1 eine andere Ansicht. Der Proband empfindet das Swipen auf Dauer als anstrengend, schließlich ginge es ihm ja primär darum Leute kennenzulernen. Tinder Gold zeigt alle Personen, die einen geliked haben in einem „Stack“ an und ist somit für P1 die effizientere Wahl.

Bei P3 und P5 deuten sich jedoch auch ethische Bedenken bei der Nutzung der Premiumversionen an. Die Proband:innen finden es „komisch“, dafür Geld auszugeben. So führte für P3 Tinder Gold zu keinen besseren Ergebnissen und er schäme sich dafür, dass er es ausprobiert hat. P5 zieht einen Vergleich entsprechend der Kapitalisierungsthesen, so sei Tinder wie ein Katalog und Tinder Gold ein Katalog von „willigen Leuten“ die auf

²⁶² Vgl. Katz 1959; Katz et al. 1973.

Beziehungssuche sind. Für Tinder zu bezahlen wird insgesamt vom Großteil der Befragten negativ bewertet, zum Teil aus ethischen Gründen. Auch hier vertritt P1 eine andere Meinung. So sei Tinder Gold weniger oberflächlich durch die Sichtbarkeit der Likes. Dies führe dazu, dass man eher gewillt ist einer Person eine Chance zu geben, die man ansonsten vielleicht weggewischt hätte.

Hier deutet sich in den Nutzungsgründen von Tinder ein Geschlechterunterschied an. So scheinen Frauen mehr das Belohnungsgefühl zu genießen und Männer eher die Effizienz zu schätzen. Die Erfahrungen von P1 zeigen, dass Tinder Gold tatsächlich zu besserem Erfolg beitragen kann, demgegenüber stehen die Erfahrungen von P3, für den Tinder Gold zu keinen besseren Effekten führte. Sein Schamgefühl könnte auch auf das Stigma zurückzuführen sein, für eine App dieser Art zu bezahlen – so würde P4 für Tinder nicht bezahlen, für Parship aber schon, da dort seriösere Leute unterwegs sind.

Subkategorie 5.4: Reflexion/ Ethik von Tinder

Die Reflexion und Ethik von Tinder(n) wird nochmals explizit in einer Kategorie abgebildet, um ethische Aspekte zu analysieren. Ausgenommen von P4 reflektieren alle Proband:innen über Tinder als Konzept beziehungsweise das Tindern als Handlung. Dabei werden ethische Bedenken geäußert, kapitalistische Vergleiche gezogen, aber auch positive Effekte der App genannt. Multioptionalität und Glück sind hier zentrale Themen, weshalb Überschneidungen mit den Kategorien 3 und 6 zustande kommen.

Vier der Befragten bezeichnen Tinder als oberflächlich. (P1, P3, P5, P6). P1 relativiert dies jedoch, so gebe es

„[...] Faktoren die dich ein bisschen weniger oberflächlich werden lassen und ein bisschen mehr oberflächlich.“(P1)

Einerseits lassen sich Nutzer:innen ohne großen Aufwand kontaktieren, weshalb man mehr Chancen vergebte, andererseits ist es auch leichter, jemanden auszusortieren. P6 meint, dass die Wahrscheinlichkeit jemanden auszusieben, der charakterlich zu einem passen würde, aufgrund der Reduktion auf das Optische sehr hoch sei. P1 betreibe vom Selbstverständnis her zwar kein „Windowshopping“, gibt aber zu, im Auswahlprozess auch manchmal „super oberflächlich“ (P1) zu sein. P2 führt die niedrigere Hemmschwelle auf die große Auswahl zurück und beschreibt es als Prinzip von Tinder,

„[...] dass man auch irgendwie einen großen Pool an Menschen hat, die du kennenlernen kannst und dann schaust du halt, mit wem es am besten funktioniert.“(P2)

Andere Proband:innen äußern sich kritischer hinsichtlich der Multioptionalität ähnlich der Kapitalisierungs-Thesen von Matuschek, Illouz und Aretz in Kapitel 2.4 (P3, P5). P3 sieht die Vielfalt und die Auswahlmöglichkeiten als das Kernproblem von Tinder,

„[w]eil du halt auch so ein bisschen durch die Menge erschlagen wirst an Leuten und (...) ja halt irgendwie auch dadurch die Individualität von den einzelnen Personen dann letztendlich auch flöten geht.“ (P3)

P3 und P5 nennen in diesem Zusammenhang auch Effekte der Swipe-Logik, welche bereits in der Subkategorie 3.1 Multioptionalität zur Sprache kamen:

„[...] ich kenne halt tatsächlich Leute, die halt sagen: ‚Warum soll ich eine feste Beziehung eingehen, wenn ich innerhalb von fünf Swipes jemanden finden kann, der besser ist als der letzte?‘“ (P3)

Letzten Endes sei die Vielfalt überfordernd und führe dazu, dass man keine Entscheidung fällen könne:

„Das kennt jeder von uns, wenn man zu viele Optionen hat, dass er dann erstmal im Struggle ist und nicht weiß, was soll ich jetzt machen?“ (P3)

Dies sei auch ein Problem unserer Zeit und Grund für die Beziehungsunfähigkeit vieler Menschen. Tinder sei zwar nicht die Ursache des Problems, so beschreibt P3 den Over-Choice-Effekt auch in anderen Lebensbereichen, aber würde dies verstärken. Früher hätte man sich noch Mühe gegeben und um eine Person gekämpft, wenn es jetzt „[...] nicht klappt, gehst du halt auch einfach weiter zur nächsten.“ (P3). P5 fasst das Problem folgendermaßen zusammen:

„[...] Tinder schafft halt so eine Situation, wo man theoretisch jederzeit mehr Matches haben kann und theoretisch jederzeit immer mehr Input, mehr bessere Partner finden könnte. Und dann ist man einfach nicht mehr zufrieden mit dem was man hat.“ (P5)

Dies geht einher mit den Schlussfolgerungen von Aretz, wonach der Over-Choice-Effekt verbindliche Entscheidungen hemmt und die persönliche Zufriedenheit vermindert.²⁶³ Damit zeichnen sich schon erste Auswirkungen auf das Glück ab.

P1 betont aber auch die positiven Effekte der Multioptionalität, vor allem für Menschen, die sich schwertun, privat jemanden kennenzulernen:

„[...] dadurch, dass du ja theoretisch weißt, dass theoretisch immer irgendwas gehen könnte, du immer irgendjemand kennen lernen könntest, wenn

²⁶³ Vgl. Aretz 2015, S. 49.

du ein bisschen im Tinder-Game drinnen bist, [...] [a]llein schon die Tatsache, dass du wusstest, irgendetwas könnte immer gehen, ja. Denke ich, kann das Leute sehr glücklich machen.“(P1)

Die kapitalistischen Vergleiche von P5 (Tinder als „Katalog“) und P1 (Tindern als „Windowshopping“) relativieren jedoch diesen Effekt und veranschaulichen den oberflächlichen, austauschbaren Auswahlprozess. Dementsprechend sind P1 zufolge auch die Glücksgefühle beim Tindern eher kurzfristiger Natur, wie der Konsum einer „Kippe oder ein[es] Glas Wein[s].“ (P1). Die Bestätigung über Tinder spricht hier also wieder Belohnungsgefühle an. Dies entspricht Matuschek, welcher den Umgang mit (potenziellen) Partner:innen dem Umgang mit einem Produkt gleichsetzt.²⁶⁴

P6 führt diesen Einfluss auf das Glück weiter aus und äußert ethische Bedenken. So könne eine ausbleibende Bestätigung über Tinder für Menschen mit geringem Selbstwertgefühl so gefährlich werden, „[...] dass sich jemand in eine Depression sogar stürzen kann.“ Diesen Realitätsverlust deutet P6 auch dahingehend an, dass

„[...] man vergisst, dass es außer der Dating-Plattform auch Menschen im anderen Leben gibt [...] das ist ja nur ein Bruchteil von den Menschen, die ja wirklich im Umfeld noch herumlaufen.“(P6)

Der Nutzen von Tinder komme dementsprechend auch auf den Persönlichkeitstyp an:

„Wenn jemand ein sehr starkes Selbstwertgefühl hat, der wird Tinder natürlich anders nutzen schätze ich mal wie jemand, der ein schlechtes Selbstwertgefühl hat.“(P6)

Darin könnten sich mögliche Unterschiede beim Erfolg des Tinderns und der Auswirkungen auf das individuelle Glück begründen.

Gleichzeitig relativiert P6 eigene negative Erfahrungen:

„Aber ja, so ist halt das Leben. Ich glaube man darf das halt nicht zu ernst nehmen.“(P6)

Auch P1 relativiert negative Effekte, so könne Tinder zwar nerven, aber jederzeit de- und reinstalled werden, mit neuer Hoffnung:

„Das ist natürlich dann ein bisschen optimistisch immer, weil man auch gar nicht so viele krass coole Leute trifft, [...]“(P1)

²⁶⁴ Vgl. Matuschek 2014, S. 19.

Aber irgendein Flirt gehe immer. Bei P1 zeichnet sich ein selbstbewusster und selbstbestimmter Umgang mit der App ab. Zwar sei Tindern auch ein bisschen mit Stress verbunden, wenn man irgendwann zu viel schreibt, aber das sei ein Luxusproblem, welches sich mit dem Löschen der App erledige (P1).

P2 und P6 betonen, dass sie ohne Tinder nicht ihre aktuellen Partner:innen kennengelernt hätten. P2 findet dementsprechend, dass Tinder eine gute Sache sei und ist der App dankbar. Auch P1 und P5 haben Partner:innen und Freundschaften über Tinder kennengelernt. Dementsprechend bewertet P5 Tinder trotz der Swipe-Logik und der Oberflächlichkeit nicht als reine Sex-App, so finde man darüber auch Anschluss in neuen Städten.

Entgegen der Ergebnisse von Palmer und van Hooff, die eine positive Wahrnehmung der Multioptionalität nahelegen, zeigt die Reflexion, die negative Kehrseite, dass mehr Möglichkeiten nicht zwangsläufig mehr Erfolg bedeuten. Dies geht einher mit Illouz und hat sich bereits in der Subkategorie 3.1 Multioptionalität angedeutet. Ethische Bedenken werden vor allem von P3 und P6 geäußert, einerseits mit Blick auf die Austauschbarkeit und Vergänglichkeit des Kontaktknüpfens, andererseits mit Blick auf psychische Auswirkungen, wenn Bedürfnisse nicht befriedigt werden. Negative Effekte werden jedoch relativiert und von der App abstrahiert. So sei es im Leben eben nun einmal so und man könne die App ja deinstallieren (P1, P6). Ethische Bedenken äußern sich vor allem in der genaueren Betrachtung des Vorgangs des Tinderns. Trotz der negativen Aspekte wird Tinder insgesamt eher positiv bewertet, ausgenommen von P3. Mit Blick auf die positiven Erfahrungen der anderen Proband:innen scheint bei der Kosten-Nutzen-Abwägung letztlich der Nutzen zu überwiegen.

Subkategorie 5.5: Vergleich zu anderen Dating-Apps

Zwei der Proband:innen (P1, P4) ziehen Vergleiche zu anderen Dating-Apps: Bumble und Lovoo. Darin zeigen sich vor allem Tinders Schwachstellen, so bieten die genannten Apps Vorteile, über die Tinder nicht verfügt.

P1 beschreibt Bumble als effizienter. So müssen auf der App Frauen das Gespräch starten und haben dafür lediglich ein Zeitfenster von 24 Stunden bevor das Match verfliegt. Dadurch

„[...] weißt du schon im Grunde direkt, dass irgendein Grundinteresse besteht. Und dann bist du in der Situation, dass du überlegst, ob du antworten willst oder nicht.“ (P1)

Bei Tinder hingegen

„schreibst du halt so und so und so viele Leute an und hast halt dann trotzdem nur X Gespräche aus soundso vielen Gesprächen, die du angefangen hast.“ (P1)

P1 ist auf Bumble stärker aktiv, da auf der App normalere, spannendere und interessantere Leute vertreten seien, u.a. auch solche, die normalerweise kein OnlineDating betreiben, aber es aufgrund der Covid-19-Pandemie ausprobieren „und sich dann richtig Mühe geben, ihr Profil aufzuziehen“ (P1). Bei den Probandinnen von Christensen ist Bumble dagegen weniger beliebt, aufgrund der Umkehr traditioneller Praktiken.²⁶⁵ Bumble emanzipiert Frauen also dahingehend, dass sie den ersten Schritt machen müssen, überträgt die Entscheidungsgewalt aber auf Männer, wie die Aussagen von P1 zeigen.

P4 kritisiert vor allem die geringen Filterfunktionen. So könne man bei Lovoo angeben, was man sucht, kann aber eben auch nur eine Option auswählen. Solch eine Funktion „wäre ein Geschenk“, würde Tinder aufwerten und

„den Ruf ändern, wenn man angeben könnte: ‚Suche ich was Festes, suche ich Freundschaft, ähm oder eine Beziehung?‘ und man dann halt auch mehrere Auswahlmöglichkeiten hat, vielleicht ist jemand offen für alles.“
(P4)

Zwar würde dies wahrscheinlich auch zu weniger Matches führen, aber wäre ein Punkt, den die Probandin gerne ändern würde (P4).

Hier zeigt sich wieder das unterschiedliche Verständnis von Effizienz: P1 und P4 verbinden Effizienz mit weniger Aufwand durch ein zielgerichtetes Auswahlverfahren. Sei es dadurch, dass eindeutiges Interesse signalisiert wird oder dadurch, dass die Art des Interesses spezifiziert wird und sich dadurch die Auswahl minimiert. Diese Kriterien erfüllen sowohl Bumble und Lovoo als auch Tinder Gold durch die Sichtbarkeit der Likes. P4 deutet außerdem an, dass durch die beschriebene Filterfunktion die Stigmatisierung der App aufgehoben werden könnte. Damit wären verschiedene Narrative im Sinne von Palmer bereits in der Struktur der App angelegt.²⁶⁶ Die Vergleiche zu anderen Dating-Apps relativieren darüber hinaus den Vorteil von Tinder eines abgesteckten Kommunikationsrahmens, welcher auf Bumble und Lovoo noch deutlicher zum Tragen kommt.

5.6. Hauptkategorie 6: Glück und Unglück

Die Kategorie Glück und Unglück ist das Kernelement zur Beantwortung der Forschungsfrage. Darin wird zum einen untersucht, was Glück für die Proband:innen bedeutet und welche Faktoren für sie entscheidend sind, um glücklich sein zu können. Darüber hinaus wurden sie gefragt, inwiefern Tinder sie glücklicher oder unglücklicher machen kann. Da auch die soziale Akzeptanz in der Glücksforschung einen Einfluss auf das soziale Wohlbefinden und damit auf das Glück eines Menschen haben kann, wurden außerdem Aussagen zur Akzeptanz von Tinder-Beziehungen und dem Tindern an sich

²⁶⁵ Vgl. Christensen 2020, S. 8–10.

²⁶⁶ Vgl. Palmer 2020.

gesammelt.²⁶⁷ Die letzte Unterkategorie nimmt den Kerngedanken der Forschungsfrage auf und untersucht, inwiefern Tinder die Einsamkeit von Menschen fördern oder lindern kann.

Subkategorie 6.1: Persönliche Definition von Glück

Wie aus den theoretischen Grundlagen hervorgeht, hängt Glück von dem individuellen Empfinden einer Person ab. Daher wurden die Proband:innen zunächst gefragt, was ihre ganz persönliche Definition von Glück ist.

Dabei zeigen sich verschiedene Ansätze: Für einen Teil der Befragten (P1, P3) bedeutet Glück vor allem die Abwesenheit von Sorgen. Für andere (P2, P4) ist es ein gewisses Urvertrauen:

„[...] dass man irgendwie sich so denkt: ‚Ja, die Probleme von heute sind vielleicht morgen schon wieder weg und deswegen - es wird alles gut.‘ (P2)

Für P4 spielt hierbei ihr Glaube eine große Rolle. Zwei Probandinnen (P2, P4) empfinden es außerdem als Glück, wenn sie mit sich selbst im Reinen sind und sich selbst so nehmen, wie sie sind.

Für die meisten Proband:innen hat eine Beziehung beziehungsweise Partnerschaft einen großen Einfluss auf ihr persönliches Glück (P1, P2, P6). P1 begründet dies damit, dass man unglücklich sei, wenn man sich nicht gewollt fühle. Im Gegensatz dazu möchte P4 ihr Glück bewusst nicht von einer Partnerschaft abhängig machen:

„Ich hab tatsächlich irgendwann zu mir selber gesagt: ‚Nein, ich will glücklich sein mit meinem Leben, wie es ist, und mit mir selber.‘ Und mein Partner oder andere Menschen sollen on-top dazukommen und mich noch glücklicher machen. Aber sie sollen nicht mein Glück sein.“ (P4)

Als Faktoren für Glück in zwischenmenschlichen Beziehungen nennen die Proband:innen vor allem Begriffe wie „Harmonie“ (P2), „Vertrauen“ (P3), „Nähe“ (P2) oder „sich aufeinander verlassen [können]“ (P5). Für zwei Befragte ist es besonders wichtig, dass man gemeinsam lachen kann und einen ähnlichen Humor hat (P5, P6). P1 assoziiert mit Glück in der Partnerschaft außerdem, jemanden zu haben, der ihn inspiriert und ihn im Leben weiterbringt.

Den Aussagen der Proband:innen nach kann Glück nicht konkret an bestimmten Sachen festgemacht werden. Für einen Teil der Befragten ist es vielmehr ein Zustand, in dem sie keine Sorgen und Probleme haben. Für andere ist es hingegen ein Urvertrauen, dass trotz dieser Hindernisse letztendlich alles gut werden wird. Zwischenmenschliche

²⁶⁷ Rohmann und Bierhoff 2016, S. 282.

Beziehungen spielen in dem persönlichen Empfinden von Glück generell eine sehr große Rolle – sofern diese von positiven Werten wie Harmonie und Vertrauen geprägt sind. Inwiefern auch Tinder die Proband:innen glücklich(er) machen kann, wird in der nächsten Subkategorie untersucht.

Subkategorie 6.2: Glücksmomente durch Tinder

Die Proband:innen wurden nach Situationen im Zusammenhang mit Tinder gefragt, die positive Gefühle in ihnen ausgelöst haben. So soll herausgefunden werden, inwiefern die Dating-App Einfluss auf das Glücksempfinden nehmen kann.

Die Hälfte der Befragten ist der Meinung, dass Tinder zwar grundsätzlich Glücksgefühle bei ihnen auslösen könne, diese aber eher kurzfristig und nicht nachhaltig seien (P1, P4, P5). P1 beschreibt das folgendermaßen:

„Tinder [...] kann in stressigen Situationen so ein bisschen so wie eine Kippe oder ein Glas Wein [sein], [...] ist schon ein bisschen so ein kleines Ventil. [...] Tinder kann so einen kurzfristigen Effekt haben, dass du denkst: ‚So, jetzt bin ich kurz drauf und jetzt bekomme ich kurz Bestätigung‘ [...]“ (P1).

Zwei der Proband:innen (P2, P6) haben ihr Glück in Form einer festen Beziehung über Tinder gefunden. P4 weiß zumindest, dass Tinder Menschen aus ihrem Freundes- und Bekanntenkreis glücklicher macht – sei es durch Sex oder „die große Liebe“ (P4).

Die Proband:innen führen verschiedene Situationen auf, in denen sie Glücksgefühle empfinden. Für P1 und P2 ist es allein schon die Möglichkeit, dass sie grundsätzlich immer jemanden kennenlernen könnten und das damit selbst in der Hand haben, ein glückbringender Faktor – trotz der Gewissheit, dass auch nicht immer mehr daraus wird. Für P5 und P6 ist hingegen entscheidend, dass sie „supercoole Leute“ (P5) kennenlernen. Zwei Probandinnen (P4, P5) empfinden Glücksgefühle, wenn sie ein Match oder einen Chat mit jemandem haben, den sie besonders attraktiv finden. Im Gegensatz dazu ist P2 vor allem dann glücklich, wenn sie daran denkt, dass sie Tinder nicht mehr benutzen muss, da sie ihren Partner bereits gefunden hat.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Tinder prinzipiell eher kurzfristige Glücksgefühle bewirken kann, die größtenteils mit dem Nutzen-und-Belohnungs-Ansatz zusammenhängen.²⁶⁸ Langfristiges Glück empfanden nur die Proband:innen, die über Tinder einen Partner gesucht und schließlich gefunden haben – wobei sich dieses Glück nur teilweise auf die Dating-App zurückführen lässt.

²⁶⁸ Vgl. Timmermans und Courtois 2017, S. 66–67.

Subkategorie 6.3: Frustramente durch Tinder

Analog zu den Glücksmomenten wurden die Proband:innen auch nach Situationen gefragt, in denen sie durch Tinder Frust erlebt haben oder die sie sogar unglücklich gemacht haben. So soll untersucht werden, inwiefern Tinder nicht nur zum persönlichen Glücks- sondern eventuell auch zum Unglücksempfinden beitragen kann.

Alle Befragten haben schon Frustramente in Verbindung mit der Dating-App erfahren. Bei der Hälfte der Proband:innen (P1, P4, P5) handelte es sich eher um eine kurzfristige Frustration. Hier wurden Momente geschildert, in denen Tinder sie zwischenzeitlich überfordert und zum Teil auch genervt hätte, was häufig dazu führte, dass die App zeitweise nicht genutzt wurde (P1, P2, P4). Außerdem waren einige der Proband:innen schon einmal enttäuscht, wenn aus einem vielversprechenden Match oder Chat nicht mehr wurde (P1, P2, P4, P5). Zwei Proband:innen (P5, P6) empfinden es außerdem als kurzfristige Frustramente, wenn das Gegenüber beim ersten Date nicht ihren Vorstellungen entspricht.

P5 hat darüber hinaus die Erfahrung machen müssen, dass sich aus manchen Matches zwar tatsächlich mehr entwickelt hat, dies aber meist dennoch auf sehr schmerzvolle Weise endete. So teilte ihr ein Mann, nachdem er noch die Nacht mit ihr verbracht hatte, mit, dass er sie „aussortieren“ müsse, weil er noch „zwei andere Frauen am Start“²⁶⁹ habe. Die Probandin bewertet dieses Verhalten zwar als „menschlich scheiße“ (P5) und war daraufhin enttäuscht. Da sie aber grundsätzlich nicht auf der Suche nach einer festen Beziehung ist, scheint sie dieses Erlebnis nicht nachhaltig zu beeinflussen. Dies geht einher mit den Ergebnissen von van Hooff, dass sexuelle Exklusivität meist erst im weiteren Verlauf von Tinder-Bekanntschaften ausgehandelt werde.²⁷⁰ Damit scheinen sich die Folgen der Multioptionalität mit Hinblick auf die Austauschbarkeit von Personen auf das Leben jenseits von Tinder auszuweiten.

Bei der anderen Hälfte der Proband:innen zeichnet sich darüber hinaus eine längerfristige, unterschwellige Frustration ab (P2, P3, P6). Ihrer Meinung nach entsteht diese vor allem bei Menschen, die auf der Suche nach einem festen Partner sind, viel Zeit in Tinder investieren, sich jedoch teilweise jahrelang nichts ergibt. P3 stellt fest, dass sich aus den wenigsten ersten Dates noch weitere Treffen ergeben, ein echter Kennenlern-Prozess komme bei ihm somit meist gar nicht zustande. Auch die meisten anderen Proband:innen vermuten, dass die Dating-App vor allem bei dieser Nutzungsintention zu großen Enttäuschungen führen könne (P2, P3, P4, P6). P3 ist der Ansicht, dass er ohne die Nutzung von Tinder glücklicher wäre.

²⁶⁹ Vgl. van Hooff 2020.

²⁷⁰ Vgl. ebd.

Die Erfahrungen der Proband:innen bestätigen die Annahme von Timmermans und Courtois: Da Tinder überwiegend sexuelle Bedürfnisse, als das Bedürfnis nach einer festen Beziehung befriedigen kann, erfahren vor allem Menschen, die nach einem Partner suchen, durch die Dating-App eine nachhaltige Frustration.²⁷¹

Subkategorie 6.4: Akzeptanz von Tinder-Beziehungen im Alltag

Diese Subkategorie geht darauf ein, inwiefern Tinder-Beziehungen und die Nutzung von Tinder im Allgemeinen in der Gesellschaft akzeptiert werden. Die Frage war nicht Teil des Leitfadens, sondern ist bei manchen Interviews aus dem Gespräch heraus entstanden. Daher gibt es von drei der Proband:innen (P1, P2, P3) keine Aussagen dazu.

Entgegen der Ergebnisse der Studien von Christensen und Palmer scheinen die Proband:innen keine Angst vor einer Stigmatisierung zu haben.²⁷² Zwar haben manche von ihnen schon die Erfahrung gemacht, dass Menschen in ihrem Umkreis eher eine abwertende Haltung gegenüber Tinder haben. Grundsätzlich haben sie aber das Gefühl, dass die Nutzung von Dating-Apps mittlerweile gesellschaftlich akzeptiert ist. Keiner der Proband:innen, die auf das Thema eingegangen sind, hätten laut ihren Aussagen ein Problem damit, ihren Umkreis darüber in Kenntnis zu setzen, wenn/dass sie ihre:n Partner:in über Tinder kennengelernt haben (P4, P5, P6). P4 gibt an, sie würde dies sogar bewusst in Szene setzen und zu ihrem Hochzeits-Motto machen wollen. Grundsätzlich fände sie es aber trotzdem „romantischer“(P4), wenn sie ihren Partner nicht über die Dating-App finden würde.

Subkategorie 6.5: Einsamkeit/ Gemeinsamkeit

Diese Subkategorie zählt gezielt auf die Forschungsfrage ein, indem sie untersucht, ob Tinder dabei helfen kann, dass sich Menschen weniger einsam und mehr mit anderen Menschen verbunden fühlen. Bis auf P1 sieht keine:r der Proband:innen in der Dating-App ein überzeugendes Mittel gegen Einsamkeit. P3 ist zwar der Meinung, dass das Potenzial dafür grundsätzlich da wäre:

„wenn die Leute irgendwie das sinnvoll auch nutzen würden, aber machen sie meiner Ansicht nach halt nicht.“(P3)

Denn er habe die Erfahrung gemacht, dass auf Tinder „keine sinnvolle Konversation“ (P3) zustande käme, insbesondere während der Covid-19-Pandemie.

²⁷¹ Vgl. Timmermans und Courtois 2017, S. 66–67.

²⁷² Vgl. Christensen 2020; Palmer 2020.

Einige der Befragten finden aber dennoch, dass die App in manchen Situationen zumindest kurzfristig gegen Einsamkeit helfen kann:

„[...] gerade in so Situationen, wo ich in einer neuen Stadt war oder so, da hat mir Tinder auf jeden Fall extrem geholfen, das Gefühl zu haben, nicht alleine zu sein.“ (P5)

Auch P1 und P2 geben an, sie haben die Dating-App schon in einer neuen Stadt genutzt, um sich weniger einsam zu fühlen und Anschluss zu finden. P6 gibt hingegen an, er könne Tinder als Mittel gegen Einsamkeit allerdings gar nichts abgewinnen, da er die Leute hinter den Bildern ja nicht kenne:

„Also ich fühle mich ja nicht in einer Gemeinschaft, nur weil ich mich bei einer App angemeldet habe.“ (P6)

Die Aussagen der Proband:innen deuten darauf hin, dass die Nutzung von Tinder – wenn überhaupt – nur kurzfristig gegen eine akute Einsamkeit in bestimmten Situationen, wie dem Umzug in eine neue Stadt, helfen kann. Zumindest in der Weise, wie die Dating-App meist genutzt wird, ist sie als Tool gegen eine generelle Einsamkeit laut den Probanden unwirksam. Einen tatsächlichen Beitrag zur Linderung von Einsamkeit leistet die App, wenn Freundschaften oder Beziehungen entstehen. Dies geht aber über die eigentliche Nutzung hinaus und hängt von vielen Faktoren ab.

5.7. Hauptkategorie 7: Tinder(n) in Zeiten von Corona

In der letzten Hauptkategorie wurden alle Aussagen, in denen es um die Covid-19-Pandemie geht, gesammelt und ausgewertet. Damit soll der Einfluss der Covid-19-Pandemie auf die Tinder-Nutzung thematisiert und abgebildet werden.

P1 ist der Meinung, dass sich aufgrund der Covid-19-Pandemie vor allem Leute auf Dating-Apps anmelden, die diese davor noch nicht genutzt haben. Als Beispiel nennt er aber gezielt die Dating-App Bumble und nicht Tinder:

„Es sind eher Leute, kommt mir so vor, auf Bumble, die sonst kein Onlinedating betreiben, weil sie denken: ‚Oh mein Gott, Onlinedating.‘ Aber dann wegen Corona doch Onlinedating machen und sich dann richtig Mühe geben, ihr Profil aufzuziehen.“ (P1)

Für P2 habe die Covid-19-Pandemie maßgeblich dazu beigetragen, dass sie ihren derzeitigen Freund schneller und besser kennengelernt hat:

„Es war halt einfach zu einem Zeitpunkt, zum Anfang der Corona Pandemie und [...] wir haben uns dann einfach gut verstanden und wollten auch Zeit miteinander verbringen und es ging dann halt auch einfach so einfach,

weil man sich ja sonst mit weniger Leuten getroffen hat, zum einen, und zum anderen weil (...) ja, weil man viel weniger andere Dinge machen konnte. [...] und deswegen hat das dann einfach mit reingespielt, dass wir so viel miteinander machen konnten. Zeit verbringen konnten.“(P2)

Die Covid-19-Pandemie trägt in diesem Sinne zur Reduktion der Multioptionalität bei, indem mehr Zeit zur Verfügung steht, sich auf eine Person zu konzentrieren und sich dadurch die Qualität der Interaktion erhöht – ähnlich den Ergebnissen von Aretz ²⁷³, dass intensivere Gespräche auf Dating-Apps geführt werden.

P6 gibt hingegen an, er hätte seine Freundin wegen der Pandemie-Einschränkungen ohne Tinder nie kennengelernt:

„[...] weil wir uns auch öffentlich nie hätten treffen können. Jetzt über Corona wäre es gar nicht möglich gewesen. Und sie wäre eh nicht hier in der Gegend gewesen. Also, ich hätte mit der nie Kontakt aufnehmen können.“(P6)

P3 und P5 sehen sich durch die Covid-19-Pandemie in ihrer Tinder-Nutzung eher eingeschränkt. P3 nutzt Tinder daher aktuell nur sporadisch:

„[w]eil ich das Gefühl habe, dass viele Leute in der Corona-Pandemiezeit, (...) ich glaube es zwar viel nutzen, aber ich glaube nicht wirklich nutzen für irgendwie sinnvolle Dates oder sowas, sondern halt wirklich nur für den Zeitvertreib [...].“(P3)

Dabei denke er schon, dass Tinder das richtige Tool gegen Einsamkeit und Isolation während der Covid-19-Pandemie sein könnte:

„[...] wenn die Leute irgendwie das sinnvoll auch nutzen würden, aber machen sie meiner Ansicht nach halt nicht. Weil, wie gesagt, also bei den meisten Leuten kommt halt keine sinnvolle Konversation zustande, nicht ansatzweise mal irgendwie, so dass du sagen würdest, ok du würdest auch mal mit jemandem telefonieren oder vielleicht dann halt über Skype Zoom etc. pp. [...] aber ja. Machen die Leute halt irgendwie nicht und deswegen [...] (zieht scharf die Luft ein), bringt es einem quasi nichts [...].“(P3)

Durch diese Kategorie wird deutlich, dass die Covid-19-Pandemie einen wesentlichen Einfluss auf die Tinder-Nutzung und das Verhalten der Tinder-Nutzer:innen hat. An dieser Stelle muss jedoch erwähnt werden, dass die Kategorie deduktiv erstellt wurde, aber keine gezielte Befragung zu diesem Thema stattfand. So liegt der Fokus der Arbeit nicht

²⁷³ Vgl. Hochschule Fresenius 2021.

auf Online-Dating in der Covid-19-Pandemie, sondern auf dem Einfluss des Online-Datings auf das Glück. Die Covid-19-Pandemie wird lediglich als ein Faktor betrachtet, welcher die Relevanz des Online-Datings verstärkt. Dementsprechend wurde es den Proband:innen überlassen, das Thema anzusprechen und damit die Relevanz der Covid-19-Pandemie in ihren Interviews selbst zu ermessen.

6. Schlussbetrachtung

In der Schlussbetrachtung werden die Ergebnisse der Auswertung zusammengefasst und in die theoretischen Vorüberlegungen eingeordnet. Außerdem erfolgt eine Reflexion des Forschungsprozesses, welche die Limitationen der vorliegenden Arbeit aufführt.

6.1. Einordnung der Ergebnisse

Die Ergebnisse der Untersuchung zeigen, dass Glück ein sehr vielschichtiges und facettenreiches Konstrukt ist. Partnerschaften und zwischenmenschliche Beziehungen im Allgemeinen spielen für das persönliche Empfinden von Glück für die Proband:innen eine zentrale Rolle. Inwiefern Tinder dazu beitragen kann, dass Menschen Kontakte knüpfen können, die sie glücklich machen, hängt von verschiedenen Faktoren ab. Zentrale Aspekte, die sich durch die gesamte Auswertung ziehen, sind die Effizienz in Verbindung mit der Multioptionalität, die Wahrung einer emotionalen Distanz sowie die Vergänglichkeit und Austauschbarkeit von Interaktionen.

Effizienz

In den Aussagen der Proband:innen spiegelt sich an mehreren Stellen eine Kosten-Nutzen-Abwägung wider, was der These von Illouz entspricht, dass die Partnersuche beim Online-Dating ökonomisiert wird. Wie in der Studie von van Hooff taucht auch in dieser Untersuchung immer wieder der Effizienzgedanke auf. Dieser wird vor allem damit assoziiert, dass die Proband:innen im Vergleich zum Offline-Dating deutlich weniger Aufwand betreiben müssen, um Erfolg zu haben. Was die Proband:innen als „Erfolg“ beim Online-Dating empfinden, hängt von ihren individuellen Nutzungsmotiven ab. Allerdings beabsichtigen grundsätzlich alle, zwischenmenschliche Beziehungen einzugehen, auch wenn sich die Art der Beziehungen und die Intensität der Suche von Proband:in zu Proband:in stark unterscheiden. Die Effizienz von Tinder besteht scheinbar darin, mit mehr Menschen in Kontakt treten zu können als beim Offline-Dating, was vor allem auf die Multioptionalität der Dating-App zurückzuführen ist.

Hieraus entsteht allerdings ein Dilemma, denn die große Auswahl an Menschen führt zwar einerseits scheinbar tatsächlich zu mehr Interaktionen, was auf eine effizientere Suche nach zwischenmenschlichen Beziehungen hindeutet. Andererseits kristallisiert

sich jedoch heraus, dass eine größere Auswahl an potenziellen Partner:innen nicht automatisch zu mehr Erfolg bei der Partner:innensuche führt.

Wie aus den Aussagen hervorgeht, ist die Kontaktaufnahme aufgrund des klar definierten Rahmens und der vorgegebenen Vorgehensweise einfacher, und führt damit zu mehr Interaktionen. Gleichzeitig wird aber das Kennenlernen über die Dating-App als deutlich schwieriger und zerbrechlicher empfunden. Die Proband:innen stellen fest, dass sich aus den wenigsten Matches Gespräche und aus noch weniger Gesprächen Dates entwickeln. Selbst wenn es tatsächlich zu einem Treffen kommt, befinden sich die Nutzer:innen meist selbst dann noch in einem Wettbewerb mit anderen, da Exklusivität in der Partnerschaft, gemäß van Hooff oft erst zu einem späteren Zeitpunkt ausgehandelt wird. Das zeigt sich vor allem in den Erfahrungen von P3 und P5 sowie der geschilderten Vorgehensweise von P1. Darüber hinaus deuten die Aussagen der Befragten darauf hin, dass die Multioptionalität auf Tinder die Suche nach einem:r (Sexual-)Partner:in sogar schon beim Auswahlprozess behindern kann. So können sich Nutzer:innen durch die vielen Möglichkeiten überfordert fühlen, sodass sie nicht mehr in der Lage sind, eine Entscheidung zu treffen und sich auf eine Person festzulegen. Sie hinterfragen ständig, ob sie tatsächlich schon ihr perfektes Match gefunden haben, oder ob sich hinter den nächsten Profilen nicht doch noch etwas Besseres verbirgt. Zudem beobachten manche, dass sie einzelnen Matches – und damit potenziellen Partnern – nur eine geringe Bedeutung beimessen. Für viele ist daher eine versehentlich weggewischte Person ein Missgeschick, das als nicht weiter schlimm empfunden wird. Nur für manche, die tatsächlich die Hoffnung haben, auf Tinder eine feste Beziehung zu finden, wie P3, sind dies verpasste Chancen. Hier wird deutlich, dass die ‚Effizienz‘ von Tinder im Sinne der Multioptionalität in engem Zusammenhang mit einer Austauschbarkeit von Menschen steht. Das Prinzip der Austauschbarkeit scheint sich sogar über die App hinaus auf das Dating-Verhalten zu übertragen, da sich viele Nutzer:innen – zumindest vorerst – mit mehreren Menschen gleichzeitig treffen und erst nach und nach aussortieren. Ob sich dies wirklich auf Tinder zurückführen lässt oder ein generelles Phänomen des heutigen Datings ist, lässt sich durch diese Studie allerdings nicht klären.

Ein Proband (P1) schließt aus seiner Kosten-Nutzen-Abwägung, dass Effizienz nicht mehr Interaktionen, sondern mehr *erfolgreiche* Interaktionen bei geringerem Aufwand bedeutet. Er bevorzugt daher die Bezahlvariante Tinder Gold und die Konkurrenz-App Bumble, da er dort das Auswahlverfahren deutlich zielgerichteter findet. Hierbei spielt auch die Reduktion der Multioptionalität beziehungsweise der Swipe-Logik eine Rolle, worauf im Punkt Vergänglichkeit und Austauschbarkeit näher eingegangen wird.

Emotionale Distanz

Obwohl sich die Lösungsstrategien der Proband:innen zum Teil unterscheiden, ist bei allen das starke Bedürfnis zu erkennen, Unsicherheiten zu reduzieren – zum einen, um

sich vor schmerzhaften Zurückweisungen zu schützen, zum anderen, um in ihrer Vorstellung von der anderen Person beim Übergang von Tinder zur Realität letztendlich nicht enttäuscht zu werden. Wie auch Krüger und Spilde beobachtet haben, wollten die Befragten eine gewisse emotionale Distanz wahren. Dabei kommt ihnen die Funktionsweise von Tinder zur Hilfe, da sie den Nutzer:innen die Möglichkeit bietet, sich ohne großes emotionales Risiko an zwischenmenschliche Beziehungen heranzuwagen. Angefangen bei der Selbstdarstellung auf dem eigenen Profil: Man entscheidet selbst, was man von sich in welcher Weise preisgibt und kann so steuern, wie man von den anderen Nutzer:innen wahrgenommen wird. Obwohl die meisten Proband:innen bei sich und anderen generell Wert auf eine authentische Darstellung legen, sind auch sie darauf bedacht, sich von einer möglichst guten Seite zu zeigen – sie präsentieren also eine zum Teil optimierte Version von sich selbst. Dadurch, dass die Interessensbekundung standardisiert mit zunächst nicht sichtbaren Likes und Nicht-Likes erfolgt, ermöglicht die Funktionsweise der App den Nutzer:innen, Kontakt mit anderen aufzunehmen, ohne sich selbst verletzlich zeigen zu müssen. Verstärkt wird die Möglichkeit zur emotionalen Distanz durch die Multioptionalität, da die Nutzer:innen jederzeit zahlreiche Alternativen zur Verfügung haben, wenn es mit einer Person nicht funktioniert.

Die emotionale Distanz zeigt sich auch immer wieder in den Reaktionen der Proband:innen während der Interviews. So wurden Aussagen über mögliche negative Erfahrungen häufig entweder im „die“-Narrativ formuliert, wie bereits Palmer feststellen konnte, oder durch Lachen relativiert.²⁷⁴ Zudem wurde emotionales Involvement teilweise mit Verzweiflung in Verbindungen gebracht und eher abgelehnt. Dieser spielerische Umgang geht mit den Erkenntnissen von Krüger und Spilde einher.²⁷⁵ Zwei Probanden (P3, P6) schienen sich bei ihrer Tinder-Nutzung emotional weniger zu distanzieren, was darauf zurückgeführt werden kann, dass sie die App tatsächlich als Tool sehen oder sahen, um eine feste Partnerin zu finden. Es zeigt sich, dass sie dadurch deutlich anfälliger für längerfristige Frustrationen durch Tinder waren.

Die emotionale Distanz kann einerseits dazu führen, dass sich Menschen bei Tinder mehr trauen als im Offline-Dating. Vor allem für schüchterne Personen, denen es schwerfällt, andere Menschen anzusprechen, kann das ein großer Vorteil sein. Andererseits kann sie aber auch ein großes Hindernis beim Eingehen von zwischenmenschlichen Beziehungen sein, was im Folgenden näher betrachtet wird.

²⁷⁴ Vgl. Palmer 2020, S. 146.

²⁷⁵ Vgl. Krüger und Spilde 2019.

Vergänglichkeit und Austauschbarkeit

Ein weiterer Aspekt, welcher in den Interviews immer wieder zum Ausdruck kommt, ist die Vergänglichkeit beziehungsweise Kurzfristigkeit und Austauschbarkeit von Interaktionen über Tinder. Dieser Effekt lässt sich maßgeblich auf die Multioptionalität und Swipe-Logik zurückführen und kommt vor allem in der Reflexion und im Nutzungsverhalten zum Ausdruck: Features haben nur einen kurzfristigen Effekt, Superlikes sind schnell vergessen, ebenso wie versehentlich weggewischte Profile durch automatisiertes Swipen und Belohnungsgefühle bei einem Match. Insbesondere die Reflexion der Proband:innen zur Multioptionalität zeigt den Einfluss der Austauschbarkeit auf die Zufriedenheit: Man könnte immer jemand besseren finden und setzt sich weniger mit den Menschen auseinander. Gleichzeitig sind sich die Nutzer:innen bewusst, sich selbst ständig in einem Konkurrenzkampf zu befinden, wodurch unbewusst ihre Selbstdarstellung beeinflusst wird. Diese Austauschbarkeit, die mit der Vergänglichkeit einhergeht, ist bereits in der App durch das als Kartenstapel designte Swipe-Interface und die Auswahl angelegt: wischt man ein Profil weg, erscheint dahinter das nächste. Dies steht im Einklang mit den bisherigen Forschungsergebnissen zur Affordanz von Tinder. Die Interviews offenbaren diesbezüglich ein Paradoxon: Tinder ermöglicht es, durch die Multioptionalität und Swipe-Logik eine emotionale Distanz zu wahren und senkt dadurch das Involvement und das Enttäuschungsrisiko. Gleichzeitig vergrößert die App aber auch die Gefahr, enttäuscht zu werden, da auch die anderen Nutzer:innen ein geringeres Commitment aufbringen und hemmt damit die Beziehungsentwicklung. Dies geht mit Krüger und Spildes Schlussfolgerung einher, dass der spielerische Umgang mit der App nicht Folge der Warenlogik ist, sondern dazu dient, eben jene einzudämmen.²⁷⁶

Es zeigt sich, dass die Proband:innen die App positiver bewerten, je emotional distanzierter sie sind. So wiegen für P3, welcher mit mehr Ernsthaftigkeit tindert, „verpasste Chancen“ durch versehentlich weggewischte Nutzerinnen schwerer als für P4, welche diese schnell vergisst. In der längerfristigen Frustration von P3 wird deutlich, dass die emotionale Distanz des spielerischen Umgangs einen maßgeblichen Einfluss auf die Zufriedenheit beziehungsweise das Glücksempfinden der Proband:innen hat. Auch P6, welcher Tinder mit eindeutigem Beziehungswunsch nutzte und seine Freundin darüber kennengelernt hat, aber Frust durch unerfüllte Hoffnungen auf Liebe kennt, scheint sich dieser Auswirkungen bewusst zu sein und glaubt, dies könne sogar bis zur Depression führen. Tinder hätte damit sogar schwerwiegende Auswirkungen auf das Unglück der Nutzer:innen. Bei den Proband:innen, die eher einen lockeren Umgang mit der App pflegen, ist der Einfluss hingegen nicht so groß (P2 und P5). P1 und P4 haben zwar auch ernste Absichten, P4 hat jedoch eine entspanntere Haltung aufgrund ihres Glaubens. So vertraue sie darauf, dass Gott ihr den richtigen Partner zum richtigen Zeitpunkt schenken werde – egal ob über Tinder oder nicht (P4). P1 hingegen nutzt Tinder Gold und ist

²⁷⁶ Vgl. Krüger und Spilde 2019, S. 16.

damit weniger den Folgen der Multioptionalität und der Swipe-Logik ausgeliefert. Die Bezahlversion reduziert mit dem „Stack“ von Personen, die einen geliked haben, die Vergänglichkeit und Kurzfristigkeit des Swipe-Interfaces. Zwar wird auch hier gewiped, jedoch mit mehr Involvement aufgrund des signalisierten Interesses. Die unterschiedlichen Erfahrungen der Proband:innen zeigen, dass die Vergänglichkeit sowie der Umgang mit dieser die größten Auswirkungen auf das Glück beziehungsweise Unglück der Nutzer:innen hat.

Weiter zeigt sich, dass die Features, welche die Chancen erhöhen sollen, keinen Einfluss auf die Minderung der Vergänglichkeit haben, da diese kaum oder nur kurzfristige Effekte zeigen. Sie leisten damit höchstens einen Beitrag zum Game-Charakter der App, werden aber auch kaum genutzt, da ihnen keine besondere Bedeutung beigemessen wird. Daraus lässt sich schließen, dass der Spielfaktor weniger im Fokus steht als der Erfolg.

Multioptionalität im Auswahlprozess

Wie bereits herausgestellt wurde, dient der spielerische Umgang der emotionalen Distanz. So sollen die Auswirkungen der Multioptionalität in Kombination mit der Swipe-Logik – Vergänglichkeit und Austauschbarkeit – eingedämmt werden. Die Multioptionalität beeinflusst jedoch auch den Auswahlprozess. In der Reflexion war Oberflächlichkeit ein zentrales Thema und wurde eher negativ bewertet. Die Aussagen zur Selbstdarstellung zeigen, dass diese ebenfalls auf die Multioptionalität zurückzuführen ist. Zum einen dient Oberflächlichkeit im Auswahlprozess als übergeordneter Filter, um die Multioptionalität einzudämmen, zum anderen, um im „Wettbewerb“ zu bestehen.²⁷⁷ Es zeigt sich jedoch, dass Authentizität eine übergeordnete Rolle für die Attraktivität eines Profils spielt und auch der Beschreibungstext wird in die Entscheidung miteinbezogen und ist letzten Endes ausschlaggebend. Für P6 haben die Erfahrungen beim Dating sogar dazu geführt, schon beim Swipen weniger auf das Optische und mehr auf das Charakterliche zu achten. Authentizität und Charakter sind wichtige Werte, die App nötigt die Nutzer:innen durch die Multioptionalität und die Geschwindigkeit der Swipe-Logik jedoch regelrecht dazu, oberflächlich zu sein. Dies wird durch die Bezahlversion zusammen mit der Austauschbarkeit verringert. Gleichzeitig können auf Tinder zunächst viele Likes und damit „Chancen“ (P1) vergeben werden, was P1 zufolge, weniger oberflächlich sei, jedoch führt dies lediglich dazu, dass sich der Auswahlprozess zeitlich auf das Chaten oder sogar Dating verschiebt. Die Erfahrungen von P3, welcher oftmals kein zweites Date erhielt, und von P5, welche nach mehreren Treffen „aussortiert“ (P5) wurde, zeigen, dass dies negative Auswirkungen haben kann und die Frustration verstärkt. Dieses Problem würde ohne die Multioptionalität nicht entstehen, da weniger Kontakte parallel

²⁷⁷ Vgl. Illouz 2007; 2012.

geknüpft werden können. Dies zeigt, dass die emotionale Distanz im Auswahlprozess nicht davor schützt, zu einem späteren Zeitpunkt abgewiesen zu werden, wo eventuell bereits emotionales Involvement besteht. In diesem Sinne bewahrt Tinder zwar vor Verletzungen beim ersten Auswahlprozess, jedoch nicht mit Fortschreiten der Interaktion. Die App steigert damit sogar die Wahrscheinlichkeit, zu einem späteren Zeitpunkt erst recht verletzt zu werden. Auch hier deutet sich eine Ausweitung des Problems über die App hinaus an. Darüber hinaus kommt zum Ausdruck, dass die Multioptionalität auf Tinder womöglich die Wahrnehmung der Welt jenseits der Dating-App beeinflusst. So sagen zwei Proband:innen (P2 und P6), sie hätten ohne Tinder ihren Partner:in nicht kennengelernt – P6 betont aber in der Reflexion, dass man aufpassen müsse, dass man nicht vergisst, dass auf Tinder nur ein Bruchteil der Menschen ist, die im „anderen Leben“ herumlaufen. Im Allgemeinen wird Tinder immer wieder vom „Reallife“ (P2, P5), „wahren Leben“ (P1, P6), oder der „Realität“ (P4, P6) abstrahiert, als handele es sich um eine abgetrennte Welt, mit eigenen Regeln. Dabei ist unklar, ob es sich nur um Floskeln handelt oder Tinder auf der zweiten Ebene der technologischen Vermittlung die Wahrnehmung beeinflusst.

Interessant ist in dieser Hinsicht auch, dass kaum ein Bewusstsein oder Kenntnisse über die Funktionsweise von Tinder bei den Proband:innen vorliegen, beziehungsweise diese nicht weiter hinterfragt wird, mit Ausnahme von P1. Der beschriebene Einfluss des Algorithmus wird auch hier eher heruntergespielt, wie die von Lachen begleiteten Reaktionen von P4 und P6 zeigen. Der pragmatische Umgang von P1, welcher seine Kenntnisse zu seinem eigenen Vorteil nutzt, veranschaulicht die gegenseitigen Wechselwirkungen in der Interaktion mit KI-basierten Technologien, von der auch soziologische Affordanz-Konzepte ausgehen. Ob dieser Umgang zum Erfolg von P1 beiträgt, lässt sich hier nicht sagen. Zumindest vermittelt dies aber ein Gefühl von Eigenbestimmtheit beim Tindern und somit bei der Partnersuche, was eventuell auch ein Erfolgsfaktor sein könnte. Allerdings zeichnet sich bei P1 auch ein Überdruß ab, woraufhin die App deinstalliert wird, um „detox“ (P1) zu betreiben. Dass P1 aber dann doch wieder „schwach“ (P1) wird, lässt sich auf die Möglichkeiten zurückführen, die Tinder suggeriert. So reinstalliert P1 die App mit Optimismus, relativiert jedoch, dass man „auch gar nicht so viele krass coole Leute trifft“ (P1). Hier deutet sich der Suchtfaktor an, der von einem Teil der Proband:innen auch explizit benannt wird. Dies limitiert den selbstbestimmten Umgang mit der App und zeigt, dass der Einfluss seitens Tinder auf den:die Nutzer:in doch größer ist als die Handlungsfähigkeit des Individuums. Es deutet sich an, dass der Spielraum in der Nutzung nur die Freiheit in der Partnersuche suggeriert. Dass die Verlockung von Tinder in der Suggestion besteht, zeigt die Zusammenführung der Auswirkungen von scheinbarer Effizienz und Vergänglichkeit auf das Glück.

Erfolg auf Tinder und Glück

Die positiven Erfahrungen der Proband:innen zeigen, dass Tinder zu zwischenmenschlichen Kontakten und damit zum individuellen Glück beitragen kann, allerdings ergibt sich aus der tieferen Auseinandersetzung, dass dieser Prozess nicht so einfach funktioniert, wie die App es suggeriert. Die große Auswahl, die einfache Kontaktaufnahme, die empfundene Effizienz und auch die Belohnungsgefühle sind Elemente, die dazu beitragen, dass Interaktionen stattfinden und Kontakte geknüpft werden. Gleichzeitig verleiten sie die Nutzer:innen aber auch dazu, sich weniger auf eine Person einzulassen, so werden mehrere Kontakte parallel geknüpft. Der Großteil der Befragten hat durch Tinder schon mindestens einmal eine feste Beziehung gefunden – im Falle von P2 und P6 bedeutet das auch aktuell einen Beitrag zu ihrem persönlichen Glück. Inwiefern dieses Glück allerdings auf die Dating-App zurückzuführen ist, ist fraglich. Denn zum einen wird das Finden eines Partners über Tinder eher auf Zufall oder Schicksal, als auf die Affordanz der App zurückgeführt. Zum anderen zeigt sich, dass Erfolg auf Tinder nicht automatisch zu Glück führt. So haben zwar auch andere Proband:innen gute Erfahrungen gemacht, indem sich durch Tinder Freundschaften, schöne Dates und Sex ergeben haben. Manche von ihnen, wie P5, sind allerdings auch schon mehrere zwischenmenschliche Beziehungen eingegangen, die sie eher unglücklich gemacht haben. Das Glück in solchen Beziehungen hängt demnach von mehreren Faktoren ab.

Die Aussagen der Proband:innen zahlen auf die These von Krüger und Spilde ein, dass Tinder – zumindest in der Basisversion – kein Tool zur Partnervermittlung, sondern zur Erhöhung der Interaktionen ist.²⁷⁸ Tinder suggeriert damit nur ein leichteres Kontaktenknüpfen, über das der Gaming-Charakter und die kurzfristigen Belohnungsgefühle nur zeitweise hinwegtäuschen können, wie die anhaltende Frustration bei ausbleibendem Erfolg zeigt. Vor allem Menschen, die Tinder ernsthaft nutzen, um eine:n feste:n Partner:in zu finden, sind aufgrund der beschriebenen Affordanz von Tinder dem Risiko einer langfristigen, unterschweligen Frustration ausgesetzt. Daraus resultierende psychische Erkrankungen, wie Depressionen, werden von einem Probanden für möglich gehalten. Auch hier muss allerdings angemerkt werden, dass die Frustration nicht vollständig auf Tinder zurückzuführen ist, da eine langwierige Partnersuche unabhängig von einer Dating-App zu Frust führen kann. Die Ergebnisse zeigen, dass Menschen wie P3, die nachhaltig wenig Erfolg auf Tinder haben, eher dazu neigen, ihre Frustration vollständig auf die Dating-App zu projizieren. Allerdings lassen die Aussage der Proband:innen darauf schließen, dass die Affordanz von Tinder diese tatsächlich auslösen oder verstärken kann. Es zeigt sich, dass zeitweiser Erfolg (wie bei P1, P5 und P6) zu einer weniger kritischen Bewertung der App und des Tinders führt und negative Aspekte, die sich

²⁷⁸ Vgl. Krüger und Spilde 2019.

in der tiefgehenden Reflexion zeigen, relativiert. Tinder täuscht dadurch über Bedenken bei der Nutzung hinweg. Hier wirkt auch die emotionale Distanz verstärkend, indem sie möglichen Frust verharmlost.

Einfluss der Corona-Pandemie

Die Erfahrungen einiger Proband:innen zeigen, dass sich das Online-Dating während der Covid-19-Pandemie deutlich verändert hat. So konnten sie sich nicht mehr leichtfertig mit vielen Menschen in kürzester Zeit treffen. Wie Aretz vermutet hat, führte dies dazu, dass sich die Nutzer:innen verstärkt auf einzelne Personen einlassen, wodurch Gespräche intensiver und länger wurden und Dates letztendlich mehr Bedeutung gewannen.²⁷⁹ Zwei der Proband:innen (P2 und P6) haben in dieser Zeit ihre Partner über Tinder gefunden. Das lässt darauf schließen, dass die Umstände der Covid-19-Pandemie der Multioptionalität auf Tinder entgegenwirken und so die Chancen auf eine Partnervermittlung tendenziell erhöhen. Ein Proband (P3) kann diese These allerdings nicht bestätigen: Sein Bedürfnis nach Interaktionen und tiefgehenden Gesprächen konnte aufgrund des geringen Involvements der Nutzerinnen nicht befriedigt werden. Dies zeigt erneut, dass das Glück beim Tindern von der eigenen Nutzungsweise und von der anderer Nutzer:innen abhängt, welche maßgeblich von emotionaler Distanz geprägt wird und durch die Multioptionalität und Affordanz der App entstehen. So gesehen ist die erfolglose Nutzung zum Teil auf Tinder zurückzuführen und nicht, wie P3 sagt, auf die anderen Nutzer:innen, die die App während der Covid-19-Pandemie nicht sinnvoll nutzen würden.

6.2. Kritische Reflexion des Forschungsprozesses

Da es sich bei der Studie um eine nicht repräsentative qualitative Studie im Rahmen einer Forschungsarbeit handelt, weist sie eine Reihe von Limitationen auf. Grundsätzlich ist die qualitative Forschung mit dieser Stichprobe nicht auf die gesamte Zielgruppe der Studie beziehungsweise auf alle Tinder-Nutzer:innen übertragbar. Aufgrund der geringen soziodemographischen Auswahlkriterien der Proband:innen ergibt sich zudem eine limitierte Perspektive aus den Befragungen. Auch die geringe Anzahl der Befragten gibt nur exemplarische und subjektive Einblicke in die Gedankenwelt von Tinder-Nutzer:innen und lässt sich nicht generalisieren. Um weitere Forschungen dahingehen zu verbessern, könnten mehr Proband:innen anhand zusätzlicher soziodemographischer Auswahlkriterien befragt werden. Diese würden zudem eine Analyse und Vergleiche aus neuen Perspektiven erlauben. Wie schon in Kapitel [4.2](#) erwähnt, spielt bei der Befragung der Proband:innen zudem die Bekanntheit gegenüber den Forscherinnen eine wichtige Rolle. Aufgrund der tiefgehenden und zum Teil auch intimen Ergebnisse gehen wird jedoch davon ausgegangen, dass die Balance zwischen Nähe und Distanz mit Blick auf die

²⁷⁹ Vgl. Hochschule Fresenius 2021; Aretz 2021.

Proband:innen und Forscherinnen gut gelöst wurde und eher positive Auswirkungen auf die Ergebnisse hatte. Trotzdem muss eine mögliche Verzerrung der Ergebnisse durch soziale Erwünschtheit in Erwägung gezogen werden.

Bei der Interviewführung treten ebenfalls Limitationen auf. Da die vorliegende Arbeit in einer Gruppenarbeit erstellt wurde, wurden die Interviews von vier verschiedenen Forscherinnen geführt und ausgewertet. Trotz vorher erstelltem einheitlichem Leitfaden und getroffener Interviewregelungen hat jede Forscherin einen anderen persönlichen Interviewstil. Diese unterschiedlichen Ansätze können zwar zu neuen und interessanten Ergebnissen führen, haben aber gleichzeitig auch zur Folge, dass die Interviews nur bedingt eine Vergleichbarkeit zulassen. Die Forscherinnen haben bei der Interviewführung maßgeblich von dem theoriegestützten Leitfaden profitiert. Trotzdem wurden, in der entspannten Gesprächssituation, vereinzelt suggestive Fragen gestellt, die nicht in die Bewertung hätten einfließen dürfen. Als positiv wird von den Forscherinnen zudem die Interviewführung über Zoom bewertet. Es konnten dahingehend keine negativen Auswirkungen aufgrund der Interviewführung über Videocall festgestellt werden. Stattdessen hatten die Forscherinnen das Gefühl, dass intime Themen wie Gefühle, Liebe, Sex, oder enttäuschende Erfahrungen auf Seiten der Proband:innen leichter, offener und ausführlicher an- und ausgesprochen wurden. Ein Grund dafür könnte die vertraute Umgebung sein, in der sich die Proband:innen während des Gesprächs per Videocall befanden.

Die Kombination aus deduktiver und induktiver Kategorienbildung im Anschluss an die Interviews ermöglicht zum einen, dass alle Aussagen in die Auswertung mit einbezogen wurden. Zum anderen führt vor allem die induktive Kategorienbildung anhand der Aussagen der Proband:innen dazu, dass in einigen induktiv gebildeten Subkategorien nur wenige Aussagen von einzelnen Proband:innen enthalten sind. Die Bildung von kleinteiligen (Sub-) Kategorien war für die Forscherinnen relevant, da nur so die Vielschichtigkeit der Thematik optimal erfasst werden kann. Zudem lässt sich aufgrund der Kategorienbildung und auch der Einteilung der Aussagen in die Kategorien eine gewisse Subjektivität im Hinblick auf die Auswertung und Interpretation der Ergebnisse nicht vermeiden. Um dem so gut wie möglich entgegenzuwirken, erfolgte die Kategorienbildung sowie die Zuordnung mehrdeutiger Aussagen in der Diskussion mit allen vier Forscherinnen.

Die Interpretation der Ergebnisse bleibt durch den Einfluss der Forscherinnen immer subjektiv und kann keinen Anspruch auf Objektivität erheben. Auch die Erhebungssituation hat einen Einfluss auf die Ergebnisse der Studie. Die durchgeführte qualitative Untersuchung gewährt jedoch tiefere Einblicke in die Gedanken und Gefühle der Tinder-Nutzer:innen und zeigt, welche Auswirkungen die Tinder-Nutzung auf das Gefühl von Einsamkeit oder Gemeinsamkeit haben kann.

Die kritische Reflexion in diesem Kapitel kann und sollte als Anregung und Verbesserung für weiterführende Forschung zu diesem Thema verwendet werden. Zudem sollten sie in Bezug auf mögliche Schlussfolgerungen beachtet werden.

7. Fazit und Ausblick

Das Ziel dieser Forschungsarbeit war es, herauszufinden, inwieweit Tinder Menschen näher zusammenbringen kann. Außerdem sollte untersucht werden, ob die Dating-App zum Glück der Nutzer:innen beiträgt. Rein oberflächlich betrachtet können beide Fragen mit „Ja“ beantwortet werden, da die Proband:innen der Studie über Tinder durchaus zwischenmenschliche Beziehungen gefunden haben und solche Beziehungen für sie grundsätzlich einen großen Faktor für ihr persönliches Glücksempfinden darstellen. Durch die tieferegehende Forschung und differenzierte Auswertung der Aussagen erweist sich die Glückssuche auf Tinder allerdings als vielschichtig und ambivalent. Die Ergebnisse bestätigen und erweitern zum Großteil die bisherigen Studien zu diesem Thema, die in den theoretischen Grundlagen vorgestellt wurden.

Die Untersuchung zeigt, dass Effizienz eine zentrale Rolle bei der Nutzung von Online-Dating spielt und in engem Zusammenhang mit der Auswahl und der vereinfachten Kontaktaufnahme steht. Es stellte sich jedoch heraus, dass eben diese Faktoren zur Vergänglichkeit und Austauschbarkeit von Interaktionen über Tinder führen und somit das erfolgreiche Knüpfen von Kontakten eher behindern. Tinder schafft eine Atmosphäre von emotionaler Distanz, die sowohl als Reaktion auf das Problem als auch als dessen Ursache gesehen werden kann. So dient die emotionale Distanz einerseits als Schutzmechanismus und führt andererseits, entsprechend Illouz, zu einem geringeren Commitment und damit erst recht zur Verletzungsgefahr. Das Risiko, verletzt oder enttäuscht zu werden, wird, wie sich zeigte, dadurch lediglich auf einen späteren Zeitpunkt des Datingverlaufs verschoben. Weiter wurde deutlich, dass die positiven Erfahrungen sowie die wahrgenommene Effizienz, die emotionale Distanz und der daraus resultierende spielerische Umgang über dieses Problem hinwegtäuschen. Die Tiefeninterviews haben hier eine zum Teil ethische Reflexion angestoßen, die kritische Sichtweisen offenbart.

Es lässt sich festhalten, dass insbesondere die Basisversion von Tinder, die Entstehung von langfristigen Kontakten zwar nicht ausschließt, aber zumindest hemmt. Im Gegensatz dazu kann die Bezahlversion Tinder Gold durch die Reduktion der Multioptionalität und Austauschbarkeit auch die Vergänglichkeit der Interaktionen ein Stück weit reduzieren. Dies bestätigt die These von Spilde und Krüger, dass das Geschäftsmodell von Tinder nicht die Partnervermittlung, sondern die Erhöhung von Interaktionen ist und sich die effizientere Form der Vermittlung über Tinder Gold bezahlen lässt.²⁸⁰ Auch die

²⁸⁰ Vgl. Krüger und Spilde 2019, S. 15–17.

These, dass dadurch Bedürfnisse geweckt werden, die die Bezahlversion verspricht zu befriedigen, lässt sich in Teilen bestätigen.²⁸¹

Dass Tinder grundsätzlich Glücksgefühle bei seinen Nutzer:innen auslöst, lässt sich allein schon auf die Funktionsweise zurückführen, da die Belohnungsgefühle zur weiteren Nutzung motivieren sollen. Allerdings zeigen die Aussagen der Proband:innen, dass diese meist nur von kurzer Dauer sind und somit nur wenig Einfluss auf das tatsächliche Glück haben. Langfristiges Glück kann jedoch durchaus aus der Nutzung von Tinder entstehen, wenn sich dadurch zwischenmenschliche Beziehungen entwickeln, die die Nutzer:innen glücklich machen. Dies hängt allerdings von vielen verschiedenen Faktoren ab und ist daher nur teilweise auf Tinder zurückzuführen. Hingegen lässt sich feststellen, dass die von Vergänglichkeit und Austauschbarkeit geprägte Funktionsweise der App, die Glückssuche auf Tinder vor allem für die Menschen behindert, die sich durch die Nutzung eine:n feste:n Partner:in erhoffen. Außerdem zeigt sich, dass das Risiko einer längerfristigen Frustration umso größer ist, je höher das emotionale Involvement der Nutzer:innen ist. Obwohl eine über längere Zeit erfolglose Partnersuche ohnehin zu Frustrationen führen kann, deuten die Aussagen darauf hin, dass diese durch die Affordanz der App zumindest zum Teil ausgelöst oder verstärkt werden kann.

In der Untersuchung deutete sich außerdem an, dass die Covid-19-Pandemie die Chancen, das Glück mittels Tinder zu finden, positiv beeinflussen kann. Die Entschleunigung, die die Covid-19-Pandemie auch in anderen Lebensbereichen mit sich bringt, ermöglicht eine tiefere Auseinandersetzung mit den Mitmenschen. Dies kann der Effizienz und der Austauschbarkeit auf Tinder entgegenwirken und fördert so die Entstehung von Kontakten.

Hieraus lassen sich wichtige Implikationen für die Digitale Ethik ableiten: Es ist möglich den Umgang mit digitalen Technologien so zu gestalten, dass wir uns nicht völlig von ihnen leiten lassen, sondern sie so nutzen, wie es unseren Bedürfnissen gerecht wird. So legt auch das Affordanz-Konzept keinen technologischen Determinismus zugrunde, sondern eine dynamische Interaktion zwischen Mensch und Medium. Gleichwohl zeigt die Untersuchung, welches Ausmaß der technologische Einfluss annehmen kann, wenn, wie auf Tinder, eine Art Gruppendynamik entsteht. Es deutete sich an, dass dieser Einfluss gravierende Auswirkungen auf unser Leben haben kann. Hier bedarf es jedoch weiterer Forschung. Fragestellungen hierfür könnten folgendermaßen lauten: (1) Inwiefern trägt Tinder dazu bei, dass die Austauschbarkeit auf das Dating-Verhalten über die App hinaus übertragen wird? (2) Ist die Bezeichnung der Dating-Welt außerhalb Tinders als „wahres Leben“ etc. nur eine Floskel oder ein Hinweis darauf, dass sich die Wahrnehmung der Realität verändert?

²⁸¹ Vgl. Krüger und Spilde 2019, S. 15–17.

Literatur- und Quellenverzeichnis

- Aretz, Wera (2015): Match me if you can: Eine explorative Studie zur Beschreibung der Nutzung von Tinder. In: *Journal of Business and Media Psychology* 6, Nr. 1, S. 41–51.
- Aretz, Wera; Gansen-Ammann, Dominic-Nicolas; Mierke, Katja; Musiol, Annika (2017): Date me if you can: Ein systematischer Überblick über den aktuellen Forschungsstand von Online-Dating. In: *Zeitschrift für Sexualforschung* 30, Nr. 1, S. 7–93.
- Arte (2019), <https://www.arte.tv/de/videos/085801-001-A/dopamin/> (24.02.2021).
- Bortz, Jürgen; Döring, Nicola (2006): *Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaften*. 4. überarb. Auflage, Heidelberg: Springer Medizin Verlag.
- Christensen, MacKenzie A. (2021): „Tindersluts“ and „Tinderellas“: Examining the Digital Affordances Shaping the (Hetero) Sexual Scripts of Young Women on Tinder. In: *Sociological Perspectives* 64, Nr. 3, S. 432–449.
- David, Gaby; Cambre, Carolina (2016): Screened Intimacies: Tinder and the Swipe Logic. In: *Social Media + Society* 2, Nr. 2, S. 1–11.
- Davis, Jenny L.; Chouinard, James B. (2016): Theorizing Affordances: From Request to Refuse. In: *Bulletin of Science, Technology & Society* 36, Nr. 4, S. 241–248.
- Duden (o.J.), <https://www.duden.de/synonyme/Authentizitaet> (24.02.2021).
- Ehrenfeld, Franziska (2020): Corona-Einsamkeit: Alt und Jung sind betroffen. In: *SWR Wissen* (18.12.), <https://www.swr.de/wissen/corona-einsamkeit-alt-und-jung-betroffen-100.html> (24.02.2021).
- Evans, Sandra K.; Pearce, Katy E.; Vitak, Jessica; Treem, Jeffrey W. (2017): Explicating Affordances: A Conceptual Framework for Understanding Affordances in Communication Research. In: *Journal of Computer-Mediated Communication* 22, Nr. 1, S. 35–52.
- Faraj, Samer; Azad, Bijan (2012): The materiality of technology: An affordance perspective. In: Leonardi, Paul; Nardi, Bonni; Kallinikos, Jannis (Hrsg.): *Materiality and organizing*. Oxford: Oxford University Press. S. 237–258.
- Flick, Uwe; Kardorff, Ernst; Steinke, Ines (2015): *Qualitative Forschung. Ein Handbuch*. 11. Auflage, Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.

- Gheaus, Anca (2018): Personal Relationship Goods. In: *The Stanford Encyclopedia of Philosophy Archive* (04.09.), <https://plato.stanford.edu/archives/fall2018/entries/personal-relationship-goods/> (24.02.2021).
- Gibson, James Jerome (1982): *Wahrnehmung und Umwelt. Der ökologische Ansatz in der visuellen Wahrnehmung.* München: Urban & Schwarzenberg (engl. 1979).
- GIM research (2020), <https://www.g-i-m.com/de/corona-faqs.html> (24.02.2021).
- Görz, Günther; Schneeberger, Josef; Schmid, Ute (2014): *Handbuch der Künstlichen Intelligenz.* München: Oldenbourg.
- Govrin, Jule (2019). More Substance Than a Selfie? Affektökonomie des Authentischen beim Onlinedating. In: Mühlhoff, Rainer; Breljak, Anja; Slaby, Jan (Hrsg.): *Affekt macht Netz. Auf dem Weg zu einer Sozialtheorie der Digitalen Gesellschaft.* Bielefeld: Transcript Verlag. S. 183–202.
- Grimm, Petra; Zöllner, Oliver (Hrsg.) (2015): *Ökonomisierung der Wertesysteme: Der Geist der Effizienz im mediatisierten Alltag.* Stuttgart: Steiner.
- Hettlage, Robert (2015): *Das Prinzip Glück.* Wiesbaden: Springer VS.
- Hochschule Fresenius (2021), <https://www.hs-fresenius.de/pressemitteilung/studie-zu-online-dating-zeigt-social-dater-leiden-stark-unter-dem-lockdown/> (24.02.2021).
- Hopf, Christel (2015): Qualitative Interviews – ein Überblick. In: Uwe Flick; Ernst von Kardorff; Ines Steinke (Hrsg.): *Qualitative Forschung. Ein Handbuch.* Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag. S. 349–359.
- Illouz, Eva (2007): *Cold Intimacies: The Making of Emotional Capitalism.* Cambridge: Polity Press.
- Illouz, Eva (2012): *Why Love Hurts: A Sociological Explanation.* Cambridge: Polity Press.
- Inglis, Tom (2014): Das neue Opium des Volkes. In: *The European* (20.04.), <https://www.theeuropean.de/tom-inglis/8193-liebe-in-zeiten-des-kapitalismus> (24.02.2021).
- Iyengar, Sheena S.; Lepper, Mark R. (2000): When choice is demotivating: Can one desire too much of a good thing? In: *Journal of personality and social psychology* 79, Nr. 6, S. 995–1006.
- Katz, Elihu (1959): Mass communications research and the study of popular culture: an editorial note on a possible future for this journal. In: *Studies in Public Communication* 2, S. 1–6.

- Katz, Elihu; Blumler, Jay G.; Gurevitch, Michael (1973): Uses and Gratifications Research. In: *Public Opinion Quarterly* 37, Nr. 4, S. 509–523.
- Katz, Elihu; Foulkes, David (1962): On the use of the mass media as „escape“: Clarification of a concept. In: *Public Opinion Quarterly* 26, Nr. 3, S. 377–388.
- Koschel, Kay-Volker; Frieß, Hans-Jürgen (2020): Qualitative Forschung in Zeiten von Corona. Ein Tsunami für die Forschungslandschaft. In: *planung&analyse* (17.04.), <https://www.horizont.net/planung-analyse/nachrichten/qualitative-forschung-in-zeiten-von-corona-ein-tsunami-fuer-die-forschungslandschaft-182202> (24.02.2021).
- Kromrey, Helmut (2006): *Empirische Sozialforschung. Modelle und Methoden der standardisierten Datenerhebung und Datenauswertung*. 11. überarb. Auflage, Stuttgart: Lucius & Lucius.
- Krüger, Steffen; Spilde, Ane C. (2019): Judging books by their covers – Tinder interface, usage and sociocultural implications. In: *Information Communication and Society* 23, Nr. 1, S. 1–16.
- Kuß, Alfred; Wildner, Raimund; Kreis, Hennig (2014): *Marktforschung: Grundlagen der Datenerhebung und Datenanalyse*. Wiesbaden: Springer VS.
- Lalande, Clémentine (2020): Ist ein echtes Treffen noch das Ziel beim Dating? In: *Welt* (10.06.), <https://www.welt.de/icon/partnerschaft/article209296061/Keine-Tinder-Dates-mehr-Ist-ein-echtes-Treffen-noch-das-Ziel-beim-Dating.html> (24.02.2021).
- Lamnek, Siegfried; Krell, Claudia (2016): *Qualitative Sozialforschung. Mit Online Materialien*. 6. überarb. Auflage, Weinheim und Basel: Beltz Verlag.
- Maletzke, Gerhard (1998): *Kommunikationswissenschaft im Überblick – Grundlagen, Probleme, Perspektiven*. Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Match Group, LLC (2012): *Tinder* (Version 12.1.2) [mobile application software]. Abgerufen von: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.tinder> (24.02.2021).
- Matuschek, Milosz (2014): *Das romantische Manifest: Schluss mit der Suche nach der perfekten Liebe*. Berlin: Ch. Links Verlag.
- Mayer, Horst O. (2013): *Interview und schriftliche Befragung. Grundlagen und Methoden empirischer Sozialforschung*. 6. überarb. Auflage, München: Oldenbourg.
- Mayring, Philipp (2000): Qualitative Content Analysis. In: *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research* 1, Nr. 2, <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0002204> (24.02.2021).

- Mayring, Philipp (2015): *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken*. 12. überarb. Auflage, Weinheim: Beltz Verlag.
- Meyen, Michael; Löblich, Maria; Pfaff-Rüdiger, Senta; Riesmeyer, Claudia (2019): *Qualitative Forschung in der Kommunikationswissenschaft. Eine praxisorientierte Einführung*. 2. Auflage, Wiesbaden: Springer VS.
- Misoch, Sabina (2015): *Qualitative Interviews*. Berlin, München und Boston: De Gruyter Oldenbourg.
- Niermann, Uwe; Ziehe, Carmen; Rosemann, Jörg (2016): *Der Kundenverstehrer*. 2. Auflage, Wiesbaden: Springer VS.
- Norman, Donald A. (1989): Dinge des Alltags. Gutes Design und Psychologie für Gebrauchsgegenstände. Frankfurt a. M.: Campus-Verl. (engl. 1988).
- Palmer, Lauren (2020): Dating in the Age of Tinder: Swiping for Love? In: Carter, Julia; Arocha, Lorena (Hrsg.): *Romantic Relationships in a time of Cold 'Intimacies'*. Basingstoke: Palgrave Macmillan. S. 129–149.
- Park, Namsu; Kee, Kerk F.; Valenzuela, Sebastián (2009): Being immersed in social networking environment: Facebook groups, uses and gratifications, and social outcomes. In: *CyberPsychology & Behavior* 12, Nr. 6, S. 729–733.
- Przyborski, Aglaja; Wohlrab-Sahr, Monika (2014): *Qualitative Sozialforschung. Ein Arbeitsbuch*. 4. erw. Auflage, München: Oldenbourg.
- Renner, Karl-Heinz; Jacob, Nora-Corina (2020): *Das Interview. Grundlagen und Anwendung in Psychologie und Sozialwissenschaften*. Berlin und Heidelberg: Springer.
- Rohmann, Elke; Bierhoff, Hans-Werner (2016): Zufriedenheit und Glück in: Bierhoff, Hans-Werner; Frey, Dieter (Hrsg.): *Soziale Motive und soziale Einstellungen*. Göttingen: Hogrefe. S. 279–322.
- Salcher, Ernst F. (1995): *Psychologische Marktforschung*. 2. Auflage, Berlin und New York: Walter de Gruyter GmbH.
- Scheytt, Carla (2020): Telefon- und Videointerviews in der Coronakrise – Reflexion eigener Erfahrungen. In: *Blog der Deutschen Gesellschaft für Soziologie (DGS)* (18.06.), <http://blog.sozioologie.de/community/methoden-der-datenerhebung/telefon-und-videointerviews-in-der-coronakrise-reflexion-eigener-erfahrungen/> (24.02.2021).

- Schmitz, Andreas (2014): Online-Dating als Partnermarkt. Theoretische Charakteristika und methodologisches Potenzial. In: Häring, Armando; Klein, Thomas; Stauder, Johannes; Stoye, Kristian (Hrsg.): *Der Partnermarkt und die Gelegenheit des Kennenlernens*. Wiesbaden: Springer VS. S. 111–136.
- Simon, William; Gagnon, John H. (1986): Sexual Scripts: Permanence and Change. In: *Archives of Sexual Behavior* 15, Nr. 2, S. 97–120.
- Skopek, Jan (2012): *Partnerwahl im Internet. Eine quantitative Analyse von Strukturen und Prozessen der Online-Partnersuche*. Wiesbaden: Springer VS.
- Statista (2020a), <https://de.statista.com/prognosen/891022/online-singleboersen-anzahl-der-nutzer-weltweit> (24.02.2021).
- Statista (2020b), <https://de.statista.com/prognosen/654909/online-singleboersen-anzahl-der-nutzer-in-deutschland> (24.02.2021).
- Statista (2020c), <https://de.statista.com/prognosen/642353/dating-services-online-umsatz-in-deutschland> (24.02.2021).
- Steinhardt, Isabel (2019): Datenschutz und qualitative Videointerviews. In: *Hypothesen* (10.03.), <https://sozmethode.hypothesen.org/819> (24.02.2021).
- Stockebrand, Nina; Spiller, Achim (2008): Authentizität als Erfolgsfaktor im Regionalmarketing: Eine erste Skizze. In: Antoni-Kramer, Irene; Pfriem, Reinhard; Raabe, Thorsten; Spieler, Achim (Hrsg.): *Ernährung, Kultur, Lebensqualität – Wege regionaler Nachhaltigkeit*. Marburg: Metropolit Verlag. S. 145–166.
- Stoian, Maria-Steluța (2019): 'Friends, dates and everything in between': Tinder as a mediating technology. In: *Journal of Comparative Research in Anthropology and Sociology* 10, Nr. 1, S. 49–57.
- Strübing, Jörg (2013): *Qualitative Sozialforschung. Eine komprimierte Einführung für Studierende*. München: Oldenbourg.
- Sumter, Sindy R.; Vandenbosch, Laura; Ligtenberg, Loes (2016): Love me Tinder: Untangling emerging adults' motivations for using the dating application Tinder. In: *Telematics and Informatics* 34, Nr. 1, S. 67–78.
- Thomä, Dieter; Henning, Christoph; Mitscherlich-Schönherr, Olivia (2011): *Glück: ein interdisziplinäres Handbuch*. Berlin und Heidelberg: Metzler.
- Timmermans, Elisabeth; Courtois, Cédric (2017): From swiping to casual sex and/or committed relationships: Exploring the experiences of Tinder users. In: *The Information Society* 34, Nr. 2, S. 59–70.

- Timmermans, Elisabeth; De Caluwé, Elien (2017): To Tinder or not to Tinder, that's the question: An individual differences perspective to Tinder use and motives. In: *Personality and Individual Differences* 110, S. 74–79.
- Tinder (o.J.a), <https://www.tinderpressroom.com/about> (24.02.2021).
- Tinder (o.J.b), <https://www.help.tinder.com/hc/de/articles/115004647686-Was-ist-Tinder-> (24.02.2021).
- Tinder (2020), <https://blog.gotinder.com/quarantine-became-the-worlds-largest-icebreaker-on-tinder/> (24.02.2021).
- Toffler, Alvin (1970): *Der Zukunftsschock*. Hamburg: Scherz.
- Urista, Mark A.; Dong, Qingwen; Day, Kenneth D. (2009): Explaining why young adults use MySpace and Facebook through uses and gratifications theory. In: *Human Communication* 12, Nr. 2, S. 215–229.
- Valkenburg, Patti M.; Peter, Jochen (2007): Who visits online dating sites? Exploring some characteristics of online daters. In: *CyberPsychology & Behavior* 10, Nr. 6, S. 849–852.
- Van De Wiele, Chad; Tong, Stephanie T. (2014): Breaking boundaries: The Uses & Gratifications of Grindr. In: *Proceedings of the 2014 ACM International Joint Conference on Pervasive and Ubiquitous Computing (UbiComp '14)*, S. 619–630.
- Van Hooff, Jenny (2020): Swipe Right? Tinder, Commitment and the Commercialisation of Intimate Life. In: Carter, Julia; Arocha, Lorena (Hrsg.): *Romantic Relationships in a time of Cold 'Intimacies'*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, S. 109–127.
- Verbeek, Peter-Paul (2006): Materializing Morality. In: *Science, Technology & Human Values* 31, Nr. 3, S. 361–380.
- Walsh, Mike (2020): *Führen im Zeitalter des Algorithmus. Wie man smart bleibt, wenn die Maschinen smarter sind als man selbst*. München: Verlag Franz Vahlen.
- Ward, Janelle (2016): Swiping, Matching, Chatting: Self-Presentation and Self-Disclosure on Mobile Dating Apps. In: *HUMAN IT* 13, Nr. 2, S. 81–95.
- Ward, Janelle (2017): What are you doing on Tinder? Impression management on a matchmaking mobile app. In: *Information, Communication & Society* 20, Nr. 11, S. 1644–1659.
- Wie-flirte-ich.com (o.J.), <https://www.wie-flirte-ich.com/> (24.02.2021).
- Wiederman, Michael W. (2005): The Gendered Nature of Sexual Scripts. In: *The Family Journal* 13, Nr. 4, S. 496–502.

- Zirfas, Jörg (2014): Glück. In: Wulf, Christoph; Zirfas, Jörg (Hrsg.): *Handbuch Pädagogische Anthropologie*. Wiesbaden: Springer VS, S. 663–673.
- Zillien, Nicole (2008): Die (Wieder-)Entdeckung der Medien – Das Affordanzkonzept in der Mediensoziologie. In: *Sociologia Internationalis* 46, Nr. 2, S. 161–181.
- Zillien, Nicole (2019): Affordanz. In: Liggieri, Kevin; Müller, Oliver (Hrsg.): *Mensch-Maschine-Interaktion*. Stuttgart: Metzler, S. 226–228.
- Zillmann, Doreen (2017): *Von kleinen Lügen und kurzen Beinen. Selbstdarstellung bei der Partnersuche im Internet*. Wiesbaden: Springer VS.
- Zöllner, Oliver (2015): Was ist Ökonomisierung der Wertesysteme? Gibt es einen Geist der Effizienz im mediatisierten Alltag? In: Grimm, Petra; Zöllner, Oliver (Hrsg.): *Ökonomisierung der Wertesysteme: Der Geist der Effizienz im mediatisierten Alltag*. Stuttgart: Steiner, S. 7–25.
- Zweig, Katharina (2019): *Ein Algorithmus hat kein Taktgefühl. Wo künstliche Intelligenz sich irrt, warum uns das betrifft und was wir dagegen tun können*. München: Wilhelm Heyne Verlag.
- 20minuten (2015), <https://www.20min.ch/story/40-prozent-kommen-dank-tinder-zu-sex-328801144353> (24.02.2021).

Anhang

Anhangsverzeichnis

Anhang A: Tracke dich glücklich!	310
Anhang A.1: Gesprächsleitfaden Tiefeninterviews	310
Anhang A.2: Kodierleitfaden Tiefeninterviews	313
Anhang A.3: Fragebogen Onlinebefragung	317
Anhang A.4: Kodierungsplan Onlinebefragung	322
Anhang B: Therapiere dich selbst!	325
Anhang B.1: Gesprächsleitfaden Betroffeneninterviews	325
Anhang B.2: Gesprächsleitfaden Experteninterviews	329
Anhang B.3: Kodierleitfaden Tiefeninterviews	333
Anhang C: Verliebe dich neu!	337
Anhang C.1: Gesprächsleitfaden Tiefeninterviews	337
Anhang C.2: Kodierleitfaden Tiefeninterviews	340

Anhang A: Tracke dich glücklich!

Anhang A.1: Gesprächsleitfaden Tiefeninterviews

Begrüßung & Aufwärmphase:

- Begrüßen [Smalltalk, Setting, generelle Fragen]
- Thema vorstellen und erklären: Bei dieser Studie handelt es sich um ein studentisches Forschungsprojekt. Es geht um das digitale Aufzeichnen von eigenen Körperdaten, also beispielsweise deine Schritte oder Herzfrequenz.
- Wir würden das Interview gerne aufzeichnen. Das ist für uns wichtig, um das Interview transkribieren und auswerten zu können. Dabei werden die Daten selbstverständlich anonymisiert. Ist es für dich in Ordnung, dass wir das Interview aufzeichnen?
→ *Aufnahme starten*
- Wichtig ist, dass wir dich nicht testen möchten und es auch kein richtig oder falsch gibt. Uns interessiert deine ganz persönliche Meinung. Natürlich bleibt auch alles anonym und deine Antworten werden ausschließlich für unser studentisches Forschungsprojekt verwendet.
- Hast du noch Fragen? Falls nicht, können wir jetzt mit dem Interview beginnen.

Erster Frageblock (dokumentarische Fragen)

- Welche Geräte oder Apps nutzt du zum Aufzeichnen deiner Körperdaten? [ggf. Beispiele, falls stockend]
- Was zeichnest du denn damit auf? [Falls Wearable etc.: Was kann dein Gerät?]
- Seit wann nutzt du diese App? Seit wann hast du dieses Gerät?
- Wie bist du auf die Idee gekommen, dir genau diese App runterzuladen/dir dieses Gerät zuzulegen? [ggf. Paywall-Modelle herausfinden, Empfehlungen? Peer-pressure? Ziel: Motivation, wie wurde die entsprechende Technologie ausgewählt]
- Wie funktioniert das? Kannst du mir das erklären?
- Wann nutzt du denn deine App (bzw. das Gerät)? [Wie oft / in welchen Situationen]

Zweiter Frageblock (Vertiefung)

1. Motivation

- Du hast erzählt [Verweis 1. Frageblock], du nutzt folgende Apps/Technologien. Warum? Erzähl doch mal. [Offene Frage; persönlich empfundene Motivation/Beweggründe erfragen]
- Du hast gesagt, du nutzt [genannte Anwendung/Technologie] seit [Zeitpunkt]. Was hast du vor der Nutzung der App/des Gerätes erwartet? [Erwartungen, Ausgangsmotivation]

- Was motiviert dich denn dazu, die App/das Gerät [regelmäßig?] zu nutzen?
- Welche Vorteile hat das für dich? [Benefits subjektiv empfunden?]
- Du hast gesagt, du nutzt die App/das Gerät [soundsooft]. Wie war das denn am Anfang? Hast du das Gefühl, du nutzt die App/Technologie mittlerweile häufiger? Seltener? [Nutzungsverhalten in Bezug auf langfristige Motivation]
- Wovon hängt es ab, wie oft du diese nutzt? Erzähl doch mal. [Art der Motivation, hier auch ggfs. Frage nach Push-Benachrichtigungen i.S.v. „mach doch mal wieder was“]
- Was machst du mit den erhobenen Körperdaten später? [Bsp. Daten als Tagebuch nutzen, Statistikabruf welcher Monat die meisten Schritte hatte]
- Vergleichst du dich und deine Körperdaten mit anderen?
- Spornt dich der Vergleich mit anderen Leuten an? Setzt du dir eigene Ziele [im Sinne von: Persönliche Challenges / Überbieten der eigenen Leistung]? Macht es dir Druck?
Hast du das Gefühl, du müsstest mehr machen, wenn andere „erfolgreicher“ / „aktiver“ sind als du?

2. Daten(-selbst-)verständnis

- Wie ist deine Einschätzung hierzu: Wie privat / sensibel sind deine aufgezeichneten Daten?
- Wer hat Zugang darauf, was du aufzeichnest? Wer könnte sich dafür interessieren? [Ziel: Besteht Bewusstsein über die Verarbeitung der Daten durch a) Unternehmen oder b) Öffentlichkeit aka öffentliche Sichtbarkeit; Kritik? Diese Fragen bewusst offengehalten, da Platz für Diskussion und Reflexion]
- Wie wertvoll schätzt du die Daten für andere / Unternehmen ein?
- Was würdest du sagen, wie gut bist du darüber informiert, wie deine Daten weiterverarbeitet werden?
- Kennst du Bonusprogramme von Krankenkassen oder Versicherungen, die an deine Körperdaten geknüpft sind? [falls unklar, kurz erläutern] Würdest du daran teilnehmen? Wie müsste so ein Programm aussehen, damit du daran teilnimmst?

3. Persönliches Glücksempfinden

- Wie hat sich [getrackte Praxis] durch [Tracking-Technologie] in deinem Alltag verändert?
- Haben sich deine Erwartungen, die du beim Kauf bzw. Herunterladen der App hattest, bestätigt? [oder enttäuscht oder sogar übertroffen; in welchen Aspekten?]
- Hast du jetzt ein positives oder negatives Bild von der Technologie?
- Hilft es dir, deine Ziele zu erreichen? Macht es dich glücklicher?

- Du hast gesagt, du nutzt [xy] seit [Zeitpunkt]. Würdest du sagen, dein Leben hat sich seitdem durch die Erfassung deiner Körperdaten verbessert? Helfen dir die Daten dabei?
- Was wären denn aus deiner Sicht negative Aspekte an der Datenerfassung? Haben sich dadurch Dinge in deinem Leben verschlechtert?

4. Reflexion der Thematik

- Du hast erzählt, dass du [xy] erfasst. Hast du dir schon einmal Gedanken darüber gemacht, weitere Aspekte aufzuzeichnen? Wie wahrscheinlich ist es, dass du dir noch weitere Gadgets oder Apps zulegst?
- Angenommen, du könntest dir jetzt ein eigenes Gerät zur Aufzeichnung deiner Daten oder eine App ausdenken: Wie würde diese aussehen? Welche Funktionen hätte sie?
- Hast du dir vor diesem Interview schon einmal so intensiv Gedanken zur Technologie und der Nutzung gemacht? [ggf.: hat sich deine Haltung hierzu verändert im Laufe des Gespräches]

Bedanken & Verabschieden:

Damit sind wir auch am Ende des Interviews angekommen. Vielen Dank für deine Teilnahme, du hast uns damit wirklich sehr geholfen.

Anhang A.2: Kodierleitfaden Tiefeninterviews

Kategorie	Definition	Ankerbeispiele	Kategorieentwicklung
Hauptkategorie: Nutzungsmotive			
K1: Teilen und Vergleichen	Teilen und Vergleichen der eigenen Körperdaten mit anderen als Motivationsgrund für die Aufzeichnung	„Ich habe das schon öffentlich, weil, wie gesagt, ich finde das manchmal auch ganz nett, irgendwie neue Followers, oder ja... Dass ich jemand follow, obwohl ich den nicht kenne, einfach um so ein bisschen zu sehen, was macht der, eben als Motivation.“ (P2)	Deduktiv
K2: eigene Gesundheit / Fitness	Verbesserung der eigenen Gesundheit bzw. Fitness als Motivationsgrund für die Aufzeichnung	„Also größter Motivator schon die persönliche Fitness, weil ich wirklich sehen kann, dass sich was tut.“ (P2) „Aber so weit ging es eigentlich nur darum, das für mich Zuhause zu überwachen, [...] weil ich jetzt halt Bluthochdruck habe, krankheitsmäßig. Das war die Prämisse dahinter.“ (P4)	Deduktiv
K3: Körperverständnis	Erlangung eines besseren Verständnisses über den eigenen Körper als Motivationsgrund für die Aufzeichnung	„Ja, ja, weil es ist so ein Diagramm und dann kann man genau sehen, wann ich wach war und ja... Wann der Tiefschlaf war.“ (P1)	Deduktiv
K4: Neugierde an Technik	Neugierde an der Technologie als Motivationsgrund für die Aufzeichnung	„Ich nutze es halt gerne. Das ist so bisschen mein... Technikverliebt-heit sowieso, äh, was ja... Was ja bei mir irgendwie so ein bisschen vorrangig ist. Also sei es jetzt die neuen Handy-Technologien oder irgendwas Tolles am PC zu haben oder dann halt eben auch an Technik-Gadgets irgendwie verrückte Sachen auszuprobieren oder irgendwie was Neues immer da zu haben. Das ist ja schon mein... meine Welt, mein Hobby, mein so bisschen... ja nicht mein Erstreben, aber einfach so mein Spaß an der Sache.“ (P4)	Deduktiv
K5: Überblick über Aktivitäten	Erlangung eines Überblicks über die eigenen Aktivitäten als Motivationsgrund für die Aufzeichnung	„Und dann können wir immer nachvollziehen, wo wir wann waren.“ (P1)	Induktiv

K6: Soziale Teilhabe	Soziale Teilhabe (soziale Beziehungen / Kommunikation) als Motivationsgrund für die Aufzeichnung; Peer Pressure	„Und das andere ist sicherlich, ähm, schon auch dieser Gruppenaspekt. Also sowohl mit Leuten, die ich kenne. Sind nicht so viele, jetzt, mit denen ich da so in Zwift... aber trotzdem, dass man weiß, dass andere, die man gut kennt, einen da auch sehe, dass man was gemacht hat. Aber auch generell, diese Tätigkeit nicht alleine machen zu müssen, obwohl ich für mich alleine bin.“ (P2)	Induktiv
K7: Zielerreichung als Selbstzweck	Erreichung von Zielen als Motivationsgrund für die Aufzeichnung. Der Motivator ist hier nicht intrinsisch gegeben (z.B. durch den Wunsch nach einer besseren Fitness), sondern entsteht extrinsisch durch das Aufzeichnungsgerät, auf welchem automatisiert Ziele angezeigt werden, die die Personen erreichen möchten.	„Ja, weil abends gucke ich immer: Habe ich jetzt mein Pensum erfüllt oder nicht.“ (P1)	Induktiv
Hauptkategorie: Glücksempfinden			
K8: positiver Beitrag zum Leben	Die Aufzeichnung von Körperdaten wirkt sich positiv auf das Leben der Personen aus.	„Nein, also fast ausschließlich positiv. Wirklich, ja. Für mich ist das eine sehr tolle Entwicklung.“ (P2)	Deduktiv
K9: neutraler Beitrag zum Leben	Die Aufzeichnung von Körperdaten hat keinen erkennbaren positiven oder negativen Einfluss auf das Leben der Personen.	„I: Und wenn du siehst, dass du schlecht geschlafen hast, was löst das in dir aus? P3: Eigentlich nichts. Ist eher so: ‚Ah interessant‘.“ (P3)	Deduktiv
K10: negativer Beitrag zum Leben	Die Aufzeichnung von Körperdaten wirkt sich negativ auf das Leben der Personen aus.	„...dass mich das dann schon teilweise auch unter Druck setzt.“ (P6)	Deduktiv
Hauptkategorie: Datenschutz			
K11: Datenschutzbewertung – wichtig	Personen, die angeben, dass ihnen der Schutz ihrer eigenen Daten wichtig ist.	„Ähm, ja, ich guck natürlich schon immer, also grob mal drüber, was die jetzt für Daten haben wollen [...]“ (P4)	Deduktiv

K12: Datenschutzbewertung – unwichtig	Personen, die angeben, dass ihnen der Schutz ihrer eigenen Daten nicht wichtig ist.	„Nein. Nein, gar nicht, ich habe es einfach heruntergeladen. Genau, da bin ich vielleicht wirklich auch ein bisschen unkritisch bei so Sachen.“ (P2)	Deduktiv
K13: Verhalten an Datenschutzabwägungen angepasst	Personen, die aufgrund von Datenschutzabwägungen explizit Dinge tun oder unterlassen.	„Ich würde sagen, zu 80% haben die meisten einfach ein Foto von sich oder sogar mit dem Partner oder so darauf. Das würde ich jetzt nicht machen. Eben gerade so aus persönlichen oder Datenschutzgründen, genau.“ (P2)	Induktiv
K14: Verhalten nicht an Datenschutzabwägungen angepasst	Personen, die Datenschutzabwägungen treffen, ihr Verhalten jedoch nicht daran anpassen bzw. sich nicht entsprechend ihrer Abwägungen verhalten.	„Was ich schon mal überlegt habe, man kann ja gerade bei Strava auch diesen Umkreis um das Haus oder so herum, kann man einen Kilometer wie blockieren, dass man es nicht genau sagen kann, von wo man losläuft, weil man läuft ja von zu Hause aus los. Das habe ich jetzt nicht gemacht.“ (P2)	Induktiv
K15: Ökonomisierung von Daten: aufgeschlossen	Personen, die gegenüber der monetären Nutzung ihrer eigenen Daten oder Daten anderer Personen aufgeschlossen sind.	„Aber wenn jetzt z.B. die Krankenkasse sagen würde, wenn ich jetzt zweimal am Tag putze, bekomme ich einen Vorteil, dann würde ich das schon machen und mich auch motivieren.“ (P3)	Induktiv
K16: Ökonomisierung von Daten: skeptisch	Personen, die gegenüber der monetären Nutzung ihrer eigenen Daten oder Daten anderer Personen skeptisch sind.	„Sondern halt insgesamt in der Gesellschaft, wenn tatsächlich nachher diese Sachen genutzt werden, zum Beispiel auch von den Krankenkassen, ja. Dann muss man natürlich gucken, dass da nicht manche Leute davon üble Nachteile haben, die jetzt vielleicht nicht so aktiv sind, ja.“ (P6)	Induktiv
Hauptkategorie: Technologie			
K17: Gamification	Spieltypische Elemente in der Darstellung von Dingen, die per se eigentlich gar nicht spielerisch sind.	„Mich stört das überhaupt nicht, dass da so ein Avatar läuft, und dass ich das bin. Ich finde das echt eine super Erfindung.“ (P2)	Induktiv
K18: Virtualisierung	Virtualisierung von Wahrnehmung/Geleistetem als ontologische Grundlage.	„Wenn's nicht auf Strava ist, dann ist es nicht gewesen.“ (P2)	Induktiv

K19: Personifizierung von Technik	Über Technologie wird mit Personalpronomen gesprochen und menschliche Attribute oder Handlungen werden zugeschrieben.	„Die Uhr sagt dann auch, ich soll mal mehr trinken oder eher ins Bett. Da denkt man vielleicht ab und zu mal drüber nach, aber im Endeffekt setze ich es dann doch nicht um.“ (P3)	Induktiv
-----------------------------------	---	--	----------

Anhang A.3: Fragebogen Onlinebefragung

Nr.	Frage	Antwortoptionen	Anmerkung
<p>Liebe*r Teilnehmer*in,</p> <p>vielen Dank, dass Sie sich die Zeit nehmen, an unserer Befragung teilzunehmen! Im Rahmen des Kurses „Empirische Medienforschung“ an der Hochschule der Medien in Stuttgart bei Prof. Dr. Oliver Zöllner untersuchen wir die Aufzeichnung von Informationen im Zusammenhang mit dem eigenen Körper (z.B. Schritte, Blutdruck, Ernährung etc.) mit digitalen Geräten, beispielsweise Smartphones, Smartwatches oder Fitnesstrackern.</p> <p>Alle Daten werden ausschließlich zum Zwecke dieser Untersuchung verwendet. Die Erhebung erfolgt selbstverständlich anonym, Rückschlüsse auf einzelne Personen sind nicht möglich.</p> <p>Bei Fragen zur Studie können Sie sich gerne an uns wenden. E-Mail: XXX</p> <p>Nico Klein Stefan Riegler Silke Scheel Mia Zsohár Sophia Zull</p> <p>Einverständniserklärung</p> <p><input type="checkbox"/> Hiermit bin ich einverstanden, dass meine Daten im Rahmen der Studie erhoben und verarbeitet werden.</p>			
<p><i>Digitale Messung eigener Körperdaten</i></p> <p>In dieser Befragung liegt der Fokus auf der digitalen Erfassung eigener Körperdaten. Damit gemeint sind alle Daten, die den eigenen Körper betreffen: Dazu zählen sowohl biologische Aspekte (z.B. Blutdruck), die Bewegung (z.B. Schritte), die Ernährung als auch psychische Aspekte (z.B. Stimmung).</p>			
1	<p>Welche der folgenden Aspekte zeichnen Sie digital auf (z.B. mit einer Smartphone-App, Smartwatch oder am PC)?</p> <p>Bitte geben Sie alle Aspekte an, die Sie aktiv oder im Hintergrund mit Ihrem Gerät bzw. Ihrer App erfassen.</p> <p><i>Mehrfachauswahl</i></p>	<p><input type="checkbox"/> Blutdruck/Puls</p> <p><input type="checkbox"/> Gewicht</p> <p><input type="checkbox"/> alltägliche Bewegung (z.B. Schritte, Treppen, Tageskilometer)</p> <p><input type="checkbox"/> sportliche Aktivitäten (z.B. Joggen, Fahrrad fahren, Strecken)</p> <p><input type="checkbox"/> Kalorienverbrauch</p> <p><input type="checkbox"/> Ernährung (z.B. Mahlzeiten, Trinkmenge, Kalorienaufnahme)</p> <p><input type="checkbox"/> Schlaf</p> <p><input type="checkbox"/> Menstruation</p> <p><input type="checkbox"/> Stimmung</p> <p><input type="checkbox"/> ich zeichne keine Körperdaten von mir digital auf (oder nicht mehr)</p> <p><input type="checkbox"/> Sonstige: _____</p>	→ 2a
2	<p>Sie haben angegeben, dass Sie keine eigenen Körperdaten digital aufzeichnen. Bitte schildern Sie kurz, warum Sie dies nicht oder nicht mehr machen.</p>	<i>offenes Textfeld</i>	<i>wenn bei 1 „keine“ gewählt wurde; danach Soziodemographie</i>

3	Welche Geräte nutzen Sie, um Ihre Körperdaten aufzuzeichnen? <i>Mehrfachauswahl</i>	<input type="checkbox"/> Smartphone (Apps) <input type="checkbox"/> Smartwatch (mit Kommunikationsfunktion wie Telefonie/Textnachrichten, z.B. Apple Watch) <input type="checkbox"/> Aktivitätstracker (keine Kommunikationsfunktion, z.B. Fitbit Inspire, Xiaomi Mi Band) <input type="checkbox"/> digitale Körperfettwaage (vernetzt über Bluetooth/WLAN) <input type="checkbox"/> Sonstige: -----	<i>hier weiter nach Frage 1</i>
4	Wie lange erfassen Sie bereits Ihre Körperdaten mittels digitaler Geräte? <i>Einfachauswahl</i>	<input type="checkbox"/> weniger als 1 Jahr <input type="checkbox"/> mindestens 1, aber weniger als 3 Jahre <input type="checkbox"/> mindestens 3, aber weniger als 5 Jahre <input type="checkbox"/> mehr als 5 Jahre	
5	Es gibt verschiedene Arten, wie der eigene körperliche Zustand dokumentiert werden kann. Welche der folgenden Aussage(n) spiegeln Ihr typisches Verhalten wider? <i>Mehrfachauswahl</i>	<input type="checkbox"/> Mein Gerät zeichnet meine Daten (z.B. Schritte) dauerhaft auf und ich lege das Gerät selten ab. <input type="checkbox"/> Ich aktiviere regelmäßig die Aufzeichnung bei sportlicher Betätigung. <input type="checkbox"/> Ich gebe regelmäßig meine Daten manuell ein (z.B. Nahrung, Wohlbefinden). <input type="checkbox"/> Ich zeichne meine Daten nur gelegentlich auf. <input type="checkbox"/> Keine der oben genannten Aussagen.	
<i>Motivation</i>			
6	Aus welchen Gründen erfassen Sie Ihre Körperdaten? Bitte geben Sie zu jedem Aspekt Ihre Zustimmung auf einer Skala von „stimme voll und ganz zu“ bis „stimme überhaupt nicht zu“ an. Ich erfasse meine Körperdaten, ... <i>Matrix Zustimmung:</i> <input type="checkbox"/> stimme voll und ganz zu <input type="checkbox"/> stimme eher zu <input type="checkbox"/> stimme eher nicht zu <input type="checkbox"/> stimme überhaupt nicht zu	<input type="checkbox"/> ...um meine körperliche Fitness zu verbessern. <input type="checkbox"/> ...um meine sportlichen Ziele zu erreichen. <input type="checkbox"/> ...um meinen Körper besser zu verstehen. <input type="checkbox"/> ...um etwas für meine Gesundheit zu tun. <input type="checkbox"/> ...weil ich neugierig bin. <input type="checkbox"/> ...weil es mich motiviert, mich mit anderen zu vergleichen. <input type="checkbox"/> ...weil ich Interesse an der Technologie habe. <input type="checkbox"/> ... um einen Überblick über meine Aktivitäten zu erhalten.	<i>zufällige Reihenfolge der Antworten</i>
6b	Gibt es noch weitere Gründe, warum Sie Ihre Körperdaten erfassen?	<i>offenes Textfeld</i>	<i>Ergänzung zu Frage 6</i>
7	Wenn Sie einmal zurückdenken: Wie hat sich Ihr Interesse am	<input type="checkbox"/> stark gestiegen <input type="checkbox"/> leicht gestiegen	

	Aufzeichnen Ihrer Körperdaten seit Beginn der Nutzung verändert? <i>Einfachauswahl</i>	<input type="checkbox"/> konstant geblieben <input type="checkbox"/> leicht gesunken <input type="checkbox"/> stark gesunken	
<i>Datenverarbeitung</i>			
8	Häufig bieten Apps die Möglichkeit, aufgezeichnete Körperdaten wie beispielsweise eine Laufstrecke, mit anderen Personen zu teilen. Darüber hinaus können Screenshots in Messenger-Diensten wie WhatsApp oder Sozialen Netzwerken geteilt werden. Über welche Kanäle teilen Sie Ihre Körperdaten? <i>Mehrfachauswahl</i>	<input type="checkbox"/> über Messenger-Dienste (z.B. WhatsApp) <input type="checkbox"/> über Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Instagram, Foren) <input type="checkbox"/> innerhalb der verwendeten App(s) (z.B. App-Challenges) <input type="checkbox"/> über einen eigenen Webauftritt (z.B. Blog) <input type="checkbox"/> ich teile meine Körperdaten nicht <input type="checkbox"/> Sonstiges: -----	
9	Und mit wem teilen Sie Ihre Körperdaten? <i>Mehrfachauswahl</i>	<input type="checkbox"/> mit Familie / Freund*innen <input type="checkbox"/> mit anderen App-Nutzer*innen <input type="checkbox"/> mit anderen Mitgliedern von Online-Gruppen <input type="checkbox"/> mit der Öffentlichkeit (z.B. über öffentliche Instagram Stories) <input type="checkbox"/> mit niemandem, ich nutze sie nur privat <input type="checkbox"/> Sonstiges: -----	
10	Verschiedene Krankenkassen und Versicherungen nutzen bereits Bonusprogramme, die an die körperliche Aktivität, beispielsweise Schritte, geknüpft sind. Nutzen Sie aktuell ein solches Programm bzw. würden Sie es nutzen, wenn Ihre Krankenkasse es Ihnen anbieten würde? <i>Einfachauswahl</i>	<input type="checkbox"/> ja, ich nutze dies bereits <input type="checkbox"/> ja, ich würde es sehr wahrscheinlich nutzen <input type="checkbox"/> ja, ich würde es eher nutzen <input type="checkbox"/> nein, ich würde es eher nicht nutzen <input type="checkbox"/> nein, ich würde es auf keinen Fall nutzen	
11	Bei der digitalen Erfassung von Körperdaten werden unter Umständen Informationen an die Anbieter von Apps und Geräten oder Dritte übertragen. Haben Sie sich darüber informiert, inwiefern Ihre Informationen weiterverarbeitet werden? <i>Einfachauswahl</i>	<input type="checkbox"/> ja, ausführlich <input type="checkbox"/> ja, teilweise <input type="checkbox"/> nein, ich habe mich nicht informiert <input type="checkbox"/> ich bin mir nicht sicher, ob ich mich informiert habe	
<i>Glücksempfinden – Gleich geschafft!</i>			
12	Im Folgenden werden einige Aussagen aufgeführt. Bitte geben Sie zu jedem Aspekt an, inwiefern Sie	<input type="checkbox"/> ... gibt mir Auskunft über den aktuellen Zustand meines Körpers.	<i>zufällige Reihenfolge der Antworten</i>

	<p>dieser zufrieden oder unzufrieden stimmt. Bei Aspekten, die für Sie persönlich nicht zutreffen, geben Sie bitte „trifft nicht zu“ an.</p> <p><i>Matrix-Zustimmung:</i></p> <p><input type="checkbox"/> stimmt mich sehr zufrieden</p> <p><input type="checkbox"/> stimmt mich eher zufrieden</p> <p><input type="checkbox"/> stimmt mich weder zufrieden noch unzufrieden</p> <p><input type="checkbox"/> stimmt mich eher unzufrieden</p> <p><input type="checkbox"/> stimmt mich sehr unzufrieden</p> <p><input type="checkbox"/> trifft nicht zu</p> <p>Die Erfassung meiner Körperdaten...</p>	<p><input type="checkbox"/> ... führt mir immer wieder neue Ziele vor Augen.</p> <p><input type="checkbox"/> ... spornt mich dazu an, mich mit anderen zu vergleichen.</p> <p><input type="checkbox"/> ... regt mich dazu an, mich mit anderen darüber auszutauschen.</p> <p><input type="checkbox"/> ... ist an das Sammeln von Abzeichen/Punkten in der App geknüpft.</p> <p><input type="checkbox"/> ... ist an Bonusprogramme von meiner Krankenkasse/Versicherung geknüpft.</p> <p><input type="checkbox"/> ... lässt mich mehr Zeit mit technischen Geräten verbringen.</p> <p><input type="checkbox"/> ... spornt mich zur Erreichung von Zielen an.</p>	
13	<p>Würden Sie sagen, Ihr Leben die digitale Aufzeichnung Ihrer Körperdaten hat zu einer Verbesserung Ihres Lebens beigetragen?</p> <p><i>Einfachauswahl</i></p>	<p><input type="checkbox"/> ja, mein Leben hat sich sehr verbessert</p> <p><input type="checkbox"/> ja, mein Leben hat sich etwas verbessert</p> <p><input type="checkbox"/> mein Leben hat sich weder verbessert noch verschlechtert</p> <p><input type="checkbox"/> nein, mein Leben hat sich etwas verschlechtert</p> <p><input type="checkbox"/> nein, mein Leben hat sich sehr verschlechtert</p>	
<p><i>Soziodemographie</i></p> <p>Bitte beantworten Sie abschließend ein paar allgemeine Fragen zu Ihrer Person.</p>			
14	<p>Ihr Geschlecht:</p> <p><i>Einfachauswahl, Dropdown-Liste</i></p>	<p><input type="checkbox"/> männlich</p> <p><input type="checkbox"/> weiblich</p> <p><input type="checkbox"/> divers</p>	
15	<p>Ihr Alter:</p> <p><i>Eingabefeld, ganze Zahlen</i></p>	<p>_____ Jahre</p>	<p><i>spätere Zsfg. zu Alterskategorien</i></p>
16	<p>Ihre aktuelle Tätigkeit:</p> <p><i>Einfachauswahl</i></p>	<p><input type="checkbox"/> Schüler*in</p> <p><input type="checkbox"/> Student*in</p> <p><input type="checkbox"/> Auszubildende*r</p> <p><input type="checkbox"/> arbeitstätig</p> <p><input type="checkbox"/> arbeitssuchend</p> <p><input type="checkbox"/> Hausfrau/-mann</p> <p><input type="checkbox"/> Rentner*in / Pensionär*in</p> <p><input type="checkbox"/> Sonstiges: _____</p>	

17	Wie sind Sie auf diese Befragung gekommen? <i>Einfachauswahl</i>	<input type="checkbox"/> über die Hochschule / Uni <input type="checkbox"/> über Freund*innen / Bekannte / Verwandte <input type="checkbox"/> über eine themenspezifische Facebook-Gruppe (NICHT Hochschul-/Unigruppe) <input type="checkbox"/> Sonstiges: _____	
<p>Vielen Dank!</p> <p>Um Ihre Antworten zu senden und die Befragung abzuschließen, klicken Sie bitte am Ende dieser Seite auf „Abschicken“. Vielen Dank für Ihre Teilnahme!</p>			
18	Falls Sie noch weitere Anmerkungen haben, können Sie uns diese gerne hier mitteilen.	<i>offenes Textfeld</i>	
Schlussseite			

Anhang A.4: Kodierungsplan Onlinebefragung

Variable	Name	Typ	Mess-niveau	Variablenbedeutung	Wertelabel (Codierung)
Zeitdaten (technische Erfassung)					
Z1	Start	Datum	Skala	Startpunkt der Befragung	/
Z2	Ende	Datum	Skala	Endpunkt der Befragung	/
Z3	Teilnahmedauer	Datum	Skala	Zeitdauer für die Beantwortung der Befragung	/
Block 1: Digitale Messung eigener Körperdaten					
F1.1 – F1.10	Aspekte	Numerisch	Binär	Körperdaten, die digital aufgezeichnet werden	Dummy-Codierung von 0 (nicht aufgezeichnet) bis 1 (aufgezeichnet)
F1.11	Aspekte – Sonstige	Zeichenfolge	Nominal	sonstige aufgezeichnete Aspekte	Freitext
F2	keine Aufzeichnung	Zeichenfolge	Nominal	Begründung, warum keine Körperdaten aufgezeichnet werden	Freitext
F3.1 – F3.4	Geräte	Numerisch	Binär	genutzte digitale Geräte zum Aufzeichnen	Dummy-Codierung von 0 (nicht genutzt) bis 1 (genutzt)
F3.5	Geräte – Sonstige	Zeichenfolge	Nominal	sonstige genutzte Geräte	Freitext
F4	Dauer Erfassung	Numerisch	Ordinal	1 = weniger als 1 Jahr 2 = mindestens 1, aber weniger als 3 Jahre 3 = mindestens 3, aber weniger als 5 Jahre 4 = mehr als 5 Jahre	kategoriale Variable
F5.1 – F5.5	Aufzeichnungsverhalten	Numerisch	Binär	typisches Aufzeichnungsverhalten	Dummy-Codierung von 0 (untypisch) bis 1 (typisch)
Block 2: Motivation					
F6.1 – F6.8	Gründe	Numerisch	Binär	Gründe für das Erfassen von Körperdaten	Dummy-Codierung von 0 (kein Grund) bis 1 (Grund)
F6b	Gründe – Weitere	Zeichenfolge	Nominal	weitere Gründe für das Aufzeichnen	Freitext
F7	Veränderung Interesse	Numerisch	Ordinal	1 = stark gestiegen 2 = leicht gestiegen 3 = konstant geblieben 4 = leicht gesunken 5 = stark gesunken	kategoriale Variable

Block 3: Datenverarbeitung					
F8.1 – F8.5	Teilen Kanäle	Numerisch	Binär	Kanäle, über die Körperdaten geteilt werden	Dummy-Codierung von 0 (kein Teilen) bis 1 (Teilen)
F8.6	Kanäle – Sonstiges	Zeichenfolge	Nominal	sonstige genutzte Kanäle zum Teilen	Freitext
F9.1 – F9.5	Teilen Personen	Numerisch	Binär	Personen, mit denen Körperdaten geteilt werden	Dummy-Codierung von 0 (kein Teilen) bis 1 (Teilen)
F9.6	Personen – Sonstiges	Zeichenfolge	Nominal	sonstige Personen, mit denen geteilt wird	Freitext
F10	Bonusprogramm Krankenkasse	Numerisch	Ordinal	1 = ja, ich nutze dies bereits 2 = ja, ich würde es sehr wahrscheinlich nutzen 3 = ja, ich würde es eher nutzen 4 = nein, ich würde es eher nicht nutzen 5 = nein, ich würde es auf keinen Fall nutzen	kategoriale Variable
F11	Datenweiterverarbeitung	Numerisch	Ordinal	1 = ja, ausführlich 2 = ja, teilweise 3 = nein, ich habe mich nicht informiert 4 = ich bin mir nicht sicher, ob ich mich informiert habe	kategoriale Variable
Block 4: Glücksempfinden					
F12.1 – F12.8	Zufriedenheit	Numerisch	Ordinal	0 = trifft nicht zu 1 = stimmt mich sehr zufrieden 2 = stimmt mich eher zufrieden 3 = stimmt mich weder zufrieden noch unzufrieden 4 = stimmt mich eher unzufrieden 5 = stimmt mich sehr unzufrieden	kategoriale Variable

F13	Lebensver-bes- serung	Numerisch	Ordinal	1 = ja, mein Leben hat sich sehr verbessert 2 = ja, mein Leben hat sich etwas verbessert 3 = mein Leben hat sich weder verbessert noch verschlechtert 4 = nein, mein Leben hat sich etwas verschlech- tert 5 = nein, mein Leben hat sich sehr verschlechtert	kategoriale Vari- able
Block 5: Soziodemographie					
F14	Geschlecht	Numerisch	Nominal	1 = männlich 2 = weiblich 3 = divers	kategoriale Vari- able
F15	Alter	Numerisch	Skala	Alter in Jahren	/
F15a	Alterskategorien	Numerisch	Ordinal	1 = bis 29 Jahre 2 = 30–39 Jahre 3 = 40–49 Jahre 4 = 50–59 Jahre 5 = 60+ Jahre	kategoriale Vari- able
F16	Tätigkeit	Numerisch	Nominal	1 = Schüler*in 2 = Student*in 3 = Auszubildende*r 4 = arbeitstätig 5 = arbeitssuchend 6 = Hausfrau/-mann 7 = Renter*in / Pensio- när*in 8 = Sonstiges	kategoriale Vari- able
F16.1	Tätigkeit – Sonstiges	Zeichenfolge	Nominal	sonstige Tätigkeit	Freitext
F17	Zugang Befra- gung	Numerisch	Nominal	1 = über die Hochschule / Uni 2 = über Freund*innen / Bekannte / Verwandte 3 = über eine themenspe- zifische Facebook- Gruppe (NICHT Hoch- schul-/Unigruppe) 4 = Sonstiges	kategoriale Vari- able
F17.1	Zugang – Sonsti- ges	Zeichenfolge	Nominal	sonstiger Zugang	Freitext
Block 6: Abschluss					
F18	Anmerkungen	Zeichenfolge	Nominal	weitere Anmerkungen	Freitext

Anhang B: Therapiere dich selbst!

Anhang B.1: Gesprächsleitfaden Betroffeneninterviews

Begrüßung, kurze eigene/persönliche Vorstellung der Interviewer:innen, wer wir sind:

„Du bist/fällst in unsere Zielgruppe von 18 und 25 Jahren, oder? Wir nutzen deine Daten natürlich vertraulich und anonymisieren im Nachgang alles! Wir werden das Interview durch eine Memo aufnehmen, das heißt nur die Audiodatei. Danach werden wir bei der Transkription alles „glatt ziehen“, also keine Sorge wegen „ähms und co.“. Bist du damit einverstanden, dass wir deine Daten anonymisieren und dann deine Aussagen mittels Sprachaufnahmegerät (Handy) aufnehmen und im Anschluss transkribieren?“

Einleitung:

„Wie du vielleicht schon weißt, beschäftigen wir uns in unserer Forschungsarbeit mit Online-Anwendungen und mentaler Gesundheit. Gemeinsam wollen wir herausfinden, inwiefern beispielsweise Apps dazu genutzt werden können, um Hilfestellungen für mentale Gesundheit zu geben, also dass es dir mental und psychisch besser geht. Apps sind für und alle Online-Anwendungen. Das kann z.B. auch Zoom (Zoom Session) mit deinem Therapeuten sein, aber z.B. auch spezifischere interaktive Anwendungen, wie Smartphone-Apps oder Programmen, die du auf deinem PC/online durchführst.“

Empathie & Sensibilität für das Thema:

„Gibt es etwas auf das wir Rücksicht nehmen sollen? Falls du dich bei einigen Fragen nicht wohl fühlst, können wir einzelne Themengebiete natürlich überspringen.“

Auflockerungsfrage:

- Welche drei Gegenstände würdest du auf eine einsame Insel mitnehmen?
- Was ist die coolste Serie / der coolste Film, die/ den du je geschaut hast?
- Meer oder Berge? Und warum?

„sanfte“ Einstiegsfragen

- Wir sind ja gerade im Corona-Zeitalter. Wie wirkt sich das auf dich bzw. deine Arbeit/Ausbildung/Studium aus?
- Hast du bereits Erfahrungen mit Online-Tools, wie z.B. Zoom, was wir ja gerade nutzen, gemacht? Hast du aktuell Homeoffice / Online-Vorlesungen?
- Wie wirkt sich das auf dein Privatleben, z.B. Kontakt zu Freunden/ Familie aus?
- Wie geht's dir aktuell? Welche Herausforderungen stellen sich dir gerade? Erzähle uns gerne ein wenig über dich bzw. deine Krankheit/... (Beschreibung Erkrankung)

- Hast du bereits selbst Online-Anwendungen genutzt oder kennst Angebote, die zum mentalen Wohlbefinden beitragen sollen?
 - wenn nein, warum nicht?
 - wenn ja, welche nutzt du/welche Apps kennst du?
- Verwendung: warum? wie? wann und wie lange?
- Wie würdest du sagen hat sich die Situation mit COVID-19 auf Therapie-Ansätze ausgewirkt? Hast du Online-Angebote, wie u.a. Apps genutzt?
- Welche Therapie-Ansätze hast du bisher generell genutzt?

Fragen zum Thema Mental Health und Online-Anwendungen

- Welche Erfahrungen hast du mit dem Gesundheitssystem gemacht? Wie schnell und einfach hast du professionelle Hilfe gefunden?
- Hast du Hemmungen bzgl. der Suche/ Wahl einer Therapie gehabt? Oder aufgrund möglicher Vorurteile/ Gesellschaftsnormen gezögert, dir professionelle Hilfe zu suchen?
- Stell dir vor, die Problematik der mentalen Störung wäre bei dir erst jetzt vor dem Corona-Hintergrund so richtig aufgekommen. Denkst du, dass die Situation, dass aktuell alles online stattfindet, einen Einfluss auf eventuelle Hemmungen haben könnte?
- Wie schätzt du es, dass hier Apps genutzt werden könnten? *Würde eine App dazu beitragen, diese „Hürden“ abzubauen* (--> falls Befragter:er welche nennt)
- Welche Online-Anwendungen zur Verbesserung der Mental Health hast du bereits genutzt? (evtl. Beispiele Apps o. Ä.)
 - mit Therapie/ Therapeuten
 - App/ Anwendung ohne „Kontakt“ (KI?)
- Wie würdest du eine App einem Arztbesuch vorziehen, wenn aufgrund von COVID-19 deine Therapie ausfallen würde? *Evtl. Nachfragen/ Nachhaken, falls selbst nichts kommt: alternativ, parallel zur Therapie, ergänzend, gar nicht + warum? (tatsächlicher Ersatz oder z. B. Kombination?)*
- Wie würde eine Nutzung der App für dich aussehen, wenn du Online-Therapie hast?
- Hat dein Arzt oder deine Versicherung dir schon einmal eine App empfohlen/beworben?
- Würdest du den Empfehlungen, die dir eine solchen App gibt, genauso viel Glaubwürdigkeit schenken, wie denen von deinem Therapeuten?

Fragen zum Aufbau von Gesundheits-Apps

- Inwiefern würdest du eine solche Anwendung und/oder App nutzen?

- Welche Faktoren spielen für dich bei der Auswahl einer Gesundheits-App eine Rolle? (*offen fragen und dann ggf. nachhaken*)
- Welche anderen Faktoren sind für dich entscheidend?
 - Kosten
 - Datenschutz
 - Austausch mit anderen? (Oder App alleine, für sich nutzen?)
 - User Experience
 - Push-Mitteilungen
 - „Streaks“, die dazu führen, dass man diese App häufiger und regelmäßiger nutzt, weitere besondere Funktionen, etc.
- Würdest du dir Nutzerbewertungen solcher Apps ansehen?
 - Für wie aussagekräftig hältst du sie?
 - Wie sieht es mit Empfehlungen von Freunden aus?
 - Und wie stehst du zu Expertenmeinungen?
 - persönlichen Empfehlungen von Ärzten?
 - persönliche Empfehlungen von Betroffenen?
- Würdest du eine App eher nutzen, wenn die App von deiner Krankenkasse bezuschusst werden würde?

Künstliche Intelligenz

- Weißt du, was KI ist?
- Bist du schon mal mit KI in Berührung gekommen? Wie ist dir KI im Alltag bereits begegnet?
- Kennst du KI-gestützte Apps?

Beispiel geben zur Erklärung von KI: zum Beispiel Chatbot: da steckt auch eine KI dahinter, die mit dir wie ein „realer“ Mensch kommuniziert

- Inwiefern spielt hier die KI (bei einer KI gesteuerten App) selbst eine Rolle? also die „Person“, die mit dir kommuniziert
 - Würden dich persönliche Fragen (Name, Alter, ...) zu Beginn verunsichern, wenn du weißt, dass dahinter keine echte Person steckt?
 - Würdest du die Session beispielsweise bei missverständlichen Formulierungen, erneuten Nachfragen/Falschverstehen beenden, sofern du merkst, dass KI (statt KI: bildhafter / einfacher beschreiben, z.B. als keine reale Person, sondern „Computerfigur“) dahintersteckt?

Nach der Nutzung

- Wie fühlst du dich nach Verwendung der App?
- Hast du die App danach erneut genutzt?
- Wenn ja, was motivierte dich dazu, die App erneut zu nutzen?

„Wir wären soweit jetzt durch mit unseren Fragen“ Hast du noch Fragen an uns? Oder Anmerkungen zu bestimmten Fragen?

Bedanken & Verabschiedung

Anhang B.2: Gesprächsleitfaden Experteninterviews

Bevor es losgeht:

- Erlaubnis für Aufzeichnung einholen
- fragen, ob Transkript zur Verfügung gestellt werden soll

Einstieg:

- Small Talk
- Projekte und Forschungsbereich des Experten abfragen
- Vorstellung der Interviewführer und des Projekts
- Forschungsfrage:

Können Apps & KI-Anwendungen bei leichten psychischen Belastungen und Erkrankungen das mentale Wohlbefinden & die mentale Gesundheit unterstützen?

Psychologie und Gesellschaft // Stand der Gesundheitsversorgung und Auswirkungen der Corona Pandemie:

Wir haben ja die Covid-19-Pandemie schon angesprochen und werden auch nochmal genauer auf die Veränderungen zu sprechen kommen, die sie mit sich bringt.

Stichwort: DGPPN (Vortrag von Frau Riedel-Heller, die mit Ihnen eine Studie verfasst hat) → Zwischenfazit: vor allem junge Erwachsene betroffen

Zunächst aber zur Zeit „vor“ Corona. Auch da gab es ja für Betroffene von psychischen Störungen wie Depressionen einige Hürden, die sie nehmen mussten bis es zu einer Behandlung kommen konnte. Wir denken da an Stigmatisierung, aber auch ein überlastetes Gesundheitssystem vor allem in Großstädten. → Raum zum Erzählen lassen

Potenziell nachhaken:

- gibt es ein Problem mit Stigmatisierung?
- gibt es zu wenige Behandlungsplätze (v.a. in Großstädten)?
- Gibt es Prognosen, wie sich die Entwicklung in den kommenden Jahren gestaltet?
- Gibt es Faktoren, die einen Anstieg von Betroffenen mit psychischen Störungen gar begünstigen?
- An welchen Lösungen und Konzepten wird gearbeitet, wie kann man den Engpass umgehen?

→ Dann kam die Pandemie:

- Auswirkungen der Covid-19-Pandemie auf *die psychische Gesundheit der Menschen*:
 - Menschen sind soziale Wesen → mit Corona kamen jedoch Kontaktbeschränkungen, Social Distancing, etc.
 - Studien aus USA, GB in denen vor allem jüngeren Menschen (unsere Zielgruppe: 18–25) ein erhöhtes Stresslevel / Angst attestiert wurde
 - → können die Entwicklungen in der Praxis bestätigt werden?
 - → welche Gründe könnte es dafür geben?
- Auswirkungen der Covid-19-Pandemie *auf das Gesundheitssystem*:
 - volle Konzentration des Gesundheitssystems auf Bekämpfung von Corona, „Vernachlässigung“ u.a. von Menschen mit labiler Gesundheit oder chronischen Erkrankungen, ausgesetzte Routine-Behandlungen aus Angst oder aufgrund von Engpässen
 - → widerspricht dem Vorsatz der WHO „niemanden zurücklassen“
 - Corona ist Innovationstreiber für viele Bereiche der Digitalisierung. Auch in der Gesundheitsbranche? → Überleitung auf Forschung
- Auswirkungen der Covid-19-Pandemie *auf die Forschung*:
 - Was tut sich momentan bei der Forschung?
 - Erzählen Sie etwas über Ihre Erfahrung mit der Pandemie – Welchen Einfluss hatte Corona auf die Behandlung von Patientinnen und Patienten
 - Gibt es alternativen Behandlungsmöglichkeiten, die Sie / KollegInnen während der Pandemie für sich entdeckt haben?
- Wird die Pandemie offenlegen in welcher schwieriger Situation sich das psychotherapeutische Gesundheitswesen befindet und die Dringlichkeit eines Lösungsansatzes aufzeigen?

Gestaltung und Auswahl von Online-Anwendungen:

- Sie hatten ja jetzt bereits einige alternative Behandlungsmöglichkeiten erwähnt – gibt es weitere Online-Anwendungen, die Sie an dieser Stelle noch ergänzen wollen?
- Wie unterscheiden sich diese Anwendungen voneinander?
- Wer wählt die Anwendungen aus? Gibt es Zulassungsverfahren, Genehmigungen, Tests, Empfehlungen von Ärzten etc.?
 - Was halten Sie von konkreten App Empfehlungen wie denen des Verzeichnis des Bundesinstituts für Arzneimittel und Medizinprodukte (bspw. Apps wie velibra gegen u.a. GAS, invirto gegen u.a. GAS?)
- Welche Anforderungen spielen aus Expertensicht bei der Auswahl einer Gesundheits-App eine Rolle? (offen fragen und dann ggf. nachhaken)
 - Würde eine App eher genutzt werden, wenn die App von der Krankenkasse bezuschusst werden würde?
 - Andere Faktoren: Datenschutz, einfaches Nutzererlebnis

- Inwiefern spielt hier die KI (bei einer KI gesteuerten App) selbst eine Rolle?
 - Es gibt Apps außerhalb des E-Health-Sektors, z.B. Tinder, deren Geschäftsmodell ja streng genommen darauf beruht, dass der Nutzer eben nicht ultimativ erfolgreich ist → sonst bräuchte er die App ja gar nicht mehr.
 - Sehen Sie eine ähnliche Problematik auch im E-Health-Sektor... also, dass Nutzer praktisch nie austherapiert sein dürfen?
 - Ein weiterer Punkt bei der Gestaltung von Apps ist der sogenannte Aufforderungscharakter. Meditations-App bspw. setzen oftmals auf Streaks, also Serien, die den Nutzer dazu bringen sollen, die App jeden Tag zu nutzen
- Sehen Sie das positiv („am Ball bleiben“) oder eher negativ („neue Abhängigkeiten schaffen / schlechtes Gewissen“)

Wirksamkeit und Einsatz von Online-Anwendungen

Jetzt haben wir ja schon einige Anwendungen erwähnt, sind auch schon bisschen auf die Gestaltung und Auswahl der Apps eingegangen. Nun ist es natürlich interessant herauszufinden: Wie wirksam sind solche Anwendungen und wo können sie zum Einsatz kommen.

- Können Online Anwendungen bei leichten psychischen Belastungen und Erkrankungen das mentale Wohlbefinden & die mentale Gesundheit unterstützen?
- Können Gesundheits-Apps in Verbindung mit herkömmlicher Therapie zu einer Linderung psychischer Störungen führen?
- Können Apps dazu beitragen, dass sich Menschen verstärkt mit ihrer Störung auseinandersetzen und sich anschließend professionelle Hilfe bei einem echten Therapeuten suchen?
- Ist es empfehlenswert, Menschen, die profunde Probleme mit ihrer Psyche haben, mit KI-basierten Apps alleine zu lassen?
- Inwiefern stehen Apps und die Gesundheitsbranche zueinander? Gibt es Förderungen?
- Gibt es positive und negative Effekte, die für / gegen die Verbreitung und Nutzung dieser Apps sprechen?
 - Inwiefern müssen wir aufgrund von Behandlungsengpässen auch über die negativen Aspekte hinwegsehen können?

Künstliche Intelligenz ermöglicht neue Formen der Behandlung, die über Telemedizin oder Selbstmanagement (z.B. mit Apps, Anleitungen) hinausgehen.

- Wohl neueste Ergänzung in der therapeutischen Praxis: Virtual or robotic therapists:
 - *Beispiele:*

- *Chat-Bots (Woebot, etc.), die mit dem Patienten wie ein Therapeut interagieren*
 - *Fiske et al. 2019: „Importantly, such ‘virtual’ or ‘robotic therapists’ include an artificially intelligent algorithm that responds independently of any expert human guidance to the client or patient through a virtually embodied presence, such as a face icon, or a physically embodied presence, such as a robotic interface. As such, these emerging applications are distinct from the many varieties of Web-based therapy, which usually involve either a human therapist, albeit remotely (telemedicine), or the patient herself, working independently with manuals, questionnaires, or other self-help materials.”*
- Wie sehen Sie die Entwicklung auf diesem Feld? Welche Chancen bietet KI?
- Wo sind wesentliche Unterschiede zur Behandlung mit Psychologen?
- Welche ethischen Gesichtspunkte müssen hier beachtet werden?
- *Fiske et al. 2019: In this paper, we argue that virtually and physically embodied artificially intelligent agents and applications have great potential in mental health care. However, their societal and ethical implications require further probing to identify pertinent concerns surrounding trust, privacy, and autonomy, as well as to anticipate concerns that may arise in the future. Identifying the broader ethical and societal implications of embodied AI is crucial for negotiating best research and medical practices in innovative mental health care.*

Potenzielle Gefahren / Probleme

- Glauben Sie, Betroffene unterschätzen durch die Anwendungen, dass sie wirklich Hilfe benötigen? Oder könnte die Anwendung auch als niedrigschwelliger Einstieg in persönliche Behandlung (im Sinne einer Reflexionskompetenz) dienen?
- Besteht die Gefahr, dass hilfsbedürftige Menschen nicht in der Lage dazu sind, zu erkennen, dass eine App für sie nicht gut ist bzw. nicht ausreicht und sie vielleicht über die App hinaus noch andere Formen der Hilfe (z.B. die eines Therapeuten) benötigen?

Ausblick

- Wo sehen Sie den Bedarf für zukünftige Forschung?
- Wie sehen Sie die psychotherapeutische Behandlung in einigen Jahren, auch in Bezug auf gesellschaftliche Akzeptanz von KI-Systemen im Alltag?
- Gibt es von Ihrer Seite zum Thema noch etwas, das wir noch gar nicht besprochen haben?

Anhang B.3: Kodierleitfaden Tiefeninterviews

Unterkategorie (UK)	Definition	Ankerbeispiel	Experte Betroffene
Oberkategorie 1: COVID-19 und Auswirkungen der Pandemie			
UK 1.1: Auswirkungen Alltag	Auswirkung auf Arbeit / Studium / Ausbildung, Arbeitsleben (z.B. Home Office, Online-Vorlesungen), Privatleben (z.B. Kontakt zu Freunden/Familie)	„Ja, also ich bin sehr viel am Videotelefonieren tatsächlich. Mehr als je zuvor habe ich, glaube ich, zwei Videotelefonate am Tag und so. Und ich war jetzt auch schon eine Weile nicht mehr zuhause. Also ich war schon seit November nicht mehr zuhause, obwohl ich nur zwei Stunden von hier entfernt wohne. Also ich versuche, Social Distancing videogestützt zu unterstützen.“ (P6)	B
UK 1.2: Mentale Auswirkungen	Auswirkung auf psych. Gesundheit (wichtig: Depressionen sind normalerweise – im Gegensatz zu z.B. Angststörungen – nicht betroffen von äußeren Einflüssen)	„Es ist ja so, dass bei so größeren Ereignissen wie jetzt, keine Ahnung, Trennung, Tod und sowas, das ist ja schon immer nochmal schwierig, wenn man generell ein bisschen zu kämpfen hat mir solchen Sachen und da dann auch empfindlicher ist. Und da würde ich sagen, dass Corona da schon auch einen negativen Einfluss hat, definitiv auf meine grundlegende Stimmung.“ (P6)	B
UK 1.3: Auswirkungen Therapie	Auswirkung auf die therapeutische Behandlung der Person, z.B. wenn persönliche Sprechstunden Corona-bedingt nicht mehr möglich waren	„Therapie hatten wir während des Lockdowns zwei Mal über so ein (anderes) Online Tool. Ne, also ich hatte zwei Mal Online-Therapie, aber eigentlich hat sich nichts geändert.“ (P9)	B/E
<i>UK 1.4: Auswirkungen Stigmatisierung, Hemmungen/Hürden</i>	<i>Auswirkungen auf Hemmungen und eventuelle Hürden, sich während der Corona-Pandemie z. B. professionelle Hilfe zu holen (direkte Auswirkungen von Corona auf die Stigmatisierung; nicht indirekt davon, dass aufgrund von Corona Anwendungen online stattfinden)</i>	I: „Das heißt, Corona hat in dem Sinne jetzt auch keine Auswirkungen darauf gehabt, wie du gegen die Krankheit Depressionen, die du ja schon überwunden hast, aktuell vielleicht noch ankämpfst? Corona hat sich da also nicht irgendwie darauf ausgewirkt?“ // B: „Nein, bisher nicht. Allerdings habe ich auch das Gefühl, dass die Hürde, jetzt irgendwie wieder eine ambulante Therapie zu beginnen, ein bisschen höher liegt, weil man auch irgendwie das Gefühl zurzeit hat, also ich das Gefühl habe, dass es gerade so größere Probleme in der Welt gibt und bestimmt auch Leute mit größeren Problemen. Deswegen wäre jetzt die Hürde für mich, einen Therapeuten zu suchen, der mir quasi Online-Therapiestunden anbieten würde, glaube ich, höher als normalerweise.“ (P6)	B/E

Oberkategorie 2: Persönlicher Status Quo			
UK 2.1: Aktueller Gesundheitszustand (<i>und gesundheitliche Vorgeschichte</i>)	Vorliegen einer diagnostizierten psychischen Störung (Depression, Angststörung)	„Das hat nicht nur damit was zu tun, dass ich Menschenmassen nur nicht mag, sondern ich jetzt keine Platzangst habe, sondern seitdem ich 19 bin, habe ich eine Angststörung und eine diagnostizierte Panikstörung. Das heißt ich leide unter sogenannten Panikattacken, die nicht immer auftreten, wenn ich in Menschenmassen bin, aber auftreten können. Eher sogar in kleineren Runden, in aufregenden Situation, sei es – man muss einen Vortrag halten, oder man ist in einer Prüfung drin.“ (P1)	B
UK 2.2: Generelle Erfahrungen mit Therapie-Ansätzen	Überblick über aktuell stattfindende oder vergangene Therapien	„Also die klassische Verhaltenstherapie, damit hat alles angefangen. Also eine Gesprächstherapie, bei der man auch über aktuelle Tagesthemen spricht. Da das aber bei mir nicht geholfen hat, bin ich in die zweite Stufe gerutscht. Ich kann dir aktuell nicht sagen, wie das genau heißt, aber eine tiefgründigere Therapie, in der man auch die Vergangenheit spiegelt, die Ursachen sucht und nicht nur einfach die Symptome behandelt“ (P1)	B
Oberkategorie 3: Erfahrungen mit dem Gesundheitswesen			
UK 3.1: Strukturelle Probleme des Gesundheitswesens	Mit welchen Problemen wurden die Befragten konfrontiert, bevor es zu einer Behandlung kommen konnte (z.B. bei der Suche bzw. Wahl eines Therapeuten/ einer Therapeutin)	„Ja. Also ich habe Hemmungen, Leute anzurufen und viele Therapeuten wollen dann aber nur angerufen werden. Und genau, das hat mich schon Überwindung gekostet.“ (P9)	B/E
UK 3.2: Persönliche und Krankheitsbedingte Hemmnisse	Welche Hemmnisse haben sich aufgrund der persönlichen Situation ergeben (Versagensängste, soziale und kommunikative Probleme etc.)	„Ich hatte definitiv Hemmungen damals, ja. Aber es war auch ab einem bestimmten Punkt einfach notwendig. Also es war einfach wirklich notwendig. Und ich bin dann mit einer Freundin zu meinem Hausarzt gegangen – ich weiß nicht, wie genau du das wissen willst – aber ich bin dann bei meinem Hausarzt gewesen und habe ihm diese Situation geschildert. Es hat da auch geholfen, das vorher niederzuschreiben und ich habe ihm das dann quasi so übergeben und dann hat er gesagt: 'Okay, ich würde sagen stationäre Therapie.' Dann wurde da ein Kontakt hergestellt zur entsprechenden Klinik und das ging dann auch eigentlich relativ schnell. Also ich war dann innerhalb von zwei Woche dort, so. Und von dort aus, also von der stationären Therapie aus, bekommst du dann dann auch bestimmte Angebote an die Hand gegeben, zu ambulanten Therapien wirst du dann weitergegeben und so. Und es wird sich dann auch immer um die Nachsorge gekümmert, eigentlich.“ (P6)	B/E

UK 3.3: Aufmerksamkeit und Werbung	Wurden Apps bereits durch Werbung (z.B. Online Werbung oder durch Empfehlung von Ärzt:innen, Therapeut:innen Betroffenen, Freunden) beworben; gibt es Bezuschussung / Werbung seitens der Krankenkasse; <i>Haltung ggü. Apps, die von der Krankenkasse bezuschusst werden</i>	„Nein, also hier in der Klinik haben wir in einer Gruppensitzung verschiedene Apps so zur Sammlung von Apps, die wir kennen, das haben wir besprochen, aber es war keine richtige Empfehlung.“ (P5)	B
Oberkategorie 4: Online-Anwendungen			
UK 4.1: Erfahrungen mit und Nutzung von Online-Anwendungen	Welche Online-Anwendungen werden oder wurden genutzt	„Meistens habe ich die genutzt, wenn ich durch die dissoziative Störung eben so von der Umwelt abgetrennt werden, da helfen die Konzentrationsaufgaben oder auch wenn ich sehr gestresst bin. Da benutze ich die Apps und meistens so 15–20 Minuten. Viele haben solche Programme drin, wo man nach einem Schema atmet da läuft das Programm dann zum Beispiel 8 Minuten ab. Aber ja, meistens so 15 bis 20 Minuten.“ (P5)	B/E
UK 4.2 Einstellung und Haltung zu Online-Anwendungen	Einstellung und Haltung der Befragten sowohl vor als auch nach der Nutzung von Online-Anwendungen	„Ich würde es (App) niemals einem Besuch vorziehen, wenn ich die Möglichkeit habe, zu einem Arzt bzw. Therapeuten zu gehen. Ist eben was ganz anderes. Ergänzend könnte ich es mir vorstellen, dass es verschiedene Übungen gibt. Dass man die mit seinem Arzt zusammen aussucht und schaut, was es noch so gibt. Aber wenn es da zB. Die Möglichkeit gibt, mit seinem Therapeuten in Kontakt zu treten. Als Ersatz einer Therapie wäre es für mich nicht.“ (P5)	B/E
UK 4.3: Abbau von Hürden & Hemmnissen durch Online-Anwendungen	Wie können Online-Anwendungen zu einem Abbau von Hürden beitragen	„Also gäbe es eine App, die da irgendwie einem das erleichtert oder wo halt, keine Ahnung, so ein Katalog drin ist von Leuten, die man halt über diese App erreichen kann, würde das, glaube ich, vielen vielen Leuten helfen, da irgendwie diese innere Hemmung zu überspringen und dann direkt, sich Hilfe zu suchen. Weil das war bei mir halt auch so ‘Ja, nee heute habe ich keine Lust mehr, den anzurufen und dann rufe ich ihn vielleicht morgen an’ und da hatte ich dann auch keine Lust drauf. Also das war dann so ein ewiges Spiel, bis ich dann halt mal so einen Tag gefunden habe ‘Okay, du musst dich jetzt auf deinen Arsch setzen und du musst ihn jetzt anrufen.’“ (P2)	B/E

UK 4.4: Künstliche Intelligenz in Online-Anwendungen	Wie ist der Kenntnisstand sowie die Einstellung/Haltung und Erfahrung zu KI in Online-Anwendungen	I: „Also wenn du wirklich einen größeren Redebedarf hast, dann wäre das für dich nicht befriedigend, wenn du wüsstest, das ist jetzt nur ein Computer, mit dem ich kommuniziere?“ // B: „Also, wenn ich wirklich konkrete Probleme habe, dann würd's mir vielleicht nicht reichen. Oder wenn man halt das Bedürfnis hat, sich wirklich jemandem mitzuteilen, der wirklich reagieren kann, wüsste ich nicht, ob mir die KI reichen würde. Ich weiß aber auch nicht, wie weit entwickelt das Thema da ist.“ (P4)	B/E
UK 4.5: Ausgestaltung der Online-Anwendungen (inkl. Anreizsysteme)	Wie sollte eine Online-Anwendung gestaltet sein, damit diese den Betroffenen hilft (und auch regelmäßig verwendet wird)	„Also ich finde es immer gut, wenn man sich nicht registrieren muss. Das ist immer sehr nervend. Denn wenn man die App noch nicht ausprobiert hat und sich dann direkt mit E-Mail registrieren muss, ist es immer so nervig, bevor man weiß, ob man die App überhaupt nutzen würden. Dann finde ich es cool, wenn die Apps nichts kosten. Wenn die von Anfang an was kosten, lade ich es mir sowieso nicht runter, weil ich nicht weiß, wie die App ist, bevor ich nicht weiß, ob sie mir hilft. Oder Apps, wo man einen Teil kostenlos nutzen kann, finde ich auch noch ganz cool. Und sonst finde ich es gut, wenn viele Features in der App vereint sind. Sondern eine App, die zum Beispiel Übungen, Aufgaben, Symptome checken und das alles irgendwie vereint. Aber das machen zB. Einige der Apps, die ich schon genannt habe, auch bereits.“ (P5)	B/E
UK 4.6: Nutzerbewertungen & Empfehlungen	Welche Rolle spielen Empfehlungen von anderen Nutzer:innen sowie deren Bewertungen	„Also selbst, wenn mir mein Arzt sagen würde ‚Hey benutz die und die App‘, würde ich erstmal davor gucken, okay, was hat die überhaupt für Bewertungen.“ (P2)	B/E

* *induktiv ergänzt*

Anhang C: Verliebe dich neu!

Anhang C.1: Gesprächsleitfaden Tiefeninterviews

Einführung

Begrüßung, Danksagung, Erklärung des Zwecks und Thema der Forschung, Angaben zum Interviewverlauf und zur ungefähren Interviewdauer, Datenschutzerklärung, Abfrage zur Erlaubnis der Audioaufnahme des Gesprächs.

Warm-Up

Abfrage soziodemographischer Daten (Name, Alter, Geschlecht, Beruf, aktuelle/ ehemalige Tindernutzung) und Einstiegsfrage zur Auflockerung.

„Wie geht es dir mit der aktuellen Corona-Lockdown-Situation? Fühlst du dich manchmal alleine in dieser Situation?“

Themenblöcke mit Fragen

Angefangen wurde mit dem Themenblock „Nutzung von Tinder“. Die Fragen zur „Multioptionalität“, „Online- vs. Offline-Dating“ sowie „Glück und Unglück“ wurden nicht zwangsläufig in der dargestellten Reihenfolge gestellt, sondern auch dann, wenn es thematisch im Gespräch passend erschien. Auch manche Nachfragen wurden nicht unbedingt gestellt, sondern nur, wenn es nicht schon angesprochen wurde und relevant erschien.

1. Nutzung von Tinder

- Nutzt du aktuell Tinder bzw. wann hast du es zuletzt genutzt?
- Wie lange nutzt du schon Tinder?
- Warum nutzt du Tinder?
- In welchen Situationen nutzt du Tinder?
- Wie nutzt du Tinder? (Swipen, Liken, Chatten)
 - Wie oft swipest/ schreibst/ chattest du?
 - Wie ist das bei dir mit dem Swipen? Manche erzählen, sie können nicht mehr aufhören...
 - Wann und warum swipest du nach rechts/ links bzw. worauf achtest du?
 - Chattest du viel über Tinder?
 - Schreibst du andere über Tinder an?
 - Swipest du weiter, auch wenn du bereits mit jemandem schreibst, der dir sympathisch ist?

- Wie viele Matches hast/ hattest du ungefähr?
 - Mit wie vielen von deinen Matches hast du ungefähr geschrieben? Warum eventuell nicht mit allen?
 - Wie viele hast du ungefähr von deinen Matches getroffen? Wie war das Treffen (Enttäuschung, Erwartungen getroffen, positiv überrascht)?
- Welche Features / Funktionen von Tinder kennst du?
(eventuell Funktionen erklären und weiter nachfragen)
 - Wie nutzt du die Funktionen von Tinder?
 - Nutzt du die Freemium Version oder Tinder Gold?
 - Warum nutzt du diese Version (nicht)?
- Wie stellst du dich dar auf Tinder bzw. wie sieht dein Profil aus?
 - Was machst du um deine Chancen eventuell zu erhöhen?
- Worauf achtest du bei anderen Profilen?
- Hast du über Tinder schon einmal ein:e Partner:in gefunden?
- Hast du auf Tinder das gefunden, was du gesucht hast?
- Ehemalige Nutzer:innen: Würdest du gerne einmal wieder Tindern? Warum (nicht)?

2. Multioptionalität

- Wie findest du die große Auswahl auf Tinder?
 - Warum positiv/ negativ?
- Wie gehst du mit der großen Auswahl um?
- Was macht das mit dir, wie fühlst du dich dabei?

3. Online- vs. Offline-Dating

- Findest du, dass du auf Tinder mehr Leute kennenlernst als Offline?
 - Warum ja/ nein?
- Findest du es einfacher durch Tinder Leute kennenzulernen?
 - Warum ja/ nein?
- Denkst du, dir gefallen Online die gleichen Personen wie Offline?
 - Warum ja/ nein?
- Sprichst du Offline genauso Leute an wie auf Tinder?
- Denkst du, du verhältst dich Online anders als Offline?
 - Warum (nicht)?
 - Wie wirkt sich das aus?

4. Glück und Unglück

- Was bedeutet Glück für dich?
 - Was bedeutet Glück für dich in Beziehung mit anderen Menschen?
- Würdest du sagen, Tinder macht dich glücklich(er)?
 - Warum ja/ nein?
- Macht es dich glücklich/ zufrieden Tinder zu nutzen?
- Würdest du sagen, dass du dich durch Tinder weniger alleine (einsam) fühlst?
 - Warum ja/ nein?

Abschluss

Abschlussfragen, Hinweis auf Beenden der Audioaufzeichnung, Verabschiedung

„Hast du noch irgendwelche Fragen?“

„Gibt es noch irgendetwas, was bisher nicht zur Sprache kam?“

Anhang C.2: Kodierleitfaden Tiefeninterviews

Kategorie	Definition	Ankerbeispiel
Hauptkategorie 1: Nutzungs-/ Nichtnutzungsursachen und -motive von Tinder		
1.1 Ziel/ Intention der Nutzung	Aussagen zum Nutzungsmotiv	„Ja, [ich habe] eigentlich immer eine Beziehung [gesucht]. Natürlich, manchmal auch einfach nur eine Freundschaftsbasis, je nachdem wie sich das entwickelt. Aber eigentlich, sag mal, Beziehung war Priorität.“ – P6, Tiefeninterview
1.2 Grund der Nichtnutzung	Aussagen warum man Tinder nicht (mehr) nutzt bzw. gelöscht hat bzw. die Nutzung pausiert hat	„Ja, hatte ich auch. Also das [Tinder gelöscht] hatte ich da [als ich meine Freundin gefunden habe] auch, genau. [...] Und für mich gehört das auch während einer Beziehung nicht dazu. Das wäre für mich eigentlich schon, puh (...) fast ein Betrug. Weil warum sollte ich im Moment das nutzen, wenn es jetzt passt?“ – P6, Tiefeninterview
1.3 Vorteile/ Mehrwert von Tinder	Aussagen zum Mehrwert von Tinder	„Ich bin eigentlich ein recht schüchterner Typ und das war für mich immer ganz gut über ein Gespräch, also über ein Schreibgespräch, sag ich mal, in Kontakt zu kommen und da halt auch schon auf mehrere Leute halt zuzugehen. [...] und dann war das für mich schon immer recht einfach (...) mit Leuten in Kontakt zu kommen über Tinder.“ – P6, Tiefeninterview
1.4 Ergebnis der Nutzung	Aussagen darüber, was man auf Tinder gefunden hat, unabhängig davon, was man gesucht hat und die Evaluation davon	„Ja, also ich habe schon–, also meine Ex-Freundin hatte ich auch über Tinder kennengelernt. Das war aber vor drei Jahren, ja. [...] Nein, das waren glaube ich nur sechs Monate insgesamt. Und ähm ja, wir hatten–, wir hatten recht viele Interessen, die auseinander gegangen sind und auch andere Vorstellungen von einer Beziehung und das hat sich dann auch im Sand verlaufen.“ – P6, Tiefeninterview
Hauptkategorie 2: Nutzungsverhalten auf Tinder		
2.1 Nutzungssituationen	Aussagen in welcher Situation Tinder genutzt wird und Erklärungen dazu	„Äh, eigentlich, meistens nach der Arbeit.[...] Also ich hab es meistens morgens benutzt und dann am späten Nachmittag oder gegen Abend. Weil dann wurde es ja wieder freigeschaltet, dass man wieder liken darf. Ungefähr vom Zeitfenster.“ – P6, Tiefeninterview
2.2 Swipe-Verhalten	Allgemeine Aussagen zum Swipe-Verhalten, der Frequenz, Like-Anzahl und Matches	„Weil es ist ja am Anfang so, am Anfang swipest du nur, dann kommen irgendwann die Matches und dann schreibst du halt mehr und swipest nur noch ein bisschen, dann schreibst du irgendwann hauptsächlich und swipest kaum noch.“ – P2, Tiefeninterview
2.3 Auswahlentscheidungen	Auswahlverhalten; Kriterien für Likes/ Nicht-Likes	„Auf jeden Fall natürliche Bilder, das war mir recht wichtig. Und ähm (...), wenns auch Bilder waren, die (...) Leute auch (...) ja, so in verschiedenen Alltagssituationen gezeigt haben, also jetzt nicht so künstlich gestellte Bilder. Und ähm auch sympathische Bilder, ja.“ – P6, Tiefeninterview

2.4 Chatverhalten	Aussagen zur Kontaktaufnahme, zum Gesprächsbeginn und Verlauf des Gesprächs	„Ne, da bin ich wirklich so (lacht) einfach gestrickt. Also ich hab dann eigentlich immer das Gleiche genommen. [...] Ich hab dann, ich glaub zu Beginn hab ich mit so einem kleinen Spiel angefangen, so ein kleines Ratespiel und die erste Frage war halt immer die gleiche.“ – P6, <i>Tiefeninterview</i>
2.5 Nutzung der Funktionen	Aussagen über die Nutzung der Funktionen (Superlikes etc.)	„Ja, aber da ich ja nur die kostenlose Version hatte, hat man ja, ich glaub, ein Superlike nur alle 24 Stunden einen. Das hab ich auch mal gemacht, aber so richtig funktioniert hat das jetzt nicht.“ – P6, <i>Tiefeninterview</i>
Hauptkategorie 3: Dating über Tinder		
3.1 Multioptionalität	Aussagen über die Bewertung der großen Auswahl auf Tinder und dem Umgang damit	„[...] Tinder schafft halt so eine Situation, wo man theoretisch jederzeit mehr Matches haben kann und theoretisch jederzeit immer mehr Input, mehr bessere Partner finden könnte. Und dann ist man einfach nicht mehr zufrieden mit dem was man hat.“ – P5, <i>Tiefeninterview</i>
3.2 Übergang zur Realität	Aussagen darüber, wie der Weg vom Match bis hin zum ersten Treffen verläuft	„Ja deutlich. Weil man sich halt schon mal (...) virtuell kennengelernt hat. Also, es ist einfacher-, für mich ist es einfacher dann auf die Person darauf zuzugehen, wenn man davor schon mal geschrieben hat. (...) Also da, da, ich glaub die Hemmschwelle ist dann nicht mehr so, so hoch (...) bei mir. Also ich persönlich hab da halt gut Erfahrungen gemacht, wenn ich erst mit jemandem geschrieben hab und mich dann getroffen hab. Dann war ich auch selber nicht mehr so aufgeregt.“ – P6, <i>Tiefeninterview</i>
3.3 Evaluation der Dates	Aussagen zu Erfahrungen und zur Bewertung von Tinder-Dates	„Es gab auch Dates wo die Chemie nicht wirklich gestimmt hat, aber wir hatten dann trotzdem Sex, aber das war dann von beiden Seiten auch so: „Ok, das war es“. Also einmal, das war (...) genug (lacht).“ – P5, <i>Tiefeninterview</i>
3.4 Vergleich zu Offline-Dating	Gegenüberstellende Aussagen von Tinder-Dating und Offline-Dating	„Die Hemmschwelle wird total genommen. Also, wie ich auch gerade meinte, ich weiß nicht, ob mein jetziger Freund und ich uns so kennengelernt hätten, im Reallife, weil wir uns nicht getraut haben, hätten, uns anzusprechen. Und ich glaube, online einen Korb zu bekommen, die Abweisung zu erfahren, ist nicht so schlimm und nicht so unangenehm, wie eine offline, (lacht) eine Ablehnung in Reallife zu bekomme, wo eventuell noch andere Menschen dabei sind und das miterleben, sozusagen. Daher nimmt das die Hemmschwelle, erste Schritte zu tun.“ – P2, <i>Tiefeninterview</i>
Hauptkategorie 4: Selbstdarstellung beim Online-Dating		
4.1 Eigene Selbstdarstellung und Selbstoptimierung	Aussagen über das eigene Profil auf Tinder und inwiefern das Thema Selbstoptimierung dabei eine Rolle spielt.	„Ähm, ich fahr Motorrad, also ich hatte dann ein paar Bilder vom Motorradfahren drauf und natürlich (...) ähm (...), also ein normales, also ich glaub mein Profilbild war ein Porträtbild von mir. Und dann (...) eins beim Kuchenessen, also ganz normale Sachen, also so alltägliche Dinge. Also jetzt nicht so großartig gestellt, so am Strand und (...) beim Laufen oder so, sondern so ganz normale Profilbilder, ja.“ – P6, <i>Tiefeninterview</i>

4.2 Wahrnehmung der Selbstdarstellung anderer Nutzer:innen	Allgemeine Aussagen über die Profile anderer NutzerInnen	„Das war nicht, äh, am Anfang war es, also die Bilder von ihr waren sehr sehr natürlich, aber sie wirkte auf dem Bild dann doch anders, wie in der Realität. Also, es war, es war nicht zu 100% gleich. [...]Ja, also ich glaub ihr erstes Bild war etwas bearbeitet. Also es war schon irgendwas, also irgendwas war bearbeitet (...).“ – P6, Tiefeninterview
4.3 Orientierung an anderen Profilen	Aussagen ob oder inwiefern sich die Nutzer:innen an anderen Profilen orientiert haben	„Ich glaube ich habe so ein bisschen versucht, schon mich so darzustellen, wie ich es mir von anderen gewünscht hätte, also von der anderen Seite, sprich.“ – P2, Tiefeninterview
Hauptkategorie 5: Bewertung von Tinder als App		
5.1 Algorithmus	Kenntnis über und Umgang mit dem Algorithmus	„[...] da habe ich es schon ganz spannend gefunden, wieso man, oder wieso Leute, die alles liken oder die alle Frauen liken, trotzdem keine Matches haben. Und an sich, ne also Interesse eigentlich nur. Dass ich mich da ein bisschen eingesehen habe, das ist ja relativ secret immer. Aber da gibt es ja genug Leute, die sich damit beschäftigen, Tipps dazu geben, um zu schauen, wie man das positiv und negativ beeinflusst. Deswegen, früher fand ich das mal ganz spannend, ich bin nicht mehr so tief drin, aber so ja.“ – P1, Tiefeninterview
5.2 Features	Aussagen zur Bewertung der Funktionen	„Ja, also cool ist das schon, [wenn man ein Superlike bekommt], weil das natürlich nicht so oft vorkommt, sag ich mal. Aber wenn hinter diesem Superlike nichts dabei rauskommt, oder wie gesagt, es sich kein Gespräch entwickelt, dann würd ich das wie ein normales Like werten. Am Anfang ist es natürlich so: „Oh wow, ein Superlike“ und dann guckt man natürlich da als Erstes drauf, aber wie gesagt, wenn sich da nichts großartig daraus ergibt, dann ist es auch schnell wieder vergessen.“ – P6, Tiefeninterview
5.3 Bezahlmodelle	Aussagen zu Nutzung(smotiven) und Bewertung von Bezahlmodellen	„Und deswegen auch wieder das, was ich vorhin gesagt habe, dass es halt in der Tinder Gold Version einfach viel effizienter ist. Und dann nicht immer dieses: „Oh mein Gott, habe ich jetzt ein Match oder nicht.“ Hat auch seinen Reiz bestimmt, aber irgendwann habe ich dann für mich auch so gemerkt, dass es eher anstrengend ist, weil es primär nicht darum geht, [...] nach links und rechts zu swipen, um zu schauen wer sich da so rumtreibt, sondern einfach unter dem Strich auch Leute kennenzulernen.“ – P1, Tiefeninterview
5.4 Reflexion/Ethik von Tinder	Bewertende oder fehlende (ethische) Reflexion über Tinder bzw. das Tindern allgemein	„Aber ich glaube einerseits, man vergisst, dass es außer der Dating-Plattform auch Menschen im anderen Leben gibt. Also man denkt sich: „Och, so im Umkreis, ne, ne, ne“ oder: „Ja, ja, ja gefällt mir“, aber das ist ja nur ein Bruchteil von den Menschen, die ja wirklich im Umfeld noch herumlaufen. Also, ich glaube, da muss man auch aufpassen, dass man sich nur denkt: „Ah, ja, hier gibt es ja niemanden“ oder: „Hier gibt es ja nur Idioten“ sage ich jetzt einmal auf gut deutsch. Auch wenn es ja genug andere Leute noch gibt.“ – P6, Tiefeninterview

5.5 Vergleich zu anderen Dating Apps	Vergleiche zu anderen Dating Apps und/oder Aussagen über Vor- und Nachteile anderer Dating Apps	„[Bumble macht mehr Spaß als Tinder] Weil, von der Aufmachung, der ganzen App. Die Menschen sind bisschen (...) normaler. Es sind eher Leute, kommt mir so vor, auf Bumble, die sonst kein Onlinedating betreiben, weil sie denken: „Oh mein Gott, Onlinedating.“ Aber dann wegen Corona doch Onlinedating machen und sich dann richtig Mühe geben, ihr Profil aufzuziehen. Oder auch, größtenteils wohne ich jetzt in XXX gerade, jetzt bin ich zwar in XXX – aber da ist die Bumbledenutzung auch gigantisch groß. Und auch viel spannendere und interessantere Leute.“ – P1, Tiefeninterview
Hauptkategorie 6: Glück und Unglück		
6.1 Persönliche Definition von Glück	Allgemeine Aussagen darüber, welche Faktoren für das persönliche Glück entscheidend sind	„Also ich glaube Glück wird (...) (seufzt) (...4...) also mich macht es zum Beispiel glücklich, wenn ich mich mit meiner Freundin treffen kann und die kompletten Alltagsorgen vergesse ich dabei. Also ich kann mich mit ihr ganz normal unterhalten und treffen und was zum Beispiel in der Arbeit ist oder so vergesse ich dabei. Das macht mich auch total glücklich. Das merke ich, sie ist wie so ein Ruhepol. Aber sonst Glück (...4...) also, dass man natürlich gesund ist, dass es meiner Familie gut geht, dass meine Freunde gesund sind und dass man sich mit denen auch treffen kann, das ist mir sehr wichtig. Ja und dass man miteinander lachen kann.“ – P6, Tiefeninterview
6.2 Glücksmomente durch Tinder	Aussagen über Situationen auf Tinder, die Glücksgefühle hervorrufen	„Ja tatsächlich, aber ich schätze mal das liegt daran, weil ich halt so picky bin, dass ich dann irgendwie denk: „Scheiße, es ist einfach nur Müll dabei, wann kommt endlich mal etwas Gutes?“ Und dann ist da ein Typ, den ich gut finde und dann wische ich nach rechts und dann haben wir ein Match und das gibt einfach so richtig (...) Glücksgefühle, so instant Belohnungsgefühle gefühlt. Ich glaub das ist ja auch irgendwie irgendwo der Reiz daran, also bei Tinder. Diese instant Gratification so wie bei Instagram, die Likes halt.“ – P5, Tiefeninterview
6.3 Frustrmomente durch Tinder	Aussagen über Situationen auf Tinder, die negative Gefühle hervorrufen	„Ich würde hauptsächlich sagen, weil die Erwartungen nicht erfüllt werden. Weil wie gesagt man geht ja halt mit der Erwartung ran, dass man halt irgendwie Leute, interessante Persönlichkeiten und (...) sowas kennen lernt, aber wie ich ja vorhin gesagt habe, wenn man die aufgewendete Zeit und den Erfolg dann da halt letztendlich berücksichtigt, ist es im Grunde genommen schon eher eine relativ große Enttäuschung.“ – P3, Tiefeninterview
6.4 Akzeptanz von Tinder-Beziehungen im Alltag	Aussagen über die Reaktionen (des Umfelds) über die Tindernutzung bzw. Tinderbeziehungen	„Also meiner Familie ist das egal. Ich habe mit meiner Schwester ein sehr gutes Verhältnis und sie hat auch gesagt: „Ja du, wenn es passt mit der Person, warum nicht?“ Also sie nutzt das auch, aber (...) oder meine Freunde, die wissen, dass ich eigentlich nach einer richtigen Beziehung gesucht habe und denen ist das auch egal, wo ich jetzt die Person kennen gelernt habe. Solange ich glücklich bin, passt es ja.“ – P6, Tiefeninterview

6.5 Einsamkeit/ Gemeinsamkeit	Aussagen darüber, ob Tinder einen Einfluss auf das Gefühl von Einsamkeit oder Ge- meinsamkeit haben kann	„Eher nicht [dass ich mich durch Tinder weniger alleine fühle]. Also (...) Ne. Definitiv nicht. also es gibt schon mal so Phasen, dass wenn du jetzt mal jemanden kennen lernst und dann schreibst du jetzt mit der Person viel, was wie gesagt eher selten vorkommt, das ist dann so eine Phase wo man denkt, ok jetzt verbringt man ein bisschen Zeit und vertreibt sich die Einsamkeit so ein bisschen aber das ist definitiv kein ständiges Gefühl, sondern halt eher ein- zeln vertreten.“ – P3, <i>Tiefeninterview</i>
Hauptkategorie 7: Tinder(n) in Zeiten von Corona		
	Aussagen, in denen die Covid-19-Pande- mie zur Sprache kommt	„[...] wir haben recht lang geschrieben, fast einen Monat, bis wir uns zum ersten Mal getroffen haben. Weil dann waren auch wieder Corona-Auflagen. [...] Wir hätten uns nie ken- nengelernt, weil wir uns auch öffentlich nie hätten treffen können. Jetzt über Corona wär es gar nicht möglich gewe- sen. Und sie wäre eh nicht hier in der Gegend gewesen. Also, ich hätte mit der nie Kontakt aufnehmen können.“ – P6, <i>Tiefeninterview</i>