

Gnadenlose Auslese, wortlose Entmachtung, Stelldicheins wie am Fließband: Dating-Apps folgen einem eigenen Wertekanon. Eine Tinder-Forscherin zieht Bilanz über die Algorithmus-basierte Partnerwahl.

# Ein digitaler Tanzabend



Collage: Rainer Messerklinger (unter Verwendung eines Bildes von Stock / FilippoBacci)

Von Johanna Lisa Degen

„Bei Tinder geht es nur um Sex“ – ein gängiges Vorurteil, dem widersprochen werden kann. Tinder ist eine gesellschaftliche Sphäre, in der sich komplexe Dynamiken beim sozialen Akt der Partnersuche, Selbstpräsentation und sozialer Positionierung vollziehen. Ein Kontext, der von generellen Tendenzen unserer Zeit wie Beschleunigung, Rationalisierung und Selbstvermarktung charakterisiert ist. Und dieser Kontext wirkt sich auf Subjekte aus – und zwar im Querschnitt der Gesellschaft, denn getindert wird nicht nur von vielen, sondern auch in allen Milieus. Die Datenlage zeigt, dass entgegen gängigen Vorurteilen Menschen bei Tinder vor allem alles über Sex Hinausgehende suchen, nämlich etwas Besonderes: „Sex haben ist einfach, sozusagen das Minimum, ich möchte eigentlich was Tolles erleben, etwas fühlen, mich verlieben, besondere Momente schaffen.“

Menschen kommen mit persönlichen, komplexen und anspruchsvollen Erwartungen zu Tinder. Dabei zeigt sich gleichzeitig ein ständiger Bezug auf ein normatives, restriktives soziales Umfeld, bei dem die Tindernutzung schambefahret scheint. Viele Nutzer beziehen sich direkt auf Scham, und 94 Prozent verwenden Normalisierungen: „Das macht doch heute jeder, das ist nicht mehr peinlich.“

## Zwischen Hoffnung und Misstrauen

Persönliche Hoffnungen und gleichzeitige Skepsis gegenüber den Intentionen der anderen Nutzer schließen sich dabei nicht aus; auf beiden Seiten der Geschlechter. Frauen sagen zum Beispiel über Männer, dass es nur die „Desperaten und die Ficker“ gäbe, also vor allem Männer, die verzweifelt Frau und Familie suchen und die, die nur kurzfristige Intermezzi möchten. Männer tragen Skepsis gegenüber fehlender Reinheit und Promiskuität an weibliche Nutzer heran: „Ich suche eine feste Partnerschaft bei Tinder, obwohl man, so eine' eigentlich gar nicht als Freundin haben will.“

Die Subjekte befinden sich also in einem ambivalenten Spannungsfeld von großer Hoffnung und aktiv reduzierter Erwartung: „Eigentlich möchte ich ein Baby, ich bin deshalb bei Tinder, aber dort erfüllt sich das wohl sicher nicht.“ Eine kollektive Suche nach dem Besonderen, nach Liebe und Gefühlen bei gleichzeitiger gegenseitiger Skepsis und Misstrauen.

Aber ist der Prozess beim so genannten „local-bound-micro-dating“ wirklich anders als beim Tanzabend von früher? Bei Tinder ist das eigene Profil innerhalb von wenigen Minuten und mit minimalen Informationen, meist lediglich einem oder zwei Profilbildern erstellt. Ein zusätzlicher Profiltext ist möglich, aber nicht notwendig und bleibt oft ungelesen: „Den Text zu lesen, schaffe ich beim Swipemarathon sowieso nicht.“ Die Auswahl der Partner verläuft dann intuitiv und innerhalb von Sekunden, das heißt, es werden viele Vorschläge innerhalb kurzer Zeit abgearbeitet: like or dislike. Was sich geändert hat: Der erste Eindruck basiert auf nur einem Bild. Dieses Bild ist zum einen selbst produziert und ausgewählt und zum anderen wird es als Inszenierung des Selbst auf einem (Partner-)Markt präsentiert.

Nutzer auf Tinder stellen sich dabei wenigen eindeutigen Kategorien entsprechend dar. Klassisch ist die informative Kategorie „Reisen“, wobei die Darstellung intersubjektiven und impliziten Regeln zu folgen scheint: Es wird der gesamte Körper in Freizeitkleidung vor einer exotischen Kulisse – zum Beispiel in urbanem Kontext mit einem Springbrunnen, in natürlichem Kontext vor Bergkulissen oder dem Meer – präsentiert. Diese gleichförmige, oft fast maskenhafte Darstellung scheint dabei unmittelbar den Motiven, einen Partner zu finden, zu widersprechen. Denn Individualität wird so hinter bekannten Sehgewohnheiten verborgen, wirkt so dem Motiv, ein passendes „Match“ zu finden, eher entgegen. Ähnliches zeigt sich auch in den Profiltexten, wo gefällige und allgemeine Vorlieben präsentiert werden: „Ich mag Sonne, Wein und Meer“ und da fragt man doch: Wer nicht? Und: Macht das eine Person aus?

Dieses Verhalten ist aber sinnig, andernfalls wäre es nicht kollektiv etabliert. Zwei

Gründe zeigen sich auf Seiten der Nutzer: Einerseits dient die zurückhaltende Präsentation dem Selbstschutz. Andererseits ist diese Art der Selbstpräsentation erfolgreich im Sinne von zahlenmäßigen Erfolgsquoten. Beides sind wichtige Aspekte für die Nutzer: Sie wollen sich als erfolgreich erfahren und wenige Verletzungen erleben. Das Selbst validiert und positioniert sich nämlich auch durch Feedback von anderen, ebenso durch den Vergleich mit der Konkurrenz. Beides sind unbekannte Größen bei Tinder. Das „Entmatchen“, also ein Match aufzulösen, ist ein wortloser und einseitiger Prozess und hat einen binären Code: like or dislike. Die Einordnung dieses Feedbacks wird dann in die Spekulation des Subjekts zurückverlagert. Diese Aspekte wurden in der Studie als stark verletzend und unangenehm dargestellt, und zwar von allen Teilnehmern. Und dadurch erklärt sich auch das kategoriale Bedienen ästhetischer Sehgewohnheiten. Die sekun-

## Die zwei Gesichter

User berichten, das Tool hätte aufgrund seines Spaßfaktors eine fast heilende Wirkung. Gleichzeitig fühlen sie sich durch die Beurteilung durch andere unter Druck gesetzt.

„Was sich im Vergleich zu früher geändert hat: Der erste Eindruck basiert auf nur einem Bild. Dieses Bild wird als Inszenierung des Selbst auf einem (Partner-)Markt präsentiert.“

denschnelle Entscheidung und die Effekte auf die betroffenen Subjekte erzeugen ein Verhalten, das eine quantitativ gute Quote erzeugt – und dafür wird in Kauf genommen, dass die Wahrscheinlichkeit eines individuell passenden Matches geringer wird: Vermeidung von Schmerz.

## Es ist die Angst, Chancen zu verpassen

Aber bedeutet dies alles, dass Tinder schädlich ist? Absolut nicht, Tinder hat aus Subjektperspektive schlichtweg zwei Gesichter: Auf der einen Seite ist es eine Spaßgarantie und dient zur euphorischen Unterhaltung – mit einer fast heilenden Wirkung, Nutzer berichten etwa, sie seien ohne Tinder einsam oder wären nie über ihre Scheidung hinweggekommen. Andere geben an, dass sie es vorteilhaft finden, gerade durch Tinder milieuspezifische Kon-

taktbarrieren zu überwinden. Hier zeigt sich Tinder als Mittel zur Überwindung von gesellschaftlichen Grenzen und zur Sozialisierung von Subjekten.

Auf der anderen Seite übt es Druck aus. Dieser entsteht durch die Effekte der Selbstvermarktung und Beurteilung durch andere, durch Beschleunigung und durch (zu) viel Auswahl. Nutzer beschreiben, dass sie gar nicht mehr aufhören können zu Swipen. Jeder zweite Nutzer bezahlt trotzdem für die Premiumversion, um mehr als 100 Mal pro Tag rechts swipen zu können, obwohl es sie stresst. Das Hauptmotiv, weiterzumachen, scheint die Angst zu sein, Chancen zu verpassen, manchmal wird sogar während eines (Tinder-)Dates weiter gswiped: „95 Prozent toll sein reicht nicht mehr, obwohl ich weiß, dass das dumm ist.“ Dem vielen Swipen und Matches folgend, entwickeln Nutzer eigene Managementtools. So werden ausgefeilte Standardnachrichten versendet, mehrere Dates in Reihe geschaltet, Verhaltensregeln aufgestellt: „Nach acht mal schreiben treffen oder entmatchen.“ Oder die Investition ins Date gering gehalten: „Ich gehe mit dem Date joggen, dann habe ich wenigstens Sport gemacht, wenn nichts draus wird.“

In unserer Studie zur digitalen Architektur zeigt sich aber, dass Tinder keine inhärent zwingende Beschleunigungs-Logik hat. Es bietet nur eine Logik an. Etwa, dass die Nutzer sich ausgeklügelte und persönliche Profile erstellen, mit persönlichen Profiltextrn und aussagekräftigen Fotos. Oder aber bestimmte Nutzungsgewohnheiten. Dann wird jedes vorgeschlagene Profil eingehend geprüft und Entscheidungen werden abgewogen. Interessant ist, dass sich genau diese beschleunigte Praxis etabliert, denn oktroyiert ist sie nicht. Dabei beziehen sich Nutzer reflexiv auf das eigene Verhalten: „Ich habe Tinder gelöscht, weil meine Freunde gesagt haben, dass ich unhöflicher werde“, oder „Ich schaue mir inzwischen die Profile genau an, denn ich möchte die dicken Mädchen hinterher nicht traurig machen, wenn ich das Match auflöse.“ Trotz dieser Reflexionen zeigt sich aber bisher eine andere tägliche Praxis.

Ist das ein Zeichen, dass sich die Werte der Gesellschaft verändert haben? Das Verhalten hat sich verändert, es kann zum Beispiel wortlos entmatcht werden, eine Praxis, die beim physischen Kennenlernen sozial nicht etabliert ist. Ein etablierter Wert ist es aber nicht, denn alle Nutzer kritisieren dieses Verhalten. Eher zeigt sich, dass das Verhalten bei Tinder durch den Lebensstil bedingt ist. Menschen nutzen Tinder, weil sie neben 60-Stunden-Arbeitswochen nicht wissen, wie sie sonst in Kontakt kommen sollen.

Denkbar ist doch, dass mit der von Nutzern selbst angemahnten Besinnung auf respektvolles, zwischenmenschliches Verhalten Tinder zukünftig vor allem sein positives Gesicht zeigen könnte. Das höfliche Tinder – der Tanzabend von heute.

Der Autorin ist Psychologin und erstellte an der Europa-Universität Flensburg eine Studie über das Verhalten von Tinder-Usern.