



MASTERARBEIT | MASTER'S THESIS

Titel | Title

Bumble BFF - Meine neuen besten Freund*innen finde ich auf
meinem Handy
ein erster Einblick in die Kommunikationswelt von Bumble BFF
als Freundschafts-App

verfasst von | submitted by
Armina Memedoska

angestrebter akademischer Grad | in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Master of Arts (MA)

Wien | Vienna, 2024

Studienkennzahl lt. Studienblatt | Degree
programme code as it appears on the
student record sheet:

UA 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt | Degree
programme as it appears on the student
record sheet:

Masterstudium Publizistik- und
Kommunikationswissenschaft

Betreut von | Supervisor:

Assoz. Prof. Mag. Dr. Gerit Götzenbrucker Privatdoz.

Abstract

In der heutigen Gesellschaft spielen digitale Plattformen eine wichtige Rolle für die Anbahnung und Pflege von Freundschaften. Die vorliegende Masterarbeit widmet sich der Untersuchung der Nutzung der App Bumble BFF zur Knüpfung von Freundschaften unter jungen Frauen in Österreich. Die vorliegende Studie hat zum Ziel, die Motive und Bedürfnisse der Nutzerinnen zu analysieren sowie die Kommunikationsprozesse innerhalb der App zu verstehen. In Anbetracht der zunehmenden sozialen Isolation und der Schwierigkeiten, im Erwachsenenalter neue Freundschaften zu schließen, stellt Bumble BFF eine innovative Möglichkeit zur Förderung sozialer Verbindungen dar. Der Mixed-Methods-Ansatz, der aus ethnografischen Studien, Online-Inhaltsanalysen und qualitativen Interviews besteht, erlaubt die Erhebung sowohl quantitativer als auch qualitativer Daten. Die Resultate demonstrieren, dass Bumble BFF eine signifikante Rolle bei der Etablierung neuer Freundschaften spielt und dass digitale Kommunikationsmittel eine hohe Relevanz für die Freundschaftsbildung tragen. Die vorliegende Arbeit präsentiert bedeutsame Erkenntnisse über die Prozesse der Anbahnung digitaler Freundschaften.

In today's society, digital platforms play an important role in initiating and maintaining friendships. This master's thesis is dedicated to investigating the use of the Bumble BFF app to establish friendships among young women in Austria. The aim of this study is to analyze the motives and needs of the users and to understand the communication processes within the app. In view of the increasing social isolation and the difficulties of making new friends in adulthood, Bumble BFF represents an innovative way of promoting social connections. The mixed-methods approach, consisting of ethnographic studies, online content analysis and qualitative interviews, allows for the collection of both quantitative and qualitative data. The results demonstrate that Bumble BFF plays a significant role in the establishment of new friendships and that digital communication tools are highly relevant for friendship formation. This study presents significant findings on the processes of initiating digital friendships.

Inhaltsverzeichnis

1	EINLEITUNG	6
2	PROBLEMDARSTELLUNG	7
3	THEORETISCHE GRUNDLAGE.....	8
3.1	DIFFUSIONSTHEORIE	9
3.1.1	<i>Innovation.....</i>	9
3.1.2	<i>Kommunikationskanäle</i>	11
3.1.3	<i>Zeit.....</i>	11
3.1.4	<i>Soziales System.....</i>	13
3.2	KOMMUNIKATIONSTHEORIEN.....	13
3.2.1	<i>Interpersonale Kommunikation.....</i>	13
3.2.2	<i>Das Situationsmodell.....</i>	15
3.2.3	<i>Elektronisch mediatisierte Gemeinschaftskommunikation.....</i>	16
4	AKTUELLER FORSCHUNGSSTAND	18
4.1	FREUNDSCHAFT.....	18
4.2	KINDER VS. ERWACHSENE.....	20
4.2.1	<i>Freundschaften bei Kindern und Jugendlichen</i>	20
4.2.2	<i>Freundschaften bei Erwachsenen</i>	21
4.3	SOZIALE MEDIEN UND WIE FREUNDSCHAFTEN DA REINPASSEN	22
4.4	NUTZUNGSVERHALTEN UND DIFFUSION VON MOBILEN APPS.....	24
4.5	DATING-APPS.....	24
4.6	SELEKTIONSKRITERIEN.....	25
4.7	SELBSTDARSTELLUNG	26
4.8	ABWEISUNG – GEBEN UND NEHMEN	27
5	FORSCHUNGSFRAGEN	30
6	ZIELE UND NICHT-ZIELE	30
7	METHODE	31
7.1	ETHNOGRAFIE	31
7.2	ONLINE ANALYSEN	32
7.3	HALB-STRUKTURIERTE LEITFADEN INTERVIEWS.....	33
7.3.1	<i>Themenanalyse.....</i>	34

7.4	DATENERHEBUNG UND AUSWERTUNG	34
7.4.1	<i>Das Sample</i>	35
7.4.2	<i>Ethnografie</i>	37
7.4.3	<i>Online Analyse</i>	38
7.4.4	<i>Interviews</i>	39
7.5	FORSCHUNGSETHIK	42
8	AUSWERTUNG UND ERGEBNISSE.....	43
8.1	ETHNOGRAFIE	43
8.1.1	<i>Bumble BFF (Bumble For Friends)</i>	43
8.1.2	<i>Das Profil – im generellen</i>	44
8.1.3	<i>Profilerstellung</i>	44
8.1.4	<i>Entscheidungs-Kriterien</i>	47
8.1.5	<i>Highlights der Erlebnisse</i>	49
8.2	STRUKTURIERTE ONLINE-ANALYSE	50
8.2.1	<i>Bumble Nutzer*innen-Profile</i>	50
8.2.2	<i>Online-Beiträge – Erfahrungsaustausch zwischen Nutzer*innen</i>	55
8.3	INTERVIEWANALYSE	59
8.3.1	<i>Entwicklung des Kategoriensystems</i>	59
8.3.2	<i>Analyse und Ergebnisse der Interviews</i>	60
9	DISKUSSION	92
9.1	DIFFUSION OF INNOVATION	92
9.2	FREUNDSCHAFT.....	96
9.3	KOMMUNIKATION	97
9.4	METHODEN	98
10	BEANTWORTUNG DER FORSCHUNGSFRAGEN	100
11	LIMITATIONEN.....	103
12	WEITERE FORSCHUNG, AUSBLICKE IN DIE ZUKUNFT	104
13	CONCLUSIO.....	105
14	LITERATURVERZEICHNIS	107
15	ANHANG	116
	INTERVIEWLEITFADEN.....	116

AUSWERTUNGSKRITERIEN BUMBLE BFF PROFILE	119
CODEBUCH.....	124

Tabellenverzeichnis

TABELLE 1: INTERPERSONALE KOMMUNIKATION VS. MASSENKOMMUNIKATION ÜBERSICHT	14
TABELLE 2: FILTEROPTIONEN BUMBLE BFF	26
TABELLE 3: ÜBERSICHT SAMPLING KRITERIEN	36
TABELLE 4: SYSTEMATISCHE ÜBERSICHT INTERVIEWS	42
TABELLE 5: SAMPLE ÜBERSICHT	42
<i>TABELLE 6: INFORMATIONEN AUF BUMBLE BFF ÜBER DIE VERSUCHSPERSON</i>	<i>46</i>
TABELLE 7: KATEGORIEBILDUNG FÜR DEN INTERVIEWLEITFADEN	58
TABELLE 8: KATEGORIESYSTEM	59

Abbildungsverzeichnis

ABBILDUNG 1: DAS SITUATIONSMODELL	15
ABBILDUNG 2: INSTAGRAM POST BUMBLE BFF OKTOBER 2023	40
ABBILDUNG 3: INSTAGRAM POST BUMBLE BFF FEBRUAR 2024.....	40
ABBILDUNG 4: ANTWORTEN AUF INSTAGRAM STORY.....	40
ABBILDUNG 6: INTERVIEWANFRAGE ÜBER BUMBLE BFF MIT KONTAKT UND OHNE KONTAKT	41
ABBILDUNG 7: DARSTELLUNG EINES BUMBLE BFF PROFILS	49
ABBILDUNG 8: ANZAHL DER ARTEN VON FOTOS AUF BUMBLE BFF AUF NUTZER*INNEN PROFILEN	51
ABBILDUNG 9: HÄUFIG GENANNT SPRACHEN AUF BUMBLE BFF	52
ABBILDUNG 10: VERGLEICH "ÜBER MICH" BUMBLE BFF TEXT - DETAILLIERT	53
ABBILDUNG 11: HÄUFIG GENANNT INTERESSEN AUF NUTZER*INNEN PROFILEN BUMBLE BFF...	54

Abkürzungsverzeichnis

VP: Versuchsperson

BFF: Bumble for Friends

APP: Applikation

1 Einleitung

Freundschaften spielen eine zentrale Rolle im Leben vieler Menschen, jedoch berichten immer mehr Personen, insbesondere Jugendliche, dass sie weniger Zeit mit Freunden verbringen. Studien zeigen, dass die Mehrheit der Menschen Freundschaften als wichtig erachtet und dass die Digitalisierung neue Wege eröffnet hat, Freundschaften zu knüpfen. Jugendliche nutzen vermehrt soziale Medien und Online-Spiele, um neue Freunde zu finden. Trotz dieser digitalen Möglichkeiten empfinden viele Erwachsene das Knüpfen neuer Freundschaften als Herausforderung. In Österreich wird oft berichtet, dass es schwierig ist, enge Freunde zu finden, und dass Freundschaften eher durch Qualität als durch Quantität geprägt sind. Besonders im Erwachsenenalter gestaltet sich der Aufbau neuer sozialer Kontakte komplizierter, was auch in öffentlichen Diskussionen und Online-Foren thematisiert wird. Im digitalen Zeitalter nehmen Online-Freundschaften an Bedeutung zu. Soziale Netzwerke und Apps, die ursprünglich für Dating gedacht waren, werden zunehmend auch zur Freundschaftsanbahnung genutzt. Eine solche App ist Bumble BFF, die darauf abzielt, Menschen bei der Suche nach Freundschaften zu unterstützen. Diese Masterarbeit untersucht die Nutzung von Bumble BFF in Österreich, wobei der Fokus auf jungen Frauen liegt. Es wird analysiert, welche Ziele die Nutzerinnen verfolgen und welche Kommunikationsprozesse innerhalb der App eine Rolle spielen. Die theoretische Grundlage basiert auf bisherigen Forschungsergebnissen zu Online-Freundschaften und -Kommunikation. Die Arbeit kombiniert qualitative und quantitative Methoden, um ein umfassendes Bild der Nutzung von Bumble BFF zu zeichnen. Ethnografische Studien, Inhaltsanalysen von Online-Foren und Häufigkeitsanalysen von Profilen werden mit qualitativen Interviews ergänzt. Ziel dieser Arbeit ist es, ein tiefgehendes Verständnis der Nutzung von Bumble BFF durch junge Frauen in Österreich zu entwickeln und die Kommunikationsprozesse innerhalb der App zu erforschen. Die Bedeutung von Freundschaften im digitalen Zeitalter wird hervorgehoben, ohne dabei Vergleiche zwischen verschiedenen demografischen Gruppen zu ziehen.

2 Problemdarstellung

„Obwohl Freundschaften von den meisten Menschen als sehr wichtig beschrieben werden, leben viele Menschen ohne enge Freunde.“ Mit diesem Satz eröffnen Kupsa & Rechner (2023) ihren Podcast „Beziehungsweise“. Insbesondere Jugendliche und Männer sollen immer weniger Zeit mit ihren Freund*innen verbringen. Im Jahr 2022 wurde in Österreich eine Studie mit 1.203 Personen (>17 Jahre) durchgeführt, in welcher 91 % der Befragten mitteilen, dass sie Freundschaften als wichtig erachten (Graefe L., 2022). Für Jugendliche von heute besteht die Möglichkeit, Freundschaften auch auf digitalem Wege zu beginnen. Gemäß einer Studie des PEW Research Center haben 57 % der Teenager*innen im digitalen Raum eine*n neue*n Freund*in kennengelernt. Soziale Medien und Online-Spiele stellen die häufigsten digitalen Orte dar, an denen neue Freundschaften geschlossen werden (Lenhart, Smith, Anderson, Duggan & Perrin, 2015, S. 2). In einer US-amerikanischen Studie gab nahezu die Hälfte der befragten Erwachsenen an, Schwierigkeiten bei der Suche nach neuen Freundschaften zu verspüren. Gleichwohl gibt nahezu die Hälfte der Befragten an, sich bei einer größeren Auswahl Die Bereitschaft, sich aktiv um neue Freundschaften zu bemühen, ist laut einer Studie von OnePoll aus dem Jahr 2019 bei vielen Menschen vorhanden.

Die Österreicher*innen werden gemeinhin als die unfreundlichsten Einheimischen weltweit wahrgenommen, sowohl im Allgemeinen als auch gegenüber ausländischen Mitbürger*innen, wobei hier im Besonderen eine besonders unfreundliche Haltung gegenüber Ausländer*innen beobachtet wird. Diese Annahme lässt sich durch die Ergebnisse der Studie stützen, wonach mehr als zwei von fünf Expats die Meinung vertreten, dass die Einheimischen besonders unfreundlich sind. Dies ist ein Grund dafür, dass fast 60 % der Expats es als schwierig empfinden, in Österreich einheimische Freund*innen zu finden. (vgl. InterNations, 2023, S. 61). In Österreich treffen sich 7,3 % der Menschen täglich mit ihren Freund*innen, bei Frauen liegt diese Zahl bei 5,9 %. In Österreich ist es üblicher, Freund*innen wöchentlich zu treffen (45,1 %). (eurostat, 2015). Der Großteil der Österreicher*innen zählt maximal vier Personen zu ihrem engsten Freundeskreis, wohin gegen ein Prozent der Österreicher*innen keine Person nennen. (Graefe L. , 2019). In Österreich werden Freundschaften als essenziell gesehen. Dabei wird Qualität höher bewertet als Quantität, es zeigt sich eine Präferenz für wenige, dafür aber tiefgründige und enge Freundschaften, die durch wöchentliche Interaktionen gepflegt werden. Im Erwachsenenalter scheint es jedoch zunehmend schwieriger zu werden, neue Kontakte zu knüpfen. Im Jahr 2018 veröffentlichte der Standard eine Diskussion mit dem Titel „Wie findet man als Erwachsener Freunde?“, welche mit 381 Kommentaren eine beachtliche Resonanz erfuhr (derstandard.at, 2018).

Auch auf der Plattform Reddit lassen sich zahlreiche Einträge zu diesem Thema finden (reddit.com, 2023; Brokenmind44, 2023; reddit.com, 2023; reddit.com, 2024; reddit.com, 2023). Im Vergleich zu Kindern und Jugendlichen sind die Bedingungen, im Erwachsenenalter neue Freundschaften zu schließen, erschwert. Die Problematik besteht darin, dass Erwachsenen erwarten, dass sie ebenso selbstverständlich und regelmäßig neue Freundschaften schließen wie in jüngeren Jahren. (Blankenfeld, 2023). Um dem entgegenzuwirken, wird in Wien beispielsweise das Format „Speed Friending“ einmal im Monat angeboten, welches Erwachsenen die Möglichkeit bietet, sich unkompliziert und schnell kennenzulernen. Im digitalen Zeitalter ist zudem eine Zunahme von Freundschaften zu beobachten, die online geschlossen werden (Hood, Creed, & Mills, 2018). Dating-Apps sind heutzutage ein weit verbreitetes Phänomen, das es Personen ermöglicht, potenzielle romantische Beziehungen zu finden (Bonilla-Zorita, Griffiths, & Kuss, 2021; Fiore, Taylor, Mendelsohn, & Hearst, 2008). Die Möglichkeiten, die sich durch die Nutzung von Dating-Apps ergeben, beschränken sich nicht länger auf die Suche nach romantischen Beziehungen. Auch die Bildung von Freundschaften kann durch die Verwendung solcher Apps erleichtert werden (Dirks, 2019). Es wäre von Interesse, die Funktionsweise einer Freundschafts-App zu ergründen und zu eruieren, wie Nutzer*innen erfolgreich sein können, um neue potenzielle Freundschaften online zu schließen. Im Rahmen dieser Arbeit wird untersucht, wie Nutzerinnen Bumble BFF (Bumble for Friends) in Österreich nutzen und welche Ziele sie dabei verfolgen. Ein besonderes Augenmerk gilt dabei den unterschiedlichen Kommunikationsprozessen innerhalb der App.

3 Theoretische Grundlage

Im Rahmen der theoretischen Grundlage erfolgt eine Fokussierung auf etablierte Theorien der Kommunikationswissenschaften, welche das Fundament dieser Disziplin seit Jahrzehnten bilden. Obwohl einige dieser Theorien bereits vor einigen Jahren entstanden sind, bieten sie eine stabile Basis für die Erweiterung und Vertiefung des Forschungsfeldes. Die vorliegende Arbeit basiert auf einer umfassenden Literaturrecherche und stützt sich auf ausgewählte Theorien, die als geeignete Grundlage für die empirische Forschung und die anschließende Diskussion dienen. Sie sind richtungsweisend und bieten eine Übersicht über wesentliche Aspekte der Kommunikationsforschung. Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf der Diffusionstheorie sowie auf Kommunikationstheorien der medialen und digitalen Welt im Kontext der interpersonalen und zwischenmenschlichen Kommunikation. Die folgenden Unterkapitel dienen der Einführung in die

Arbeit sowie der Erklärung der theoretischen Ansätze, welche als Anker für die empirische Untersuchung dienen.

3.1 Diffusionstheorie

Die Diffusionstheorie befasst sich seit Jahrzehnten mit der Frage, auf welche Weise Innovationen in sozialen Systemen Verbreitung finden. Die Diffusionstheorie ist für die Kommunikationswissenschaften von Bedeutung, da sie sowohl die Verbreitung von Medieninnovationen untersucht als auch die Rolle von massenmedialen und interpersonalen Kommunikationskanälen bei dieser Verbreitung beleuchtet (Karnowski, 2023, S. 11). Der Diffusionsprozess bezeichnet die Verbreitung von Innovationen über bestimmte Kommunikationskanäle, Zeiträume und Mitglieder eines sozialen Systems. Dabei liegt der Fokus stets auf neuen Ideen. Im Rahmen des Diffusionsprozesses sind insbesondere die Faktoren Unsicherheit, Information sowie sozialer Wandel von Relevanz. Der Begriff der Unsicherheit beschreibt das Fehlen von Vorhersehbarkeit und Informationen. Technologische Fortschritte hingegen verringern diese Unsicherheit. Diffusion führt zudem zu sozialem Wandel, indem sie Änderungen in der Struktur und Funktion sozialer Systeme bewirkt. Es kann eine Unterscheidung zwischen zentralisierten und dezentralisierten Diffusionssystemen vorgenommen werden. In zentralisierten Systemen erfolgt die Steuerung der Innovationsdiffusion durch wenige Personen oder Unternehmen. In dezentralisierten Systemen erfolgt die Verbreitung der Innovation durch die Mitglieder des sozialen Systems (Rogers, 1983, S. 5–7).

3.1.1 Innovation

Es bestehen zwei Arten von Informationen einer technologischen Innovation: Die *Software-Information*, die in einer Technologie dargestellt ist. Sie dient dazu, die Ungewissheit über die Ursache-Wirkungs-Beziehungen zu verringern, die erforderlich sind, um ein gewünschtes Ergebnis zu erzielen. Die wichtigsten Fragen, die sich ein Individuum stellt, sind: "Was ist die Innovation?" "Wie funktioniert sie?".

Im Gegenstück dazu steht die Informationen zur *Innovationsbewertung*, d. h. die Verringerung der Unsicherheit über die erwarteten Folgen einer Innovation. Hier wird gefragt: „Welche Konsequenzen hat diese Innovation?“ „Was werden die Vor- und Nachteile dieser Innovation in meiner Situation sein?“. Es von Bedeutung, die Grenzen zwischen technologischen Innovationen zu erkennen (Rogers, 1983, S. 14). Die Akzeptanz von Innovationen erfolgt nicht immer gleich schnell. Daher ist es erforderlich, bestimmte Charakteristika einer Innovation zu erkennen, um die Rate und Schnelligkeit der Adoption durch Individuen zu erklären:

1. Relativer Vorteil: Hierbei geht es um den Anteil zu welchem eine Innovation als eine bessere Idee wahrgenommen wird als die Idee, welche sie ersetzt. Dieser Vorteil kann in ökonomischen Bedingungen, aber auch sozialem Prestige, Bequemlichkeit und Zufriedenheit bestimmt werden. Umso höher der persönliche Vorteil, desto wahrscheinlicher die Adaption.

2. Kompatibilität: bezeichnet, wie gut eine Innovation mit den bestehenden Werten, Erfahrungen und Bedürfnissen der potenziellen Anwender*innen übereinstimmt. Eine Innovation, die kompatibel mit den vorherrschenden Werten und Normen eines sozialen Systems ist, wird schneller angenommen. Inkompatible Innovationen erfordern oft die Annahme eines neuen Wertesystems.

3. Komplexität: Ist der Grad, in welchem eine Innovation als schwierig zu verstehen und zu nutzen empfunden wird. Ideen, die einfacher zu verstehen sind, werden schneller angenommen, da Anwender*innen keine neuen Fähigkeiten und Kenntnisse entwickeln müssen.

4. Testbarkeit: gibt Auskunft über den Grad der Umsetzbarkeit einer Innovation in begrenztem Umfang. Die Prüfung neuer Ideen führt in der Regel zu einer schnelleren Akzeptanz, da die Unsicherheit, die mit neuen Ideen häufig einhergeht, reduziert wird. Durch die Möglichkeit des Probierens kann ohne Konsequenzen gelernt werden.

5. Beobachtbarkeit: Ist der Grad, in dem die Ergebnisse einer Innovation für andere sichtbar sind. Die Wahrscheinlichkeit der Adaption einer Innovation ist umso höher, je einfacher deren Ergebnisse zu erkennen sind. Eine solche Sichtbarkeit regt die Diskussion unter Gleichgesinnten über neue Ideen an, da um Informationen zur Innovationsbewertung gebeten wird.

Die Akzeptanz von Innovationen hängt von deren wahrgenommenen Vorteilen, Kompatibilität, Praktikabilität, Beobachtbarkeit und Komplexität ab. Innovationen, die als vorteilhafter, kompatibler, einfacher zu testen, besser zu beobachten und weniger komplex wahrgenommen werden, werden schneller angenommen (Rogers, 1983, S. 14–16). In einer Studie wurden die Attribute relativer Vorteil, Kompatibilität, Komplexität und Testbarkeit als besonders relevant identifiziert (Chatman, 1986, S. 8). Weitere Charakteristiken wie Benutzerfreundlichkeit, Image, Sichtbarkeit, Vorzeigbarkeit der Ergebnisse und soziale Anerkennung haben ebenfalls einen positiven Einfluss auf die Akzeptanz von Innovationen. Die Freiwilligkeit und Risikobereitschaft hatten sowohl positive als auch negative Auswirkungen auf die Entscheidung zur Adoption. Die Kosten wirken sich negativ auf die Bereitschaft zur Übernahme von Innovationen aus. Von besonderer Wichtigkeit scheint die „Benutzerfreundlichkeit“. (Kapoor, Dwivedi, & Williams, 2014, S.15).

3.1.2 Kommunikationskanäle

Kommunikation ist der Prozess, bei dem Teilnehmer*innen Informationen austauschen, um zu einem gemeinsamen Verständnis zu gelangen. Der Diffusionsprozess besteht darin, dass ein Individuum neue Ideen mit anderen teilt. Er umfasst: (1) eine Innovation, (2) ein Individuum mit Wissen über die Innovation, (3) ein Individuum ohne Wissen über die Innovation und (4) einen Kommunikationskanal, der sie verbindet. Ein Kommunikationskanal übermittelt Nachrichten von einer Person zur anderen und beeinflusst die Bedingungen und den Effekt der Informationsübertragung. Kommunikationskanäle werden in „Massenmedien Kanäle“ und „Zwischenmenschliche Kanäle“ unterschieden. Massenmedien ermöglichen es, mit einer Informationsquelle ein großes Publikum zu erreichen, während zwischenmenschliche Kanäle effektiver darin sind, Individuen zu überzeugen, eine neue Idee anzunehmen, besonders wenn sie Gleichgesinnte sind. Dieser Austausch erfolgt von Angesicht zu Angesicht. Für die Akzeptanz einer Innovation ist die subjektive Einschätzung von anderen, die die Innovation bereits nutzen, entscheidend. Diese Abhängigkeit des Kommunikationsprozesses zwischen Gleichgesinnten ist das Herzstück des Diffusionsprozesses. (Rogers, 1983, S.17-22). Der soziale Einfluss zeigt sich in Abhängigkeit von den spezifischen Charakteristika der Informationstechnologie in unterschiedlicher Weise hinsichtlich der Nutzung von Informationstechnologien. Die Akzeptanz mobiler virtueller Netzwerke veranschaulicht, dass der soziale Einfluss einen signifikanten Einfluss auf die Nutzungsabsicht ausübt (Kapoor, Dwivedi, & Williams, 2014, S.14).

3.1.2.1 Homophilie und Heterophilie

Die Konzepte der Homophilie und Heterophilie spielen eine große Rolle im Diffusionsprozess. Der Begriff der Homophilie bezeichnet den Grad der Ähnlichkeit zwischen Individuen hinsichtlich Attribute wie Glauben, Bildung, sozialer Status und Interessen. Menschen neigen dazu, ähnliche Individuen wie sie selbst auszuwählen, da sie oft denselben Gruppen angehören, nahe beieinander leben oder ähnliche Hobbies haben. Effektive Kommunikation findet zwischen homophilen Personen statt, da gemeinsame Interessen und Charakteristika zu einem besseren Verständnis und einer größeren Einflussnahme auf Wissen, Meinungen und Verhalten führen. Allerdings ist für die Diffusion von Innovationen die Existenz von Heterophilie zwischen den Beteiligten notwendig, da ohne diese kein neuer Informationsaustausch möglich ist. (Lazarsfeld & Merton, 1954, S.23-40).

3.1.3 Zeit

Zeit ist ein wichtiges Element im Diffusionsprozess. Die Zeitdimension spielt bei der Diffusion eine Rolle im Innovationsentscheidungsprozess, durch den ein Individuum von der ersten

Kenntnis einer Innovation bis zu ihrer Annahme oder Ablehnung gelangt. Der Innovations-Entscheidungsprozess ist der Prozess, den eine Person von der ersten Kenntnisnahme einer Innovation über die Bildung einer Haltung gegenüber der Innovation bis hin zur Entscheidung für oder gegen die Einführung der neuen Idee und der Bestätigung dieser Entscheidung durchläuft. Fünf Schritte werden in diesem Prozess durchlaufen: (1) Wissen, (2) Überzeugung, (3) Entscheidung, (4) Umsetzung und (5) Bestätigung. Wissen entsteht, wenn eine Person von der Existenz der Innovation erfährt und ein erstes Verständnis über die Funktionsweise erwirbt. Überzeugung ist, wenn eine Person eine positive oder negative Einstellung gegenüber der Innovation entwickelt. Eine Entscheidung entsteht, wenn eine Person Aktivitäten unternimmt, die zu einer Entscheidung für oder gegen die Innovation leiten. Die Umsetzung findet statt, die Innovation in die Praxis umgesetzt wird. Bestätigung tritt auf, wenn eine Person eine bereits getroffene Entscheidung bestätigen möchte, diese aber möglicherweise wieder rückgängig macht, wenn sie widersprüchliche Informationen über die Innovation erhält (Rogers, 1983, S. 17-21). Rogers (2003) definiert verschiedene Voraussetzungen, die jedes Individuum mitbringt, wenn der Innovations-Entscheidungs-Prozess einsetzt. Hierzu zählen zunächst frühere Erfahrungen des Individuums, den Verlauf des Innovations-Entscheidungs-Prozesses beeinflussen. Daneben stehen die Probleme bzw. Bedürfnisse des Individuums, welche eventuell durch die Innovation bedient werden. An dritter Stelle steht die Innovativität, d.h. die grundsätzliche Neigung zur Übernahme von Neuerungen im Sinne eines Persönlichkeitsmerkmals (S.172).

In der Wissensphase lassen sich drei Stufen von Wissen unterscheiden:

1. *Awareness-Knowledge* beschreibt das reine Wissen um die Existenz einer Innovation.
2. *How-to-Knowledge* ermöglicht die korrekte Anwendung einer Innovation. Unzureichendes How-to-Knowledge führt oftmals zur Ablehnung einer Innovation oder der Unterbrechung ihrer Nutzung.
3. *Principles-Knowledge* ist das Grundlagenwissen über eine Innovation. Für die Adoption einer Innovation ist Principles-Knowledge nicht nötig. Allerdings ist die Gefahr, eine Innovation falsch zu nutzen und in der Folge die Nutzung abubrechen, bei fehlendem Principles-Knowledge deutlich erhöht (Rogers, 2003, S.173). In der Definition von Innovation, wie sie von Chatman (1986) vorgenommen wurde, war eine Änderung erforderlich, um auch gewöhnliche Informationen zu berücksichtigen. Es wird festgehalten, dass die Grundbausteine der Diffusion von Innovation für alle Diffusionsprozesse relevant sind, jedoch Abwandlungen in Abhängigkeit von einzelnen Bereichen erforderlich sind, beispielsweise Technologie, Arbeitsmarkt oder Kulturwandel. Bei Chatman wird die Zeit als ein entscheidendes Element bei der Verbreitung von Informationen identifiziert (S. 8).

3.1.4 Soziales System

Ein soziales System kann definiert werden als eine Gruppe miteinander verbundener Einheiten, die zusammenarbeiten, um ein gemeinsames Ziel zu erreichen. Diese Einheiten können Einzelpersonen, informelle Gruppen, Organisationen oder Teilsysteme sein und sind durch ihr gemeinsames Ziel miteinander verbunden. Die Diffusion einer Innovation vollzieht sich innerhalb eines sozialen Systems und wird von dessen sozialer Struktur beeinflusst, welche die Verbreitung auf unterschiedliche Weise steuert. Das soziale System bildet eine Grenze, innerhalb derer sich die Innovation ausbreitet (Rogers, 1983, S. 24). Chatman (1986) verweist darauf, dass ein Informationssystem aktuelle, zugängliche und verständliche Informationen bereitstellen muss, insbesondere unter Berücksichtigung der sozialen Normen einkommensschwacher Bevölkerungsgruppen. Daher ist die Entwicklung eines Systems erforderlich, welches Diversität und Zugänglichkeit fördert (S. 8f).

3.2 Kommunikationstheorien

Im Folgenden werden verschiedene Kommunikationstheorien beschrieben und genannt, die für diese Arbeit von Relevanz sind und die Basis für den empirischen und den Diskussionsteil liefern. Die genannten Theorien fokussieren sich hauptsächlich auf die mediale, interpersonale und zwischenmenschliche Kommunikation, mit Fokus auf dem digitalen Umfeld. Sie dienen der Einordnung des Erforschten sowie der Zusammenführung der Erkenntnisse aus der Praxis mit denen der Theorie.

3.2.1 Interpersonale Kommunikation

Interpersonale Kommunikation ist als Begriff schwer zu definieren, weil es verschiedene Kommunikationsmittel (verbale und nonverbale) gibt, die Kommunikation direkt oder durch Medien vermittelt werden kann und unterschiedliche soziale Konstellationen (von zwei Personen bis zur Gruppenkommunikation) möglich sind (Haas, 2013, S.26). Zur besseren Darstellung und Einschätzung der Unterschiede zwischen der Massenkommunikation und der interpersonalen Kommunikation dient Tabelle 1. Die Unterschiede werden in vier Bereiche gegliedert: Medium, Teilnehmer*in, Situation, Inhalte und Wirkung.

Tabelle 1: Interpersonale Kommunikation vs. Massenkommunikation Übersicht

	Interpersonale Kommunikation	Massenkommunikation
Medium		
Reichweite	Gering	Hoch
Beständigkeit	Meist sehr gering	Je nach Medium
Verfügbarkeit	Begrenzt	Jederzeit
Teilnehmer*in		
Wissen des/der Kommunikator*in über Empfänger*in	Hoch	Eher gering
Wissen des/der Empfänger*in über Kommunikator*in	Hoch	meist lediglich Wissen über die Medienorganisation
Beurteilung der Glaubwürdigkeit	Meist hoch	variiert
Situation		
Abbruch der Kommunikation	Schwierig	Sehr einfach
Rollentausch	Jederzeit möglich	Nicht möglich
Feedback	Jederzeit direkt möglich	Selten, indirekt
Inhalte und Wirkung		
Selektive Nutzung	Kaum möglich	Sehr viele Möglichkeiten
Möglichkeit selbst Inhalte einzubringen	Hoch Möglich	Nicht vorhanden Nicht möglich
Direkte Überprüfung der Wirkung	Einstellungen/Meinungen	Wissen
Vermutete Wirkung auf	personal-level cognitions	Social-level judgements
Vermutete Wirkung auf		

(Haas, 2013, S.28)

Der Begriff der Mediennutzung bezeichnet den Konsum von Inhalten, die durch Massenmedien verbreitet werden. Interpersonale Kommunikation hingegen bezeichnet den direkten Austausch verbaler Informationen zwischen Personen. Die wesentlichen Unterschiede liegen in der Kontrolle über die Inhalte und die Wirkung sowie der Möglichkeit zum Abbruch der Kommunikation. Die Annahme einer höheren Glaubwürdigkeit der interpersonalen Kommunikation, insbesondere bei politischen Themen kann die Bildung von Einstellungen beeinflussen. Allerdings ist bei der Beurteilung der Themenrelevanz die Glaubwürdigkeit einer Quelle von nachrangiger Bedeutung. Die genannten Kommunikationssituationen repräsentieren Individualkommunikation, die einem begrenzten Publikum zugänglich ist. Das Publikum dieser interpersonalen öffentlichen Kommunikation ist auch in der Gegenwart, selbst in prominenten Diskussionsforen, relativ klein.

Demgegenüber weisen Kommunikationsszenarien, die auf Massenkommunikation basieren, ein größeres Veränderungspotenzial auf. Technologische Innovationen wie verschiedene Internetanwendungen und Smartphones haben dazu geführt, dass eine „individualisierte Massenkommunikation“ möglich geworden ist. Dies umfasst die zeitversetzte Nutzung sowie die Personalisierung von Medienangeboten und die Lenkung der Aufmerksamkeit durch das Publikum (Haas, 2013, S.32,35).

3.2.2 Das Situationsmodell

Das Situationsmodell umfasst zwei Kanäle und zwei Bäume. Der *Eingangskanal* beleuchtet die Vorgeschichte und Anlässe einer Situation, die oft in vorher festgelegten Treffen wie Arbeit oder Verabredungen stattfinden. Fragen zur Anlassklärung sind essenziell. Im *Oberbaum*, der thematischen Struktur, geht es um das gemeinsame Thema. Es ist wichtig, dass dieses Thema mit dem Anlass und den Zielen übereinstimmt. Der *Unterbaum* beschreibt die zwischenmenschliche Struktur, einschließlich der Rollen und Funktionen der Teilnehmer*innen. Im *Ausgangskanal* werden die Ziele des Treffens erreicht.

Jede*r Teilnehmer*in hat eigene Haupt- und Nebenziele, daher werden die Ziele im Bild als ein Durcheinander aus vielen verschiedenen Linien dargestellt. Die Leiter*innen des Treffens sollten klare Ziele und Nicht-Ziele erklären, um eine situationsgerechte Kommunikation zu ermöglichen. Das Modell hilft, alle relevanten Umstände zu erkennen, Schwerpunkte zu setzen und die psychische Realität der Beteiligten zu beeinflussen. Dadurch können Gespräche und Treffen situationslogisch und systemgerecht behandelt werden (Schulz von Thun Institut für Kommunikation, kein Datum).

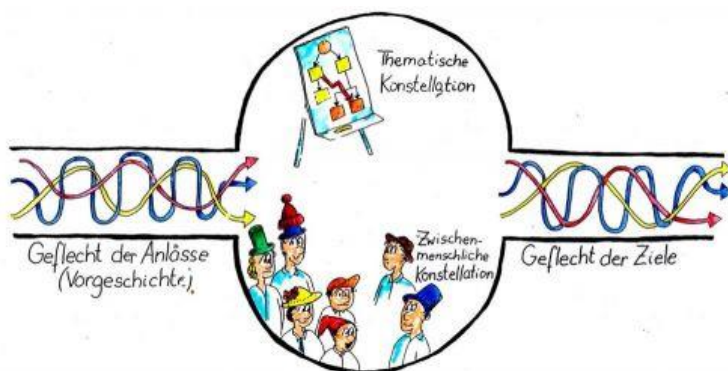


Abbildung 1: Das Situationsmodell

(Schulz von Thun Institut für Kommunikation, kein Datum).

3.2.3 Elektronisch mediatisierte Gemeinschaftskommunikation

Es wird von Burkart & Hömberg (2015) versucht ein neues „Modell elektronisch mediatisierter Gemeinschaftskommunikation“ zu entwerfen. Bestimmte Aspekte sollen dargestellt werden: Vorerst soll ersichtbar sein, dass sich gegebene Unterschiede den Rollen der Kommunikator*innen und Rezipient*innen tendenziell ausgleichen, sich aber nicht komplett auflösen. Personen, welche als Beteiligte etwaige Kommunikationsmittel nutzen, beeinflussen ihre Aussagen schon durch Stoffauswahl und Gestaltung. Diese Personen stehen zugleich auch unter dem Zwang der gegebenen medialen Anwendungspotenziale.

Zwei Beispiele verdeutlichen diesen Prozess:

1. Eine Nachricht soll eine große Anzahl von Menschen ohne Internetzugang erreichen. Daher darf die Verbreitung nicht über das Internet erfolgen.
2. Ein*e Lexikon-Redakteur*in wird vom Verlag beauftragt, bestimmte Inhalte für eine CD vorzubereiten, und ist somit gezwungen, diese Form der Vermittlung zu nutzen.

Im Modell der elektronischen Gemeinschaften unterwerfen sich alle Teilnehmenden eines elektronischen Kommunikationsraums zwei Einflussgrößen: der technischen Ausstattung (Medium) und den vorhandenen Anwendungspotenzialen. Die technische Ausstattung dient als Vermittlungsinstanz von Botschaften, während die Anwendungspotenziale den realen Einsatz der technischen Möglichkeiten und die Auswahl der Beteiligung an Kommunikationsangeboten bestimmen. Dabei werden auch das Erleben und die Wirkung der Aussagen berücksichtigt. In der Welt der elektronisch mediatisierten Gemeinschaftskommunikation, wo vorwiegend die technische Kommunikationsstruktur beschrieben wird, spielt eine weitere Gruppe an Beteiligten eine wichtige Rolle. Diese, die den Kommunikationsraum bereitstellen, genannt „organisierende Beteiligte“. Das sind z.B. Internetprovider, sowie verschiedenste Unternehmen, die daran in unterschiedlichsten Aspekten beteiligt und eingebunden sind. Auch die elektronisch mediatisierte Gemeinschaftskommunikation, ist wie alle anderen Kommunikationsformen und -strukturen von den vorhandenen sozioökonomischen und soziokulturellen Systeme abhängig (S.250).

Elektronisch mediatisierte Gemeinschaftskommunikation bezeichnet den Austausch von Informationen, Ideen und Emotionen innerhalb von sozialen Gemeinschaften über digitale Medienplattformen. Online Plattformen ermöglichen es Nutzer*innen, sich miteinander zu verbinden, unabhängig von geografischen Entfernungen oder Zeitunterschieden. Hier teilen die Mitglieder ihre Gedanken, Erfahrungen und Interessen. Es entstehen interaktive Diskussionen und soziale Interaktionen. Diese Kommunikationsform fördert den Austausch von Wissen, die Unterstützung in Krisensituationen, die Organisation von Gruppenaktivitäten und die Bildung von Gemeinschaftsidentitäten. Die elektronisch mediatisierte Gemeinschaftskommunikation spielt

eine entscheidende Rolle bei der Stärkung sozialer Bindungen, der Mobilisierung von Gemeinschaften für soziale und politische Zwecke und der Förderung von kulturellem Austausch und Vielfalt.

Die Aufgabe von Kommunikationsmodellen in Bezug auf "Neue Medien" ist von großer Bedeutung, da sie komplexe Ereignisabläufe verallgemeinern und die entscheidenden Faktoren eines Prozesses hervorheben. Es ist wichtig anzumerken, dass kein Modell alle Merkmale der Realität erfassen kann. Stattdessen spiegelt es eine theoretische Perspektive wider, durch die die Wirklichkeit betrachtet wird. Besonders im Kontext neuer Medien, die sich ständig weiterentwickeln und vielfältige Kommunikationsformen ermöglichen, sind theoretische Reflexion und Diskussion eine Herausforderung. Kommunikationsmodelle müssen flexibel genug sein, um mit den sich ändernden Technologien und Praktiken Schritt zu halten. Sie müssen in der Lage sein, neue Phänomene zu erfassen und zu erklären, während sie gleichzeitig bewährte Konzepte und Prinzipien integrieren. Trotzdem bieten Kommunikationsmodelle einen Rahmen für die Analyse und das Verständnis von Kommunikationsprozessen in der digitalen Ära. Sie helfen bei der Strukturierung und Erklärung komplexer Phänomene und dienen als Grundlage für die Entwicklung wirksamer Strategien und Maßnahmen im Umgang mit neuen Medien und den damit verbundenen Herausforderungen (Burkart & Hömberg, 2015, S. 258ff). Um elektronische Medien für die Kommunikation in der Gemeinschaft zu nutzen, erstellen Nutzer*innen eigene Inhalte, die auch als „user generated content“ oder „user created content“ bezeichnet werden. Eine allgemein anerkannte Definition von user-created content existiert bislang nicht. Die OECD definierte diesen 2007 wie folgt: a) öffentlich über das Internet zugängliche Inhalte, b) die kreativen Aufwand widerspiegeln und c) außerhalb professioneller Routinen entstehen (Graham & Wunsch-Vincent, 2007, S. 4).

Medien haben die menschliche Praxis schon immer geprägt, und heute sind kommunikative und soziale Praktiken maßgeblich medial konstruiert. Alle normativen Problemfelder sind medial vermittelt und diskutiert (vgl. Rath, 2014, S. 49–55).

4 Aktueller Forschungsstand

Die theoretische Grundlage dieser Arbeit ist geschaffen. Im nächsten Schritt erfolgt eine Darstellung des bisherigen Forschungsstands zu (Online-)Freundschaften, Onlinekommunikation und Online-Dating. Der vorliegende Überblick ermöglicht die präzise Definition der Forschungslücke und die Fokussierung der Forschungsfragen. Da die Forschung zu Freundschaften über spezialisierte Apps noch relativ jung ist, konzentriert sich diese Arbeit auf die Entstehung von Freundschaften im digitalen Raum, insbesondere bei jungen Menschen. Der aktuelle Forschungsstand stellt zusammen mit der theoretischen Grundlage eine wesentliche Basis für die empirischen Schritte dieser Arbeit dar. Die Forschung in diesem Bereich ist noch nicht weit fortgeschritten und umfasst lediglich wenige Studien. Bisher wurde die Erforschung von Social-Media-Apps, die rein der Knüpfung von Freundschaften dienen, nur begrenzt vorangebracht (Dirks, 2019, S. 52). Im Forschungsgebiet der Freundschaft existiert bereits seit Jahrzehnten eine Vielzahl an Studien und Forschungsfortschritten, auch in Bezug auf die Bildung von Freundschaften im (jungen) Erwachsenenalter (Hood, Creed, & Mills, 2018; McNamara Barry & Madsen, 2010; Gillespie, Lever, Frederick, & Royce, 2014; Galupo & Gonzales, 2013). Zu den relevanten Studien zählen jene von Thomas (1993) und Helm (2010) sowie von Adams, Blieszner und De Vries (2000) und Pouwels, Valkenburg, Beyens, van Driel und Keijsers (2021) zu Freundschaften auf Social Media. Auch Boyd (2006; 2004) hat sich mit diesem Thema auseinandergesetzt. Zudem gibt es Studien zu Freundschaften bei Kindern und Jugendlichen in der digitalen Welt, beispielsweise von Berndt (2002) und Lenhart, Smith, Anderson, Duggan und Perrin (2015).

4.1 Freundschaft

Vor der Behandlung des Themas Freundschaft ist es notwendig, eine Definition des Begriffs „Freundschaft“ zu geben. Es ist ebenfalls wichtig, die verschiedenen Arten von Freundschaften zu beschreiben und die Auswirkungen des Internets und der sozialen Medien auf Freundschaften zu identifizieren und zu analysieren. Eine Person kann als Freund*in bezeichnet werden, wenn sie von einer emotionalen Zuneigung und Wertschätzung geprägt ist. Eine exakte Definition ist nicht möglich, da die Bedeutung für jede Person unterschiedlich ist.

Soziolog*innen definieren Freundschaft als informelle Kategorie, die sich durch eine gewisse Form der gegenseitigen Verantwortung auszeichnet, jedoch keine genaue Abgrenzung innehat. (Fischer, 1982). Obwohl es einige Merkmale gibt zu der Exklusivität zu Freundschaften, verschwimmen die Grenzen zwischen Freund*innen und Bekannten, es findet sich kein

Consensus, was wirklich ein*e Freund*in ausmacht (Boyd, 2006, S.4). Es wird versucht Freundschaft in einer gewissen Weise zu beschreiben, bzw. Grenzen und Kriterien zu kreieren, welche die wissenschaftliche Einschätzung erleichtern. Eine liebevolle Beziehung wie Freundschaft muss mehr beinhalten als nur gegenseitige Liebe unter Gleichen. Ein wichtiger Bestandteil der Freundschaft ist die Art und Weise, wie Freund*innen in das gegenseitige Leben involviert sind und sich dabei gegenseitig dynamisch beeinflussen und formen. Es ist anzunehmen, dass eine solche Beteiligung eine Art von Intimität gründet, die nicht nur in der Einstellung zueinander besteht, wie bei der Liebe, sondern vielmehr in der freundschaftlichen Beziehung selbst (Helm, 2010, S.2). Die Bezeichnung „Intimität der Freundschaft“, sollte folgendermaßen verstanden werden, nämlich im Sinne von einer gegenseitigen Selbstauskunft: Man teilt den eigenen Freund*innen Informationen mit, welche selektiv nur für diese Gruppe bereitgestellt werden. Derselbe Vorgang wird im Gegensatz dafür erwartet. Der Sinn einer solchen gegenseitigen Selbstoffenbarung, ist es, das "Band des Vertrauens" zu schaffen. Dies ist für eine Freundschaft unerlässlich, denn durch eine solche Selbstoffenbarung machen sich Menschen anderen gegenüber verletzlich und erkennen Wohlwollen an. Dieses Band des Vertrauens begründet die charakteristische Intimität von Freundschaft (Thomas, 1993, S.11). Zusätzlich zum Vertrauen, sind gemeinsame Interessen wichtig, wie auch das Interesse an der Person selbst, wie es dieser geht und was gut für sie wäre. Diese gemeinsamen Interessen kreieren das "Gefühl der Verbundenheit. Das Vertrauen in die Einschätzungen von Freund*innen bezüglich des eigenen Wohlergehens impliziert nicht nur ein Verständnis der individuellen Persönlichkeit und der persönlichen Werte, sondern auch die Erkenntnis des eigenen Selbstwerts. Die gegenseitige Verständigung ermöglicht es Freund*innen, ein Gefühl dafür zu entwickeln, welche Werte und Prioritäten eine Person hat (Telfer, 1970, S.4).

Freundschaften können in unterschiedlichen Formen und mit unterschiedlichem Umfang und unterschiedlicher Tiefe bestehen. Die Entscheidung darüber, welche Form, welchen Umfang oder welche Tiefe eine bestimmte Freundschaft haben soll, wird von den jeweiligen Personen selbst getroffen. Eine Freundschaft ist eine anspruchsvolle Beziehung, die Zeit, Aufmerksamkeit, Anstrengungen und Ressourcen erfordert. Es ist daher von Bedeutung, den Wert einer Freundschaft zu verstehen. Freund*innen haben gemeinsam die Kontrolle über das, was sie ausüben können, was ihnen wichtig ist. Die Basis dafür bildet das gegenseitige Geben und Nehmen innerhalb einer gemeinsamen evaluativen Perspektive, in der die gegenseitige Wertschätzung und das Verständnis dessen, was für die Freundschaft von Bedeutung ist, artikuliert und bestärkt werden. Die Legitimation einer Freundschaft kann folglich nur kollektiv erfolgen. Die

Entscheidung, ob man mit einer Person befreundet ist oder eine Freundschaft fortsetzt, eine Angelegenheit ist, bei der man selbst ein Mitspracherecht hat (Helm, 2010, S. 19–24).

4.2 Kinder vs. Erwachsene

Freundschaften können in jedem Alter entstehen, wobei die jeweiligen Umstände und Bedeutungen für die Beteiligten unterschiedlich sind. Zudem weisen sie eine unterschiedliche Dauer auf, weshalb sie als recht individuell beschrieben werden können. Es muss zunächst definiert werden, was Freundschaft für Erwachsene bedeutet. Im Folgenden werden die Unterschiede zwischen Freundschaft bei Kindern und Erwachsenen erörtert, um eine klarere Darstellung zu ermöglichen.

4.2.1 Freundschaften bei Kindern und Jugendlichen

Eine qualitativ hochwertige Freundschaft ist durch ein hohes Maß an prosozialem Verhalten, Intimität und anderen positiven Merkmalen sowie ein geringes Maß an Konflikten, Streit und anderen negativen Merkmalen gekennzeichnet. Freundschaften, die durch ein hohes Maß an Konflikten, Dominanz, Rivalität und anderen negativen Merkmalen gekennzeichnet sind, stellen für Kinder eine Problematik dar. Es lässt sich ableiten, dass die Qualität von Freundschaften einen direkten Einfluss auf die soziale Entwicklung von Kindern nimmt, wobei insbesondere das Selbstwertgefühl und die soziale Anpassung betroffen sind. Die Qualität von Freundschaften hat einen entscheidenden Einfluss auf den Erfolg von Kindern in der sozialen Welt der Gleichaltrigen. Es kann angenommen werden, dass qualitativ hochwertige Freundschaften die Tendenz der Kinder verringern, das Verhalten schüchterner und zurückgezogener Freund*innen zu imitieren. Freundschaften mit zahlreichen positiven Merkmalen üben jedoch offenbar keinen Einfluss auf das allgemeine Selbstwertgefühl der Kinder aus. Dies bedeutet, dass die Bildung und Aufrechterhaltung enger Freundschaften eine wichtige Entwicklungsaufgabe in der Adoleszenz (10–19-Jährige) sind (Berndt, 2002, S.1-3). Eine US-amerikanische Studie aus dem Jahr 2015 zeigt, dass Freundschaften bei Jugendlichen (13-17 Jahre) verstärkt digital beginnen: 57% haben online Freund*innen kennengelernt. Soziale Medien und Online-Spiele sind die häufigsten Plattformen für diese Begegnungen, besonders bei älteren Jugendlichen. Die häufigste Form der täglichen Kommunikation mit Freund*innen ist das Senden von Kurznachrichten über Instant-Messaging-Dienste, soziale Medien, E-Mail, Video-Chats und Nachrichten-Apps wie WhatsApp. Besonders Mädchen nutzen diese Kommunikationsformen intensiver. Telefonate sind in der Anfangsphase einer Freundschaft seltener, gewinnen jedoch an Bedeutung, um mit sehr engen Freund*innen in Kontakt zu bleiben. Jugendliche verbringen Zeit mit Freund*innen an

verschiedenen Orten, wobei das Versenden von Textnachrichten und Telefonate entscheidend sind, um diese Beziehungen zu pflegen. (Lenhart, Smith, Anderson, Duggan & Perrin, 2015, S. 2–3, 8–11).

4.2.2 Freundschaften bei Erwachsenen

Freund*innen spielen eine entscheidende Rolle bei der Identitätsentwicklung, indem sie das Gefühl von Wertschätzung vermitteln und eine offene Kommunikation ermöglichen. Sie helfen dabei, sich selbst besser einzuschätzen und unterstützen emotional. Zeit mit Freund*innen zu verbringen, die die eigenen Gefühle bestätigen, steigert das Glücksgefühl. Junge Erwachsene, die wenig Zeit mit Freund*innen verbringen, erleben oft Einsamkeit. Freundschaften bieten sowohl persönliche als auch digitale Begleitung. In den letzten zehn Jahren haben auch junge Erwachsene zunehmend Mobiltelefone, SMS, Instant Messaging und soziale Netzwerke genutzt, um mit Freund*innen in Kontakt zu bleiben. Online-Freundschaften können gut sein, vor allem wenn sie lange genug andauern, um sich zu emotional engen und unterstützenden Beziehungen zu entwickeln, die bestehende Freundschaften ergänzen. Die Freundschaften junger Erwachsener sind emotional intimer als die aus dem Jugendalter. Auf dem Weg zum Erwachsensein zeigt sich jedoch, dass Freund*innen zunehmend weniger Zeit füreinander finden. Die Größe der Freundschaftsnetzwerke ist im frühen Erwachsenenalter am größten, nimmt jedoch im Laufe der Zeit ab. Im Kontext romantischer Beziehungen zeigt sich, dass sich die Zeit, die junge Erwachsene mit ihren Freund*innen verbringen, verändert. Zu Beginn einer Beziehung verbringen die Paare mehr Zeit mit Freund*innen, ziehen sich jedoch mit zunehmender Intensität der Beziehung zurück. Trotz dieser allgemeinen Veränderungen ändert sich das Verhalten junger Erwachsener in Bezug auf ihre Interaktion mit Freund*innen nicht. Es lässt sich beobachten, dass Menschen dazu neigen, Beziehungen zu anderen Personen in ähnlichen sozialen Situationen aufzubauen (McNamara Barry & Madsen, 2010, S. 2-7). So sind enge Freund*innen in der Lage, emotionale und instrumentelle Formen der Hilfe anzubieten, z. B. Hilfe bei Problemen in der Arbeit oder beim Umzug in eine neue Wohnung. Es ist anzumerken, dass die Aspekte, die in einer Freundschaft wichtig sind, für Frauen und Männer identisch sind. Neue Studien weisen auch auf, dass die übliche Voreingenommenheit gegenüber "frauentypischen" Definitionen von Freundschaft zu vermeiden ist, die nur die persönliche Offenlegung und andere intime Gespräche bewerten, aber die instrumentelle Unterstützung als entscheidenden Aspekt von Freundschaft nicht miteinbeziehen. Auch sind Frauen und Männer in Bezug auf die Anzahl der Freund*innen, die sie in den verschiedenen Arten der Freundschaftsunterstützung haben, ähnlich. Diese Daten stellen frühere Studien in Frage, die zu dem Schluss kamen, dass Männer in ihren Freundschaften eher

instrumentell und Frauen eher emotional veranlagt sind. Bei jeglicher Form der Unterstützung, wie z.B. Geburtstage feiern, über das Sexualleben sprechen und anrufen oder eine SMS schreiben können, wenn man spät nachts Probleme hat, waren die Zahlen bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen höher als bei Erwachsenen mittleren oder höheren Alters. Die altersbedingte Abnahme der Zahl der Freund*innen kann auf unterschiedlichste Faktoren zurückgeführt werden. Es könnte an Gesundheitsproblemen oder Tod im später Alter liegen, aber auch bei Eintreten von beruflichen oder familiären Verpflichtungen. In den 30er und 40ern ist es auch üblich, die Anzahl der Freundschaften zu reduzieren, wobei aber die Netzwerke enger werden. Personen mit Kindern haben tendenziell weniger Freund*innen, insbesondere Frauen. Jedoch deuten Daten darauf hin, dass andere demografische Faktoren als das Geschlecht mit dem Geschlecht interagieren und weitaus größere Unterschiede in der Anzahl der Freund*innen erklären als das Geschlecht allein. Die Qualität von Freundschaften ist sowohl für die Lebenszufriedenheit von Männern als auch von Frauen wichtig (Gillespie, Lever, Frederick, & Royce, 2014, S.19-23). Laut Ergebnisse einer Studie aus dem Jahr 2000, bei den Personen im Alter von 55 bis 87 Jahren in Kanada und den USA befragt wurden, deuten darauf hin, dass verhaltensbezogene Aspekte der Freundschaft die Beziehung stark bestimmen. Die Befragten legten Wert auf konkrete Anzeichen von Freundschaft, die sich in Selbstoffenbarung, Geselligkeit, Unterstützung im Alltag und gemeinsamen Aktivitäten zeigten. Die Einschätzung einer Person als loyal, vertrauenswürdig und mit den gleichen Interessen trägt dazu bei, sie als Freund*in zu bezeichnen. Die Dauer der Bekanntschaft und die Häufigkeit des Kontakts waren für die verschiedenen Altersgruppen sowohl in Kanada als auch in den USA am wichtigsten. Die beiden Studienorte zeigten signifikante Interaktionseffekte, die darauf hinweisen, wie wichtig es ist, den durch die geografische Region beeinflussten kulturellen Einfluss auf Freundschaften zu berücksichtigen (Adams, Blieszner, & De Vries, 2000, S.14).

4.3 Soziale Medien und wie Freundschaften da reinpassen

Soziale Medien, Networking-Apps und Dating-Apps sind häufig Gegenstand von Forschung, während sogenannte "Friend-Finding Apps" junge Forschungsfelder sind. Zu den beliebtesten dieser Apps zählen etwa 15 Anwendungen, darunter Bumble BFF, Hey! VINA und MeetUp. Besonders Bumble BFF ist bei Millennials und der Generation Z beliebt (Hailey, 2023). Mit über 12 Millionen Nutzer*innen weltweit (Wise, 2023) ist Bumble die meistgenutzte dieser Apps. Erste Forschung zu Bumble BFF bietet Dirks (2019).

Im Dezember 2023 erfolgten bereits 80% aller Internetzugriffe in Österreich über mobile Endgeräte, wobei 52% dieser über Apps liefen (Statista Research Department, 2024). Die beliebteste Messenger-App in Österreich ist WhatsApp (Bashir, 2023). Die tägliche Nutzung von Social-Media-Apps in Österreich im Jahr 2020 verteilte sich wie folgt: WhatsApp (81%),

Facebook (45%), Instagram (33%), Snapchat (13%) und TikTok (6%) (Mobile Marketing Association Austria, 2020). Diese Daten sind bereits einige Jahre alt und im digitalen Innovationsbereich ist anzunehmen, dass sich die Nutzungsgewohnheiten verändert haben. Beispielsweise nutzten 2023 bereits 2,1 Millionen Menschen in Österreich TikTok (TikTok, 2023). In einer Studie aus dem Jahr 2021 wurden die Auswirkungen der Apps Instagram, Snapchat und WhatsApp auf die Tiefe und Nähe von Freundschaften sowie die Kommunikation unter Freunden untersucht. Die Forschung ergab moderate positive Zusammenhänge zwischen der Nutzung von Instagram mit engen Freund*innen und der allgemeinen Nutzung von WhatsApp. Die signifikantesten Effekte konnten für Instagram festgestellt werden, welches die Dynamik und Interaktionen zwischen Individuen oder Gruppen beeinflusst. Faktoren wie Vertrauen, soziale Bindungen und gemeinsame Geschichte spielen eine entscheidende Rolle bei der Interpretation und Aufnahme von Nachrichten, da sie den sozialen Kontext prägen. Während WhatsApp bei Jugendlichen die beliebteste Plattform war, fand die Kommunikation mit engen Freund*innen nur begrenzt auf dieser Plattform statt (Pouwels et al., 2021, S. 9). Eine niederländische Studie belegt, dass WhatsApp nicht nur für den Austausch mit engen Freund*innen, sondern auch mit Eltern und Bekannten genutzt wird (van Driel et al., 2020, S. 5). Jugendliche, die Instagram und WhatsApp häufiger mit engen Freund*innen nutzten, wiesen tendenziell engere Freundschaftsbeziehungen auf. Post-hoc-Analysen zeigten signifikante individuelle Unterschiede in der Anfälligkeit von Jugendlichen für die Auswirkungen der Nutzung sozialer Medien auf die Freundschaftsnähe. Diese Befunde unterstreichen die Relevanz der Berücksichtigung personenspezifischer Effekte in Entwicklungs- und Medienwirkungstheorien (Pouwels, Valkenburg, Beyens, van Driel, & Keijsers, 2021, S. 1). Es ist bemerkenswert, dass Jugendliche im Durchschnitt keinen höheren Grad an freundschaftlicher Verbundenheit erlebten, nachdem sie in der vorherigen Stunde soziale Medien genutzt hatten (Pouwels, Valkenburg, Beyens, van Driel, & Keijsers, 2021, S.1, 9-11). Die Bedeutung von "Freund*in" im Kontext der Nutzung sozialer Medien ist komplex und performativ. Plattformen wie soziale Netzwerke ermöglichen es Nutzer*innen, ihre sozialen Verbindungen durch Freundeslisten und Follower*innen darzustellen (Boyd, 2006, S.5-6). Diese digitalen Netzwerke definieren neue soziale Kontexte, indem sie Menschen basierend auf Interessen und Hobbies zusammenbringen. Im Gegensatz zur offline Welt, wo Beziehungen auf Personen basieren, und gemeinsame Interessen im Laufe der Zeit folgen, können soziale Medien den Prozess umkehren. Die Wahl von Online-Freunden ist jedoch komplex, da die Verbindung zwischen Online- und Offline-Leben eng ist. Diese Entscheidungen können bestehende Beziehungen beeinflussen und müssen sorgfältig ausgehandelt werden. Die Dynamik der Freundschaft auf sozialen Netzwerken sollte unter ihren eigenen Bedingungen verstanden werden,

da Technologie und soziale Navigation eine einzigartige Rolle spielen und nicht einfach als Erweiterung offline Freundschaft betrachtet werden können. (Boyd, 2006, S.16-19). Die Plattform Bumble BFF bietet eine alternative Dynamik, indem sie keine Freundeslisten oder Suchfunktionen wie andere Apps zeigt. Nutzer*innen geben an, wonach sie suchen, und können Profile entsprechend filtern. Dies kann ebenfalls performativ sein, da das Ziel, sich zu präsentieren und zu verbinden, weiterhin besteht, jedoch möglicherweise mit anderen Schwerpunkten als auf traditionellen sozialen Netzwerken.

4.4 Nutzungsverhalten und Diffusion von mobilen Apps

Die weltweite Verbreitung von Smartphones und Internetzugängen hat mobile Apps als wichtige Innovation etabliert und in einigen Fällen neue Märkte geschaffen (Blanco, Goel & Ram, 2023). Die Diffusion dieser Technologien wird intensiv erforscht, wobei Faktoren wie Innovation, Kommunikationskanäle, Zeit und soziale Systeme eine zentrale Rolle spielen (Zhou et al., 2020; Shaw et al., 2022). Die Diffusionstheorie liefert Erklärungen dafür, wie sich technologische Innovationen in Nutzergruppen verbreiten können. Dabei wird die Rolle sozialer Netzwerke, Netzwerkeffekte und interaktiver Kommunikation betont (Blanco, Goel, & Ram, 2023). Die Forschung zeigt, dass sowohl lokale als auch globale Netzwerkeffekte ähnliche Verbreitungstrends in verschiedenen sozialen Netzwerkstrukturen aufweisen (Zhou et al., 2020). Die Intensität dieser Effekte beeinflusst den Nutzen mobiler Apps und verlängert die Innovationsverbreitung. Dabei spielen Nutzerpräferenzen und der Einfluss von Bekannten eine bedeutende Rolle. Die effektivste Verbreitung von mobilen Anwendungen erfolgt in Netzwerken mit einer hohen Anzahl an Verbindungen und einer verstärkten Interaktion zwischen den Nutzer*innen (Zhou et al., 2020). Die dargelegten Erkenntnisse unterstreichen die Relevanz der Netzwerkstruktur für die Diffusion von Innovationen im Kontext der mobilen App-Nutzung und verdeutlichen die Mechanismen des sozialen Lernens und der Interaktion.

4.5 Dating-Apps

Die Entstehung von Freundschaften über verschiedene Social Media Apps ist bekannt. Bumble begann als Dating-App und behält diese Funktion bei. Der BFF-Teil der App ist strukturell ähnlich aufgebaut wie die Dating-Funktion. Nutzer*innen erhalten Profile von anderen, die ihren Angaben entsprechen, und können durch Wischen nach links oder rechts entscheiden, ob sie an einer Person interessiert sind oder nicht (Bumble, 2023). Um die Funktionsweise von Bumble BFF besser zu verstehen, wird auch die Forschung zu Dating-Apps herangezogen. Diese Apps haben in den letzten Jahren viel Aufmerksamkeit von Forscher*innen erhalten, da sie neue Medientechnologien

mit sozialen Dynamiken verbinden. Sie ermöglichen synchrone und asynchrone Kommunikation und verkürzen den Zeitraum zwischen dem ersten Online-Kontakt und Offline-Treffen. Im Gegensatz zu herkömmlichen sozialen Netzwerkplattformen sind Dating-Apps darauf ausgerichtet, dass Nutzer*innen sich mit neuen Personen verbinden. Eine wesentliche Designkomponente ist das Matching-System, bei dem private Nachrichten nur zwischen Nutzer*innen möglich sind, die beidseitig Interesse angekündigt haben – eine Funktion, die auch bei Bumble BFF angewendet wird (Shangwei & Trottier, 2022, S.2).

Online-Kontaktbörsen bieten Nutzer*innen diverse Möglichkeiten, potenzielle Partner*innen selbst auszuwählen oder Vorschläge zu erhalten. Die Suchmasken ermöglichen die Festlegung von Kriterien wie Geschlecht, Alter und Interessen. Dabei spielen Fotos eine wesentliche Rolle im Entscheidungsprozess. Dating-Plattformen sind explizit auf die Auswahl von Partner*innen ausgerichtet und bieten eine gewisse Erwartungssicherheit bezüglich der Motivation anderer Nutzer*innen. Die Motive, die Nutzer*innen dazu bewegen, Online-Dating-Plattformen zu nutzen, sind vielfältig. Sie reichen von der Suche nach neuen Bekanntschaften bis hin zu langfristigen Beziehungen. Allerdings ist allen Nutzer*innen gemein, dass sie soziale Kontakte suchen (Zillmann, 2016, S. 8, 10). Untersuchungen belegen, dass die Nutzung von Dating-Apps hauptsächlich aus zwei Gründen erfolgt: zum einen zur Suche nach romantischen Beziehungen und zum anderen zur Suche nach Gelegenheitssex (Chan, 2017, S. 1). Die Nutzung variiert in Abhängigkeit von der jeweiligen Nutzer*innengruppe, wobei vier Haupttypen identifiziert wurden: „Liquid Human“, der kurzfristige Beziehungen in der „Liquid Modernity“ sucht; „The Loner“, der langfristige Bindungen anstrebt; „The Player“, der die Apps für sexuelle Zwecke nutzt; und „The Empowered“, der soziale Neugier ohne sexuelle Absichten verfolgt (Borges et al., 2022, S. 15). Die Dating-App-Umgebung stellt nicht nur die Grenzen traditioneller Beziehungen in Frage, sondern kann auch Auswirkungen auf Alleinstehende haben. So kann sie möglicherweise Schwierigkeiten bei der Bindung oder ein erhöhtes Risiko für Untreue mit sich bringen (Alexopoulos, Timmermans, & McNallie, 2020, S.8). Es ist notwendig, die mit der Nutzung von Dating-Apps verbundenen negativen Aspekte zu berücksichtigen.

4.6 Selektionskriterien

Wie bereits im vorherigen Kapitel angeschnitten, haben Nutzer*innen auf Dating-Apps die Möglichkeit Filter zu setzen. Diese Filter und Suchkriterien sind schon der Beginn der Selektion von potenziellen Treffern bzw. Kontakten. Auf Bumble BFF wird zwischen zwei Filtern unterschieden: „Dating-Basics“ und „erweiterte Filter“. In den Dating-Basics kann das Alter, die Entfernung und die Sprache der Nutzer*innen gefiltert werden. Im erweiterten Filter lassen sich

Aspekte filtern, wie in der folgenden Tabelle 2 dargestellt. Es ist möglich, mehrere Filter innerhalb einer Kategorie festzulegen. Die Zahl in Klammer zeigt an, wie viele Optionen Bumble BFF in diesen Filtern bietet.

Tabelle 2: Filteroptionen Bumble BFF

Dating-Basics	Erweiterte Filter
- Alter: Zwischen 18 und 80+ - Entfernung: bis zu 161km entfernt - Sprache:	- Verifizierte Profile: Dienen dazu zu beweisen, dass die Person auf dem Profil auch tatsächlich diese Person ist, somit sollen Fake Profile verhindert werden - Was erhoffst du dir von Bumble BBF? (14) - Beziehungsstatus (7) - Kinder (9) - Rauchen (3) - Alkohol (5) - Sport (3) - Neu in der Gegend? (2) - Welches ist ihr Sternzeichen? (12) - Welcher Religion gehören sie an? (15)

Zusatz: „Andere Profile anzeigen, wenn meine Suchkriterien durch sind.“

Die Konstellation der individuellen Kontakte beruht im Internet auf der bewussten Auswahl der Akteur*innen (Nutzer*innen). Kontaktaufnahmen auf Dating-Apps bzw. Plattformen, welche nicht auf Vermittlungsalgorithmen basieren, werden stets aktiv und bewusst vorgenommen und von zumindest einer Person gestartet. Die Suche und Auswahl passender Partner*innen wird von den Akteur*innen übernommen. Neben der aktiven Selektion werden potenzielle Partner*innen auch nach dem „Ausschlussprinzip“ anhand vorab definierter Kriterien wie Alter, Größe oder Bildung selektiert. Entspricht eine Person nicht diesen vorab definierten Kriterien, ist sie schnell „weggeklickt“ (Zillmann, 2016, S. 14-15).

4.7 Selbstdarstellung

Die Selbstdarstellung im Internet wird in vielen Punkten behandelt und untersucht: Im Hinblick auf Online-Dating (Zillmann, 2016), Impressionsmanagement (Krämer & Winter, 2008), Zusammenhänge zwischen Persönlichkeitsmerkmalen und Online-Selbstdarstellung (Brailovskaia, 2013), wie die Selbstpräsentation durch digitale Avatare (Zimmermann, Wehler, & Kasper, 2023) und die Effekte der Selbstdarstellung im digitalen Raum auf das psychologische

Wohlbefinden (Scherr & Schmitt, 2018). Selbstdarstellung im Internet spielt ein großes Thema, besonders in sozialen Medien und Dating Plattformen.

Jugendliche sehen sich mit der Herausforderung konfrontiert, eine angemessene und authentische Online-Persönlichkeit für verschiedene Zielgruppen zu konstruieren, darunter Erwachsene und Gleichaltrige. Dies hat zur Konsequenz, dass sich viele Jugendliche dazu verpflichtet fühlen, in ihren Beiträgen auf Social-Media-Plattformen ein attraktives und beliebtes Image zu vermitteln (Lenhart et al. 2015, S. 7). Die Selbstwirksamkeit stellt einen entscheidenden Faktor in der Selbstdarstellung online dar. Personen mit geringer Erwartung an positive Eindrücke wählen häufig ernste Porträtfotos, während selbstwirksame Personen eher experimentelle oder Partyfotos bevorzugen. Der Textstil variiert entsprechend der Selbstwirksamkeit von einer sachlichen bis hin zu einer informellen oder humorvollen Ausdrucksweise. Des Weiteren wird die Ausführlichkeit des Profils, die Anzahl der Kontakte sowie der Bildstil von der Selbstwirksamkeit beeinflusst (Krämer & Winter, 2008, S. 8–9). Die Selbstdarstellung auf Online-Kontaktbörsen erfolgt hauptsächlich durch Standardisierung über vorgegebene Fragebögen, was auf die entkörperlichte Natur der Online-Kommunikation zurückzuführen ist. Im Gegensatz dazu folgt dyadische Kommunikation, die romantischen Normen entspricht, weniger der Standardisierung und ist persönlicher, ähnlich zur Selbstdarstellung offline (Zillmann, 2016, S. 25f). In Bezug auf Online-Dating-Profilen wurde festgestellt, dass Unwahrheiten häufig sind. Männer neigen dazu, ihre Körpergröße systematisch zu überschätzen, während Frauen ihr Gewicht systematisch unterschätzen. Falsche Angaben zum Alter sind weniger verbreitet und unabhängig vom Geschlecht (Zillmann, 2016, S. 36). Jugendliche beeinflussen nicht nur die mediale Darstellung von Körperbildern in ihrer bildvermittelten Kommunikation, sondern verändern diese auch aktiv, was das Potenzial zur gesellschaftlichen Veränderung von Körperbildern betont (Schär, 2019, S. 195).

4.8 Abweisung – geben und nehmen

Menschen verlinken sich online, wenn sie sich kennen und mögen. Manchmal ist es aber schwierig zu erklären, warum Menschen Personen Freundschaftsanfragen senden, die sie nicht mögen, Personen, über die sie Macht haben oder die Macht über sie haben, und andere unangenehme Beziehungen. Es ist sozial unangenehm, Nein zu sagen. Wenn eine Freundschaftsanfrage gesendet wird, haben Empfänger*innen zwei Optionen: akzeptieren oder ablehnen. Während die meisten Systeme die Absender*innen einer Ablehnung nicht benachrichtigen, kann die anfragende Person eine negative Antwort vermuten, wenn die Anfrage nicht dazu führt, dass ihre Seiten verlinkt werden. Darüber hinaus lassen viele Systeme die Absender*innen sehen, welche ihrer Anfragen noch ausstehend sind. Somit wissen sie, ob die Empfänger*innen darauf reagiert haben oder nicht.

Diese Funktion ermutigt Empfänger*innen dazu, eine unangenehme Beziehung als ausstehend zu belassen, aber um die Dinge zu komplizieren, zeigen die meisten Systeme auch an, wann eine Person zuletzt auf ihrem Profil eingeloggt war. Da allgemein bekannt ist, dass die ausstehende Liste das Erste ist, was man sieht, wenn man sich einloggt, gilt es als unhöflich, sich einzuloggen und nicht auf eine Anfrage zu antworten. Aus all diesen Gründen ist es viel einfacher, einfach Ja zu sagen, als sich Fragen darüber zu stellen, warum der/die Absender*in ignoriert oder abgelehnt wurde.

Schließlich gibt es erhebliche soziale Kosten, jemanden abzulehnen. Eine Ablehnung kann verschieden ausgehen, sie kann ignoriert werden, aber auch im echten Leben ein Thema werden. Eine Ablehnung kann für beide Personen unangenehm sein, jedoch scheint es online einfach zu sein, eine Person abzulehnen, als online (Boyd, 2006, S.13).

Eine Studie untersuchte das Ablehnungsverhalten von Frauen bei der Nutzung von Bumble. 90% der Teilnehmerinnen griffen auf verschiedene Formen des "Ghostings" zurück, um einen Partner abzulehnen, während nur 10% eine direkte Erklärung für das Beenden des Kontakts gaben. Dies legt nahe, dass weibliche Bumble-Nutzerinnen tendenziell nicht-konfrontative Strategien bevorzugen, um potenzielle Partner abzulehnen. Besonders häufig wurden das "Unmatchen" und das Löschen des Accounts verwendet, wobei das "Unmatchen" etwa viermal häufiger genutzt wurde als das Löschen des Accounts. Andere Formen der Ablehnung waren plötzliches "Ghosting" ohne "Unmatchen" und allmähliches "Ghosting" ohne "Unmatchen" (sogenanntes "Slow Fading"). Direkte Konfrontation durch eine explizite Erklärung für das Beenden des Kontakts war die am wenigsten verwendete Strategie. Die Wahl der Ablehnungsstrategie hängt oft davon ab, wie viel von sich die Frauen vor der Ablehnung preisgegeben haben, wobei diejenigen, die ihren Account löschten, sich im Vergleich zu denen, die plötzlich "geghostet" wurden, mehr selbst offenbarten (Halversen, King, & Silva, 2022, S.15). Eine weitere Studie identifizierte in der mobilen Dating-Welt sechs Hauptformen der Ablehnung: Ghosting, Ignorieren, Wischen, Ablehnungsnachrichten, Unmatchen (bedeutet, das angezeigte Interesse wieder zurückziehen) und Blockieren. Diese verdeutlichen die Asynchronität der Benutzeroberfläche von mobilen Dating-Apps, die es Nutzer*innen ermöglicht, sich mühelos und heimlich von anderen zu lösen, ohne eine Erklärung abzugeben. Ghosting war dabei die häufigste Form, gefolgt von anderen plattformspezifischen Methoden wie Wischen, Blockieren und Unmatchen. Obwohl Ablehnung in mobilen Dating-Apps weniger bedeutend zu sein scheint als offline, erleben Betroffene oft Gleichgültigkeit und betrachten Ablehnung als unbedeutend. Die Häufigkeit von Ablehnung ist hoch, was angesichts der wachsenden Nutzerbasis nicht überraschend ist. Die Erfahrungen mit Ablehnung scheinen für viele Nutzerinnen unerheblich zu

sein. Dies kann möglicherweise auf die Gamifizierung von romantischen Beziehungen im digitalen Zeitalter und die damit verbundene Überlappung der Grenzen zwischen Realität und Fantasie zurückgeführt werden (De Wiele & Campbell, 2019, S. 173-175). „Ghosting“ ist in diesem Sinne der Begriff für das plötzliche Beenden einer Beziehung, indem jegliche Kommunikation mit der Person abrupt eingestellt wird (English Dictionary, kein Datum). Eine hohe Anzahl an Partner*innenoptionen führt zu einer erhöhten Neigung zur Ablehnung. Insbesondere Frauen neigen stärker dazu, potenzielle Partner*innen abzulehnen, was die negativen Auswirkungen des Überangebots deutlich macht. Diese Situation kann zu Unzufriedenheit und Pessimismus führen. Die Reihenfolge, in der Personen präsentiert werden, beeinflusst dabei ihre Erfolgchancen, weshalb eine eingeschränkte Suche vorteilhaft sein kann. Diese Erkenntnisse beziehen sich speziell auf den Bereich des Online-Dating (Pronk & Denissen, 2020, S.7-8). Özen, Sümer & Demir (2010) untersuchten die Rolle von Bindungsangst, Bindungsvermeidung und Zurückweisungssensitivität (ZS) bei der Vorhersage der Qualität gleichgeschlechtlicher Freundschaften. Hohe Bindungsvermeidung und Zurückweisungssensitivität waren mit niedrigerer Freundschaftsqualität verbunden, während Personen mit niedriger Zurückweisungssensitivität eine höhere Freundschaftsqualität aufwiesen als solche mit hoher ZS. Bindungsangst und -vermeidung korrelierten moderat mit ZS, jedoch hatten ZS und Bindungsdimensionen unterschiedliche Auswirkungen auf die Freundschaftsqualität. ZS interagierte mit Bindungsvermeidung, wobei letztere stärkere negative Auswirkungen auf die Freundschaftsqualität hatte als Zurückweisungssensitivität oder Bindungsangst allein. Diese Ergebnisse unterstreichen die komplexe Dynamik zwischen Bindung und Zurückweisungssensitivität im Kontext von Beziehungen (S. 11-14).

5 Forschungsfragen

Bezogen auf die beschriebene Forschungslücke und der bisherigen Literaturrecherche ergeben sich folgende Forschungsfragen:

1. Wie nutzen junge Frauen in Österreich Bumble BFF, um Freundschaften zu knüpfen?
 - a. Welche Motive und Bedürfnisse stecken generell hinter der Nutzung von Bumble BFF?
 - b. Welche Entscheidungsgrundlagen sind für die Anbahnung von Freundschaften auf Bumble BFF maßgeblich?
 - c. Welche Kriterien beeinflussen den positiven Ausgang der Freundschaftsentstehung über Bumble BFF bei jungen Frauen in Österreich?
2. Welche visuelle/schriftlichen Kommunikationsprozesse und -ebenen prägen die Entstehung von Freundschaften über Bumble BFF bei jungen Frauen in Österreich?
 - a. Welche Rolle spielen virtuelle Kommunikationsmittel im Vergleich zu persönlichen Treffen bei der Entwicklung von Freundschaften?

Die Beantwortung der Forschungsfragen kann nicht allein durch die bereits vorhandene theoretische Forschung erfolgen. Daher wird im nächsten Teil der Arbeit die Methode vorgestellt, welche die Forschungsweise in dieser Arbeit darstellt und in den empirischen Teil einleitet.

6 Ziele und Nicht-Ziele

Um die Forschung dieser Arbeit effizient zu gestalten und Rahmenbedingungen zu definieren, werden im Folgenden die Ziele und Nicht-Ziele festgelegt. Die Ziele dieser Arbeit lassen sich wie folgt zusammenfassen: Es soll ein Verständnis für die App Bumble und ihre BFF-Funktion aus der Perspektive junger Frauen, die in Österreich leben, erarbeitet werden. Im Rahmen der vorliegenden Forschungsarbeit werden Kommunikationsprozesse innerhalb der App sowie Motivationen zur Nutzung und Adaptionenprozesse dieser Innovation erforscht. Es wird die Bedeutung von Freundschaft und die Gestaltung dieser innerhalb der digitalen Welt, insbesondere im Kontext von Bumble BFF, erforscht. Ziel ist es unter anderem, möglichst verschiedene Nutzungsverhalten zu berücksichtigen. Eine Analyse von Vergleichen zwischen Alter, Geschlecht, Wohnort, sozioökonomischem Hintergrund oder sprachlichen Kenntnissen erfolgt nicht. Der Forschungsprozess wird auf die Kommunikation innerhalb der App sowie das Vereinbaren von Treffen begrenzt. Darauf folgende Prozesse werden nicht erforscht.

7 Methode

Die Methodologie in dieser Masterarbeit bildet sich aus einem qualitativen Methodenmix sowie einer quantitativen Häufigkeitsanalyse, somit wird mit mixed methods geforscht.

Der Methodenmix besteht aus der Ethnografie durch eine Versuchsperson (VP), einer strukturierten Online-Inhaltsanalyse vom Online Forum reddit.com und einer quantitativen Häufigkeitsanalyse von 50 zufälligen Bumble BFF Profilen. Zu guter Letzt werden alle diese Informationen genutzt, um einen halb strukturierten Leitfaden für qualitative Interviews mit sechs Personen zu führen. In der Feldforschung werden die theoretische Grundlage, sowie der bisherige Forschungsstand berücksichtigt.

7.1 Ethnografie

In der vorliegenden Untersuchung wurde zunächst die ethnografische Methode angewandt. Die vorliegende Arbeit basiert auf einem Selbstversuch, bei dem die Bumble BFF App durch eine Versuchsperson (VP) und auf Basis ihrer eigenen Erfahrungen erforscht wird. Sie teilt ihr „Tagebuch“, welches über ihre Erfahrungen handelt. Die Ethnografie ist ein Forschungsansatz, mit welchem persönliche Erfahrungen dargestellt, sowie systematisch ausgeforscht werden. Diese Forschungsweise dient dazu soziokulturelle Erfahrungen zu begreifen (Ellis, 2004, S.2). Für die Ethnografie werden Prinzipien und Arbeitsweisen der Autobiografie und Ethnografie genutzt und sehen das subjektive Erleben der forschenden Person als zentrale Ressource für die darauf folgende Erkenntnisprozesse (Adams, Ellis, Bochner, Ploder, & Stadlbauer, 2020, S. 2). Hier wird retrospektiv und selektiv über Ereignisse berichtet, die daraus entstehen, dass die VP Teil einer Kultur ist. Als Basis dienen persönliche Aufzeichnungen und Dokumentationen jeglicher Art (Ellis, 2008, S.12). Das Durchlebte wird beschrieben und analysiert. Mit Hilfe dieser persönlichen Erfahrungen ist es möglich, Seiten soziokultureller Erfahrungen zu zeigen. Es kann von Vorteil sein, die eigenen Erfahrungen mit andern zu vergleichen und zu kontrastieren (Adams, Ellis, Bochner, Ploder, & Stadlbauer, 2020, S.4). Somit wird sich in dieser Arbeit auf die ethnografische Untersuchung in der Diskussion bezogen und mit den weiteren Forschungsereignissen verglichen. Die Ethnografie stellt eine Forschungsmethode dar, welche eine tiefgreifende und sorgfältige Selbstreflexion nutzt, um die Überschneidungen zwischen dem Selbst und der Gesellschaft, dem Besonderen und dem Allgemeinen, dem Persönlichen sowie dem Politischen zu benennen und zu hinterfragen. Sie veranschaulicht den Prozess, in dem Menschen herausfinden, welche Handlungen sie ausführen, wie sie ihr Leben gestalten möchten und welchen Sinn ihre Bemühungen haben. Sie hält ein Gleichgewicht zwischen intellektueller und methodischer

Strenge, Emotionen und Kreativität. Die Berücksichtigung von Emotionen in der Forschung hat eine wichtige Bedeutung (Adams, Holman Jones, & Ellis, 2015, S.2,5). In der Darstellung der Forschungsergebnisse wird sich üblicherweise der Erzählung zugewandt, um Identitäten, Beziehungen und Erfahrungen eine Bedeutung zu verleihen und Beziehungen zwischen Vergangenheit und Gegenwart, Forschenden, Teilnehmenden und Publikum herzustellen. Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass Forschende bei der Konzeption ethnografischer Projekte auf folgende zentrale Ideale achten: Die *Anerkennung der Grenzen des wissenschaftlichen Wissens*, insbesondere in Bezug auf Identitäten, Leben und Beziehungen. Es werden nuancierte, komplexe und spezifische Berichte über persönliche und kulturelle Erfahrungen erstellt. Bei der Verknüpfung von persönlichen Erfahrungen, Einsichten und Wissen mit größeren Gesprächen, Kontexten und Konventionen ist es wichtig, eine *klare Trennung zwischen subjektiven Bewertungen und objektiven Fakten zu wahren*. Zudem sollte die *Sprache klar, präzise und wertneutral sein*, um eine ausgewogene Darstellung zu gewährleisten. Es sollte auf eine konsistente Formatierung und Zitierweise geachtet werden. Es empfiehlt sich, auf eine *logische Struktur und klare, einfache Sätze zu achten und komplexe Terminologie zu vermeiden* (Adams, Holman Jones, & Ellis, 2015, S.22,25).

7.2 Online Analysen

Inhaltsanalysen lassen sich grundsätzlich in zwei Hauptansätze unterteilen: Das normative Paradigma sieht die Inhaltsanalyse als Mittel zur Datenerhebung und nutzt statistische Verfahren zur Auswertung. Demgegenüber verfolgt das interpretative Paradigma einen qualitativen Ansatz und betrachtet die Inhaltsanalyse als letzten Schritt in qualitativen Forschungsprojekten (Lamnek & Krell, 2016, S. 448–449). Die Methode fokussiert auf schriftliche Kommunikationsinhalte, einschließlich fixierter und reproduzierbarer Materialien wie Internetdokumente. Im Rahmen der Inhaltsanalyse werden manifeste Aspekte analysiert, während latente Aspekte, die nicht direkt beobachtbar sind, unberücksichtigt bleiben. In der qualitativen Sozialforschung werden systematisch produzierte Dokumente zur Analyse herangezogen, um emotionale, kognitive Zustände oder Deutungsmuster des Kommunikators zu erfassen (Lamnek & Krell, 2016, S. 451–454). Die Verwendung qualitativer Daten erlaubt eine vielfältige Analyse, wobei auch quantitative Ansätze wie die Häufigkeitsanalyse von Bumble BFF-Profilen von Relevanz sind (Kuckartz, 2018, S. 17). Die geplante Online-Inhaltsanalyse von Nutzerberichten auf Reddit sowie die quantitative Profilanalyse auf Bumble BFF in Österreich werden dazu beitragen, die Nutzungserfahrungen und Profilgestaltungen besser zu verstehen. Dies ist von Bedeutung, um

fundierte Erkenntnisse für die folgenden Interviewstudien zu gewinnen und ein umfassendes Bild der App-Nutzung zu erhalten.

Eine Häufigkeitsanalyse stellt ein entscheidendes Instrument zur Untersuchung der Verteilung von Themen innerhalb eines Datensatzes dar. Die Identifizierung und Zählung ausählbarer Textelemente oder Variablen stellt den ersten Schritt dar, um festzustellen, wie oft bestimmte Ausprägungen auftreten (Mayring, 2020, S. 2). In diesem Zusammenhang können sowohl absolute Häufigkeiten, also die direkte Anzahl der Vorkommnisse, als auch relative Häufigkeiten berechnet werden. Letztere werden ermittelt, indem die absoluten Häufigkeiten durch die Gesamtanzahl der Beobachtungen geteilt werden. Der Vorteil relativer Häufigkeiten besteht darin, dass sie für alle Skalenniveaus anwendbar sind und üblicherweise als Anteil oder Prozentsatz dargestellt werden (Hüttner & Schwarting, 2002, S. 213). Im Gegensatz zur qualitativen Inhaltsanalyse, die auf einer interpretativen Vorgehensweise basiert, ermöglicht die strukturierende Häufigkeitsanalyse eine statistische Auswertung der Häufigkeiten von Kategorien. Die strukturierende Häufigkeitsanalyse verwendet ein theoriegeleitetes Kategoriensystem, das auf vorherigen Erkenntnissen basiert, um metaphorische Konzepte und andere relevante Themenbereiche im Text zu identifizieren (Böhm, 2022, S. 48). Der Ansatz ermöglicht die Beantwortung von Forschungsfragen, indem er klar strukturierte Einblicke in die Daten liefert und sowohl induktive als auch deduktive Herangehensweisen integriert.

7.3 Halb-strukturierte Leitfaden Interviews

Um das Forschungsvorgehen abzuschließen, werden qualitative Interviews mit Bumble BFF-Nutzer*innen durchgeführt. Die Auswertung dieser Interviews erfolgt gemäß der inhaltlich strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse nach Kuckartz (2018). Dabei wird eine kategorieorientierte Auswertung angewendet (Kuckartz, 2018, S. 40). Ein halbstrukturiertes Interview gliedert sich grundsätzlich in zwei Teile. Im ersten Teil des Interviews werden offene Fragen gestellt, um explizite Annahmen und Teile der „subjektiven Theorien“ der Teilnehmer*innen zu erfragen. Theoriegeleitete Fragen und Konfrontationsfragen ermöglichen es, indirekte Wissensbestände zu identifizieren und die subjektiven Theorien kritisch zu hinterfragen. Im zweiten Teil werden die Aussagen mithilfe der Struktur-Lege-Technik strukturiert und bestätigt, was zur Entwicklung einer subjektiven Theorie über den untersuchten Bereich führt (Groeben & Scheele, 2000, S. 3). Interviews unterstützen die Generierung von Erzählungen, die Entdeckung von Argumenten und Erklärungen sowie ausführliche Beschreibungen, die im Dialog erfasst werden, im Gegensatz zu autoethnografischen Aufzeichnungen. Sie eignen sich insbesondere für persönliche Themen, die ein vertrauensvolles Gesprächsklima erfordern, und

können mit allen Alters- und Sozialgruppen geführt werden. Dabei ist jedoch darauf zu achten, dass sprachliche Fähigkeiten keine Benachteiligung darstellen (Mey & Mruck, 2010, S. 10). In dieser Arbeit wird ein induktives Verfahren angewendet. Dies impliziert, dass Aussagen aus dem empirisch gewonnenen Material mithilfe qualitativer Methoden extrahiert werden. Dabei wird von vordefinierten Kategorien ausgegangen, die Schlüsselbegriffe und argumentative Strukturen umfassen können. Durch die induktive Analyse des Materials werden wiederkehrende Begründungsmuster identifiziert und als Legitimierungsprinzipien kategorisiert. Die hier beschriebene Methode erlaubt eine detaillierte Untersuchung des „Warum“ hinter einer Aktion oder Reaktion (Völker, 2015, S. 173, 187). Der Begriff Induktion bezeichnet das Ziehen von Schlussfolgerungen vom Einzelfall auf das Allgemeine und Regelhafte (Wachmann, 2019, S. 30).

7.3.1 Themenanalyse

Die thematische Analyse stellt eine grundlegende Methode zur Identifizierung, Analyse und Darstellung von Mustern (Themen) in qualitativen Daten dar. Die Analyse fokussiert sich auf die Beschreibung und Organisation von Mustern innerhalb eines spezifischen Datensatzes, wie beispielsweise Interviews. Die Methode kann essentialistisch oder realistisch sein, indem sie die Erfahrungen und Bedeutungen der Teilnehmer*innen widerspiegelt, oder konstruktivistisch, indem sie untersucht, wie gesellschaftliche Diskurse Realitäten und Bedeutungen formen. Die thematische Analyse zielt darauf ab, sowohl die Oberflächenstruktur als auch die darunterliegenden Zusammenhänge der Realität zu erfassen. Im Fokus der Analyse steht die Art und Weise, wie Individuen ihre Erfahrungen interpretieren und welche Rolle dabei der soziale Kontext spielt. Ein Thema fasst zentrale Informationen zusammen und reflektiert eine spezifische Antwort- oder Bedeutungsebene innerhalb der Daten, die für die Forschungsfrage von Relevanz ist. Die Methode ermöglicht eine flexible Bestimmung und Bewertung von Themen und ihrer Häufigkeit, wobei Konsistenz und Systematik bei der Analyse von entscheidender Bedeutung sind (Braun & Clarke, 2006, S. 2–6). Die Themenanalyse wird begleitend durch alle anderen Forschungsmethoden mitgezogen.

7.4 Datenerhebung und Auswertung

Die Methode muss, um die Feldforschung zu starten, nun umgesetzt werden. In diesem Kapitel wird das Vorgehen bei der Feldforschung beschrieben, die Datenerhebung für die jeweiligen Methoden dargestellt und die Auswertung des qualitativen Ansatzes erläutert, sowie das Sample präsentiert. Die Vorgehensweise wird chronologisch dargestellt, beginnend mit dem Sample, in

der Reihenfolge Ethnographie, gefolgt von der qualitativen und quantitativen Inhaltsanalyse und den Interviews.

7.4.1 Das Sample

Die vorliegende Arbeit verwendet verschiedene Methoden, die jeweils unterschiedliche Samples erfordern. Die Beschreibung der Samples ist essenziell, um die jeweiligen Kontexte und Rahmenbedingungen zu verstehen.

Die ethnografische Vorgehensweise umfasst die Generierung eines Samples durch eine Versuchsperson (VP), um sich in die Kultur und Welt von Bumble BFF zu vertiefen. Die Versuchsperson ist 26 Jahre alt, weiblich, lebt in Wien, ist vollzeitberufstätig und studiert in Wien. Sie nutzt die App zum zweiten Mal, hatte jedoch bisher eine kurze Nutzungsdauer und bis zum Zeitpunkt der Forschung hatte sich durch die Nutzung der App noch keine Freundschaft entwickelt. Das Sample der Online-Inhaltsanalyse setzt sich aus zwei Teilen zusammen. Der erste Teil der Online-Inhaltsanalyse ist die Forenanalyse auf reddit.com. Hierbei werden keine festen Samples verwendet, sondern relevante Einträge mithilfe von Stichwörtern identifiziert. Dies erfolgt sowohl direkt auf der Website als auch über Google-Suchen. Der zweite Teil der Online-Inhaltsanalyse bezieht sich auf die Profilanalyse von Nutzer*innen auf der App Bumble BFF. Das Sample ist abhängig von der App und ihrem Dienst BFF. Die ethnografische Nutzung der App führte zur Suche nach dem Sample. Über einen Zeitraum von fünf Monaten (November 2023 bis März 2024) wurden insgesamt 50 Profile analysiert. Diese Profile weisen folgende Merkmale auf: Weiblich, Alter zwischen 18 und 35 Jahren, Standort zwischen Wien und Salzburg, innerhalb eines Radius von 161 km. Weitere Filterkriterien wurden nicht angewendet. Die gezeigten Profile wurden durch den Standort und den Algorithmus der App beeinflusst, wobei der Algorithmus selbst nicht öffentlich einsehbar ist. Jede vorgeschlagene Nutzerin bzw. jeder vorgeschlagene Nutzer wurde von der VP nach rechts gewischt (als „Interesse“ vermerkt), um dem Algorithmus keine zusätzlichen Informationen über das eigene Interessensprofil zu liefern.

Im Rahmen der empirischen Untersuchung werden sechs Interviews durchgeführt. Die vorliegende Arbeit fokussiert ausschließlich auf weiblich identifizierende Personen im Alter zwischen 18 und 35 Jahren, die ihren Wohnsitz in Österreich haben. Andere Geschlechter sind nicht Teil des Samples. Dies ist zum einen erforderlich, um die Arbeit auf ein überschaubares Maß zu beschränken, zum anderen aber auch durch die Nutzung von Bumble BFF vorgegeben, da in der BFF-Funktion lediglich gleichgeschlechtliche Personen vorgeschlagen werden. Da sich die VP selbst als Frau identifiziert, werden ihr auch nur Personen angezeigt, die sich selbst ebenfalls als Frau definieren. Darüber hinaus werden auch Personen außerhalb des definierten Suchradius

angezeigt. Die geografische Einschränkung bezieht sich auf Österreich, wobei sich der Suchradius grundsätzlich auf den Bereich zwischen Wien und Salzburg beschränkt. Von Bedeutung ist, dass die teilnehmenden Personen bereits Erfahrungen mit Bumble BFF gemacht haben, sei es im negativen oder positiven Sinne. Es ist irrelevant, wie lange die Personen Bumble BFF nutzen oder genutzt haben. Eine aktive Nutzung zum Zeitpunkt der Interviews ist nicht notwendig. Die Wohnorte der Personen sind ebenfalls nicht von Belang. Aufgrund von Einschränkungen sowie der räumlichen Nähe der forschenden Person in Österreich werden diese jedoch berücksichtigt. Die Sprache der befragten Personen ist nicht relevant. Des Weiteren wird keine Einschränkung hinsichtlich der Dauer der Bumble BFF-Nutzung vorgenommen, da ein umfassender Überblick über sämtliche Nutzungsweisen der App gegeben wird. Die Datensammlung in der Bumble BFF-App erfolgt anhand der Profile, welche durch den ethnographischen Forschungsprozess verfügbar sind. Die Sample Kriterien finden sich als Übersicht in Tabelle 3.

Tabelle 3: Übersicht Sampling Kriterien

Geschlecht	Als weiblich identifizierende Personen
Alter	18 – 35 Jahre
Geografie	Österreich
Sprache	Nicht relevant
Nutzungsdauer	Mindestens einen Tag
Aktives Profil	Profil kann aktiv oder inaktiv sein
Erfahrungen	Positive und negative Erfahrungen

Im Rahmen dieser empirischen Untersuchung wurde die Top-down-Methode angewandt, d. h. die Kriterien für die Zusammensetzung des Samples wurden bereits vor Beginn der empirischen Untersuchung festgelegt. Dies impliziert, dass bereits Vorwissen darüber vorhanden war, welche Faktoren einen Einfluss auf den Untersuchungsgegenstand haben. Die Rekrutierung der Teilnehmerinnen erfolgte in Kombination eines willkürlichen Samples mit dem Schneeballverfahren. Beim willkürlichen Zufallsverfahren werden Personen ausgewählt, die eine geeignete Datenquelle darstellen (Battaglia, 2008). Bei der Schneeballsystem-Methode hingegen verweisen Teilhabende eines Systems an andere Teilhabende. Diese Methode eignet sich insbesondere für die Befragung schwer erreichbarer Personen (Hussy, Schreier & Echterhoffer, 2010). In Bezug auf die Plattform Bumble BFF konnte die definierte Zielgruppe lediglich über die App selbst über die VP oder durch Bekannte, welche die Plattform Bumble BFF genutzt haben, erreicht werden.

7.4.2 Ethnografie

Das Profil der VP wurde bereits am 21.05.2021 während der Pandemie der Erkrankung an dem neuartigen Coronavirus (SARS-CoV) erstellt. Die VP strebte zu diesem Zeitpunkt eine Erweiterung ihres Freundeskreises an. Der Account wurde daraufhin deaktiviert und am 20.10.2023 für die vorliegende Arbeit wieder aktiviert. Für die Forschung wurde folglich ein bereits bestehendes Profil genutzt. Im Rahmen dieses Schritts wurde eine Anpassung sowie eine Aktualisierung vorgenommen.

Die Forschungsmethode erstreckte sich über einen Zeitraum von fünf Monaten, nämlich von Ende Oktober 2023 bis Ende März 2024. Die Erfahrungsberichte der VP basieren auf ihrer Forschungserfahrung im aktiven Forschungszeitraum. Im Zeitraum von Oktober 2024 bis November 2024 wurden vorerst keine Daten gesammelt, mit Ausnahme der Erfahrungsberichte der VP. Der Erfahrungsbericht wurde retrospektiv regelmäßig als „Tagebuch“ geführt, in welchem die VP ehrlich und offen über ihre Erlebnisse berichtete. Im Rahmen dieses Erfahrungsberichts wurde nicht nur das Nutzungsverhalten und die Erfahrungen mit der Nutzung der App beleuchtet, sondern auch die Gefühlslage und emotionale Beeinflussung durch die Nutzung analysiert. In den ersten Monaten der Nutzung stand die Aneignung von Kenntnissen über die Funktionsweise der App sowie die Integration in die Kultur der Plattform im Vordergrund. Die VP hat sich aufgrund der wissenschaftlichen Ethik dazu entschieden, in ihrer Biografie, welche als erstes im Profil angezeigt wird, klarzustellen, aus welchem Grund sie Bumble BFF nutzt. Sie hat klargestellt, dass die Nutzung der App im Rahmen einer Forschungsarbeit erfolgt und sie die App nutzt, um eigene Erfahrungen zu sammeln und auch um potenzielle Interviewpartner*innen zu rekrutieren. Das Profil wurde durchgehend während des Forschungsprozesses der Arbeit genutzt, bis ausreichend Daten gesammelt wurden. Die Nutzung der App und die Erfahrungssammlung wurden spontan und je nach Zeit der VP entschieden. Die VP trifft die Entscheidung über die Dauer und den Zeitpunkt der Nutzung der App selbstständig. Von entscheidender Bedeutung ist jedoch, dass die VP bei allen Personen nach rechts wischt, um die Chance auf „Matches“ zu erhöhen und somit niemanden auszuschließen. Die Funktionsweise des Algorithmus, der von Bumble BFF verwendet wird, um Personen einander vorzuschlagen, konnte nicht ermittelt werden. Die VP war jedoch in der Entscheidung frei, Personen anzuschreiben oder nicht, wobei sie jeder Person antwortete. Es wurden keine festgelegten Nutzungszeiten oder Mindestverweildauern definiert, die im Rahmen der Forschung gesetzt wurden. Die Nutzung sollte so natürlich wie möglich erfolgen, wobei die Umstände berücksichtigt wurden. Daher wurden keine zusätzlichen Richtlinien festgelegt. Die Versuchsperson (VP) hat sich kein spezifisches Ziel der Freundschaftsfindung gesetzt, sondern entschieden, die Nutzung so zu handhaben, wie sie es für angemessen erachtet hat.

7.4.3 Online Analyse

Für die strukturierte Inhaltsanalyse wurden verschiedene Online-Inhalte nach Erfahrungen mit Bumble BFF durchsucht, vorwiegend auf youtube.com und reddit.com, wobei die meisten Berichte auf Englisch waren. Die Anonymität der Nutzer auf reddit.com machte es schwer, die Echtheit der Inhalte zu beurteilen. Anonymität kann ehrliche Kommunikation fördern, aber auch unehrliche oder unerwünschte Aussagen begünstigen (Levmore, 1996; Suler, 2005; Chui, 2014). Auf reddit.com kann sie sowohl asoziales Verhalten als auch offenere Gespräche und Experimentieren mit neuen Ideen fördern (Chester & O'Hara, 2007; De Choudhury & De, 2014). Da Freundschaft ein sensibles Thema sein kann (Pringels, 2020), konzentrierte sich die Analyse auf reddit.com. Die Erfahrungsberichte wurden ins Deutsche übersetzt und in folgende Kategorien eingeteilt: *positive Erfahrungen*, *negative Erfahrungen*, *Tipps und Ratschläge*, *Aufwand*. Ergebnisse zu finden, wurde Suchstränge bzw. Schlüsselwörter online gesucht. Genutzte Suchstränge auf Google: „*bumble bff*“, „*bumble bff erfahrungen*“, „*bumble bff review*“, „*online friends*“, „*online freunde*“, „*bumble bff austria*“, „*bumble bff österreich*“.

Suchstränge auf reddit.com: „*bumble bff*“, „*online freunde*“, „*online friends*“, „*bumble bbff*“, „*bumble bbff Österreich*“. Da keine spezifischen Nutzer*innenprofile auf reddit.com identifiziert werden konnten, wurde kein bestimmtes Sample definiert, außer dass die Personen ihre Erfahrungen mit Bumble BFF geteilt haben.

Im Jänner 2024 wurde mit der Inhaltsanalyse der Bumble BFF-Profile begonnen. Die Datenerhebung erfolgte zu unterschiedlichen Zeitpunkten, Daten und Uhrzeiten sowie an verschiedenen Orten, um eine größtmögliche Variation zu gewährleisten. Die Daten wurden zwischen den beiden Städten Wien und Salzburg gesammelt, da sich die VP in diesen beiden Städten am häufigsten aufhält. Die Kriterien der Inhaltsanalyse wurden auf Basis des Aufbaus der Bumble BFF Profile, wie von Bumble vorgegeben, entwickelt. Im Rahmen der Inhaltsanalyse wurden insgesamt 50 Profile in 49 Kategorien analysiert. Die Datenerhebung erfolgte nicht durch die unmittelbare Analyse von 50 Profilen, sondern es wurden auch Profile ausgelassen, die zu unterschiedlichen Zeitpunkten erhoben wurden, beispielsweise ein bis zwei Tage und drei bis vier Wochen später. Das Vorgehen wurde bewusst willkürlich gewählt, um die Datenbasis so heterogen wie möglich zu gestalten und sicherzustellen, dass auch der Standort der VP regelmäßig gewechselt wurde.

7.4.4 Interviews

Wie im Methodenteil beschrieben, erfolgte die Rekrutierung der Interviewteilnehmer*innen durch eine Kombination des Schneeballprinzips mit einer willkürlichen Auswahl durch die Fragestellung an die Nutzer*innen auf Bumble BFF.

In der Folge wurden divergierende Vorgehensweisen angewandt. Die Rekrutierung über Social Media und den Bekanntenkreis erwies sich als vielversprechende Strategie, um eine ausreichende Anzahl an willigen Interviewteilnehmern zu gewinnen. In diesem Kontext wurden Stories über Instagram gepostet. Die erste Erhebung erfolgte bereits im Oktober, um ein erstes Gefühl dafür zu bekommen, ob im Netzwerk Personen vorhanden sind, die Bumble BFF bereits genutzt haben. Wie in Abbildung 2 dargestellt, wurde die Frage zur Nutzung von Bumble BFF sowohl auf Deutsch als auch auf Englisch gestellt. Zum damaligen Zeitpunkt waren die Kriterien und Grenzen noch nicht klar definiert, sodass zunächst ein Gefühl dafür gewonnen werden sollte. Die Veröffentlichung der Story erfolgte für einen Zeitraum von 24 Stunden. Das Resultat zeigt, dass 36 % der Umfrageteilnehmer*innen bereits Erfahrung mit Bumble BFF hatten. In absoluten Zahlen stimmten neun Personen mit „Ja“, wobei drei Männer und sechs Frauen dies taten. Dieses Erkenntnis resultierte in ersten Gesprächen und einer Sensibilisierung im Netzwerk für die Relevanz des Themas. Die Abbildung 3 stammt aus dem Februar 2024 und definiert den ersten Rekrutierungsversuch über Instagram. In der vorliegenden Story wird ersichtlich, welche Personen gesucht werden: weiblich, Erfahrung mit Bumble BFF (gut oder schlecht) in Österreich. Des Weiteren wurde ein Interviewtermin für die darauffolgenden zwei Wochen im Februar vereinbart. In der Folge wurden zwei Rückmeldungen von zwei Follower*innen verzeichnet, die die Instagram-Story gesehen hatten. Diese Personen wurden zu Interviews geladen. Die Screenshots der Stories wurden aus dem Archiv eines Instagram-Accounts sowie aus privaten Antworten darauf entnommen. Daher werden lediglich das Datum und nicht der Name des Accounts angezeigt. Zudem wurden die Gesichter aller auf den Screenshots abgebildeten Personen geschwärzt.



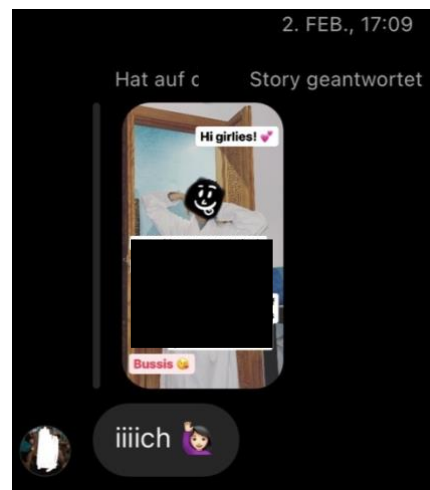
Abbildung 2: Instagram Post Bumble BFF Oktober 2023



Abbildung 3: Instagram Post Bumble BFF Februar 2024



Abbildung 4: Antworten auf Instagram Story



Neben dem sozialen Netzwerk wurde vor Beginn der Feldphase auch im Arbeits-, Freundes- und Bekanntenkreis über diese Masterarbeit und das Thema gesprochen. Die Gespräche mit den genannten Personen dienten der Erhebung von Erfahrungen mit Bumble BFF in Österreich. Im Rahmen der Rekrutierungsphase wurde eine Person über WhatsApp kontaktiert und um Teilnahme an einem Interview gebeten. Sie erklärte sich bereit, an der Studie teilzunehmen. Auf diese Weise konnten die ersten drei Teilnehmerinnen rekrutiert werden. Die übrigen drei Teilnehmerinnen

wurden über das soziale Netzwerk Bumble BFF selbst rekrutiert. Um eine gewisse Ausgewogenheit der Teilnehmerinnen und Teilnehmer sicherzustellen, wurde die Intention verfolgt, auch Interviewpartnerinnen und Interviewpartner über Bumble BFF zu gewinnen. Diesbezüglich wurden verschiedene Ansätze verfolgt. Die erste Variante bestand darin, bereits im Nutzungsprofil der VP direkt darauf hinzuweisen, dass es sich um ein Profil handelt. Die entsprechenden Inhalte sind in den Kapiteln 8.1.2 und 8.1.3 ausführlich beschrieben. Eine weitere Vorgehensweise bestand darin, Personen, mit denen bereits Kontakt aufgenommen und gechattet wurde, nach einer gewissen Zeit auf das Thema anzusprechen und zu fragen, ob Interesse an einer Teilnahme besteht. Dies wird in Abbildung 5 dargestellt. Auf diese Weise konnte eine weitere Teilnahme initiiert werden. Die letzten beiden Interviews wurden ebenfalls über Bumble BFF initiiert. Hierbei wurden mehrere Profile direkt mit einer Anfrage angeschrieben, ohne dass zuvor ein Kontakt stattgefunden hatte. Dies ist in Abbildung 6 dargestellt.

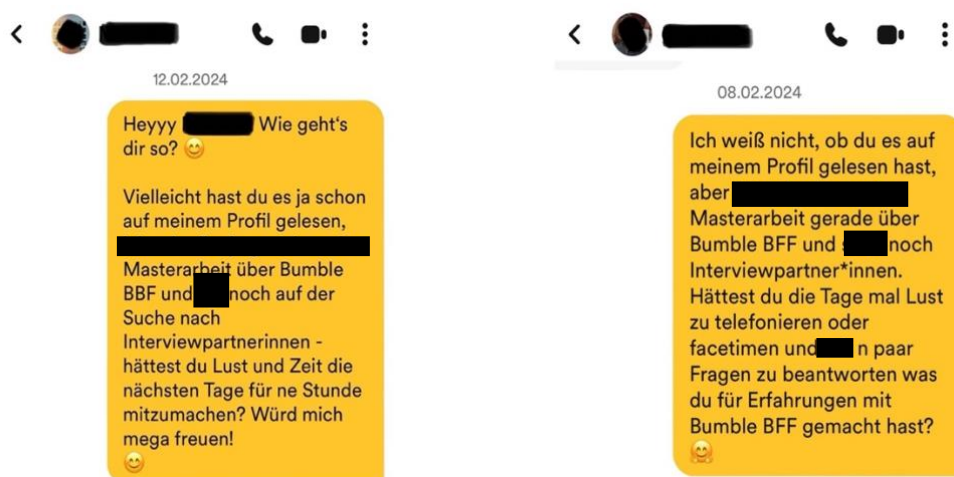


Abbildung 5: Interviewanfrage über Bumble BFF mit Kontakt und ohne Kontakt

Tatsächlich bestand das Sample aus sechs weiblichen Personen im Alter zwischen 20 und 35 Jahren. Termine und Setting wurden bei allen Kontakten über WhatsApp vereinbart und bei Bedarf vorab Nummern ausgetauscht. Mit drei Personen wurden die Interviews im Rahmen eines persönlichen Treffens durchgeführt, mit drei weiteren Personen per WhatsApp Videochat bzw. Facetime. Alle Teilnehmerinnen wurden vor dem Interview über den Ablauf, das Thema und ihre Aufgabe informiert und eine Einverständniserklärung wurde allen vor dem Interview zugeschickt. Zu Beginn des Interviews wurden die Teilnehmerinnen nochmals auf ihre Rechte hingewiesen und erklärt, dass die gesamte Arbeit anonymisiert bzw. mit Pseudonymen versehen wird. Ebenso wurde vor jedem Beginn der Aufnahme explizit nachgefragt, ob die Aufnahme gestartet werden darf und auch am Ende der Aufnahme wurden die Teilnehmerinnen darüber informiert. In Tabelle 4 ist das systematische Vorgehen in Form einer Checkliste dargestellt, um sicherzustellen, dass

der Überblick über die Teilnehmerinnen und die notwendigen Unterlagen gewahrt bleibt. Mit Ort ist der Ort gemeint, an dem sich die Forscherin zum Zeitpunkt der Interviews aufhielt. Eine detaillierte Übersicht über die Stichprobe findet sich in Tabelle 5.

Tabelle 4: Systematische Übersicht Interviews

ID	Alter	Datum	Ort	Art	Aufnahme	Transkript	Einverständniserklärung	Pseudonym
I1	28	06.Feb	Wien	Treffen	ja	ja	ja	Lisa
I2	27	09.Feb	Wien	Video Chat	ja	ja	ja	Corinna
I3	25	13.Feb	Wien	Treffen	ja	ja	ja	Katharina
I4	24	13.Feb	Wien	Treffen	ja	ja	ja	Iris
I5	35	13.Feb	Wien	Video Chat	ja	ja	ja	Jessica
I6	23	20.Feb	Wien	Video Chat	ja	ja	ja	Mariam

Tabelle 5: Sample Übersicht

ID	Alter	Wohnort	Heimatort	Ausbildung/Beruf	Aktive Bumble BFF Nutzung	Freundschaften geschlossen über Bumble BFF	Pseudonym
I1	28	Wien	Aachen	vollzeit berufstätig	nein	ja	Lisa
I2	27	Salzburg	Salzburg	vollzeit berufstätig	ja	nein	Corinna
I3	25	Wien	Köln	vollzeit berufstätig	nein	nein	Katharina
I4	24	Wien	München	vollzeit berufstätig	nein	ja	Iris
I5	35	Wien	Innsbruck	vollzeit berufstätig	ja	ja	Jessica
I6	23	Wien/St. Pölten	St. Pölten	teilzeit berufstätig / im Studium	ja	nein	Mariam

Der Leitfaden wurde den Teilnehmerinnen vor dem Interview nicht präsentiert, dieser diente als Orientierung, Abweichungen waren jedoch auch bei einem halb-strukturierten Leitfaden möglich. Die Interviews wurden während der Durchführung digital aufgezeichnet und unter den jeweiligen ID-Nummern der Teilnehmerinnen abgespeichert. Die Interviewaufzeichnungen wurden mithilfe des Programms „trinkt.com“ transkribiert. Eine gesonderte Überprüfung der Transkripte erfolgte nach der Erstellung der Transkripte, da einige Interviews auch im Dialekt geführt wurden. Eine weitere Kontrolle wurde im Zuge der Kategorisierung und Datenauswertung mittels MAXQDA durchgeführt.

7.5 Forschungsethik

Im Rahmen der Forschungsethik wurde darauf geachtet, alle relevanten Richtlinien einzuhalten. Die Teilnehmerinnen wurden vor Beginn der Interviews schriftlich und mündlich über die Verarbeitung, Speicherung, Sicherung und Löschung ihrer Daten informiert. Zu diesem Zweck wurden Datenschutzvereinbarungen unterzeichnet. Die persönlichen Daten der Teilnehmerinnen wurden anonymisiert und pseudonymisiert, sensible Informationen wurden aus den Transkripten entfernt oder so umgeschrieben, dass keine Rückschlüsse auf die Personen möglich sind. Im Rahmen der Datenerhebung wurden weitere Daten anonymisiert und nach der Verwendung auf den Speichermedien endgültig gelöscht. Auch im Rahmen der Ethnographie wurde transparent kommuniziert, dass es sich um ein Forschungsprofil handelt. Die Forschungsarbeit wurde so durchgeführt, dass die Ergebnisse zuverlässig und reproduzierbar sind. Dies beinhaltete eine

sorgfältige Planung, Durchführung und Dokumentation der Forschung, die zum gegenwärtigen Zeitpunkt nach bestem Wissen und Gewissen durchgeführt wurde. Zur Forschungsethik gehört auch die transparente Darstellung von genutzter Künstlicher Intelligenz (KI) im Forschungsprozess. Für die Informationsammlung und Erfassung der Theorie und Methode, sowie für die Erstellung der Analysen und deren Durchführung wurde keine KI verwendet. Die Anwendung von KI begrenzte sich in dieser Arbeit auf das Übersetzen von englischen Sätzen ins Deutsche in Forschungsberichten. Dazu wurden ChatGPT und deepl.com verwendet. Weiters wurden ChatGPT und deepl.com unterstützend genutzt, um Satzbauten und Grammatik in dieser Arbeit zu verbessern. Keine Daten in dieser Arbeit wurden, sind rein KI-generiert, KI wurde lediglich als Unterstützung und als ressourcensparende Maßnahme genutzt. In der Zusammenfassung der Kategorien in MAXQDA wurde der AI-Assistent innerhalb des Programmes genutzt, um alle Aussagen der Interviewpartnerinnen schnell und prägnant zusammenfassen, diesen wurde alle überprüft.

8 Auswertung und Ergebnisse

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse aus dem Forschungsfeld dargestellt. Begonnen wird, wie bereits erläutert mit dem ethnographischen Teil der Forschung. Danach wird auf die strukturierte Online-Analyse eingegangen und zuletzt auf die Interviews. Bevor nun der Fokus auf die Ergebnisse folgt, muss vorerst ein Einblick auf Bumble als Unternehmen, sowie Bumble BFF als Funktion gegeben werden.

8.1 Ethnografie

In diesem Kapitel wird der Prozess im Allgemeinen beschrieben und die wichtigsten Punkte und Schritte aufgeführt. Beschrieben wird die Nutzung von Profilerstellung bis hin zu Entscheidung über die Adaption, Highlights auf dem Nutzungsverlauf, sowie Vorgehensweisen und emotionale Beeinflussung des Prozesses. Aus der Ethnografie ergeben sich Kriterien für die strukturierte Online-Analyse.

8.1.1 Bumble BFF (Bumble For Friends)

Bumble ist eine Dating-App, die es seit 2014 gibt und von Whitney Wolfe Herd gegründet wurde (bumble, 2023). Bei Bumble machen Frauen den ersten Schritt, diese Art der Handhabung des Online-Datings wird vom Unternehmen als Aufmischen von traditionellen Geschlechterrollen beschrieben und setzt sich damit laut eigenen Aussagen von der Konkurrenz ab und sei „sicher

und respektvoll“. Neben der Online-Dating Funktion gibt es noch die Funktionen Bizz und BFF. Die Bizz Funktion, Abkürzung für Business, dient dazu das eigene berufliche Netzwerk zu erweitern und potenzielle Karrierechancen zu entdecken. In dieser Masterarbeit wird sich nur auf die BFF Funktion fokussiert. Diese Funktion wird beschrieben als Chance neue Freundschaften zu schließen (bumble, 2023) und ist seit 2016 verfügbar (Bohannon, 2023). Auf der Website von Bumble BFF wird neben Basisinformation auch der „Friendship Hub“ angeboten, auf welchem Artikel über Freundschaft bereitgestellt werden, wie z.B. wie man neue Freund*innen gewinnt oder wie man damit umgeht, wenn man keine Freund*innen hat (bumble, 2023). Bumble berichtet in 2021, dass weltweit 15% der Bumble User*innen auch BFF nutzen.

8.1.2 Das Profil – im generellen

Vor dem Prozess der Suche nach neuen Menschen und potenziellen Freund*innen ist die Erstellung eines Profils erforderlich. Im vorliegenden Unterkapitel erfolgt eine Anleitung zum Erstellen eines Profils sowie eine Beschreibung der von Bumble BFF vorgegebenen Optionen. Die im Folgenden dargestellten Informationen wurden durch einen Eigenversuch der VP gesammelt und dokumentiert. Die persönlichen Angaben wurden aus den Bildern geschwärzt. Das Profil wurde trotz der wissenschaftlichen Herangehensweise so authentisch wie möglich erstellt, mit wirklichen Interessen und Texten der Versuchsperson. Die Intention der VP, Bumble BFF zu nutzen, war nicht die Bildung von Freundschaften, sondern das Erlangen eines Verständnisses für die App und ihre Funktionen.

8.1.3 Profilerstellung

Um Bumble BFF nutzen zu können, muss vorerst ein Profil erstellt werden, wozu eine Registrierung mit einer E-Mail-Adresse oder einer Telefonnummer und einem Passwort notwendig ist. Dieser Prozess unterscheidet sich nicht von allen anderen Apps und sozialen Medien. Sobald ein Account erstellt wurde, fragt Bumble BFF vier Hauptthemen ab:

1. Dein Leben: Dieses Themengebiet besteht aus den Punkten „Neue Lebensphase bzw. Reisen“, „Ausbildung“, „Arbeiten“, „Haus und Wohnen“, „LGBTQIA+“, „Familienorientiert“, „Selbstliebe“, in welchem man ganz unterschiedliche Vorschläge und Optionen hat, sich zu definieren und präsentieren. So kann man angeben, ob man studiert, in einer Beziehung ist und Kinder hat. Insgesamt bietet Bumble BFF hier 66 Optionen an, von denen man nur drei auswählen kann, über welche man sich definieren möchte.

2. Interessen: Hier kann man als User*in auswählen zu den Themen „Kreativität“, „Drinks“, „Glauben“, „Fitness“, „Essen“, „Ausgehen“, „Filme“, „Musik“, „Tiere“, „soziales Engagement“,

„Sport“, „Spiritualität“, „Zuhause“, „Reisen“, „Werte & Charakterzüge“. Insgesamt werden 194 Optionen vorgeschlagen, von welchen fünf ausgewählt werden dürfen.

3. Beziehungsstatus: Bumble fragt auch im BFF-Modus den Beziehungsstatus ab, hier gibt es die Optionen „Single“, „in einer Beziehung“, „Verlobt“, „Verheiratet“, „es ist kompliziert“, „geschieden“, „verwitwet“, von welchen nur eine ausgewählt werden kann.

4. Geschlecht: Als letztes fragt die App nach dem Geschlecht, es wird unterschieden zwischen Frau, Mann, Nicht-binär. Jedoch gibt es innerhalb der Geschlechterangaben auch nochmal weitere Optionen zum Auswählen, wie z.B. „intersexuelle Frau“, „Transfrau“, „Transfeminin“, „Frau und nicht-binär“, „Cis-Frau“ unter der Auswahl „Frau“. Hier kann man eine Option wählen. Zudem kann auch entschieden werden, ob diese Information im Profil angezeigt wird.

Vor der Gewährung des Zugriffs auf das Profil erfolgt seitens Bumble eine Anfrage an die VP, ob eine Verbindung ihres Instagram-Accounts mit ihrem Bumble BFF-Account gewünscht ist. Sie entscheidet sich gegen diese Option. Im Anschluss wird die Telefonnummer der VP bestätigt, da dies die von ihr bevorzugte Login-Variante ist. Des Weiteren bietet Bumble BFF mehrere zahlbare Optionen für die App an, da diese prinzipiell in ihrer einfachen Nutzung kostenlos ist. Die In-App-Kaufoptionen beginnen bei einem Preis von 0,87 Euro und steigen in Abhängigkeit der gewünschten Kategorie. Diese Optionen werden in der vorliegenden Arbeit nicht genutzt und auch nicht weitergehend behandelt. Im Anschluss an die initialen Schritte besteht für die Versuchsperson die Möglichkeit, ihr Profil zu sehen und weiterzuverarbeiten. Die VP kann bis zu fünf Bilder auswählen, die sie auf ihrem Profil präsentieren möchten. Im nächsten Schritt wählt sie fünf Bilder aus, die ihrer Meinung nach ihre Persönlichkeit am besten widerspiegeln. Sie argumentiert, dass sie keine „Insta-Bilder“ auf Bumble BFF haben möchte, sondern authentische und lustige Bilder, da sie selbst eine humorvolle Person ist. Sie ist der Meinung, dass auf Instagram Selfies, die ein perfektes Aussehen suggerieren, durchaus akzeptiert werden. Für Bumble BFF hingegen möchte sie sich authentisch präsentieren, da es hier darum geht, dass andere sie so sehen können, wie sie wirklich ist. Als Hauptbild wählt sie eines in der Natur beim Weinwandern, auf welchem sie lächelt. Insgesamt wurden vier der fünf Fotos außerhalb von Räumlichkeiten aufgenommen, wobei zwei Fotos im Rahmen eines Urlaubs und eines weiteren Fotos im Rahmen eines Festivals entstanden sind. Auf dreien von fünf Fotos lächelt sie.

Unter dem Abschnitt „Mein Leben“ hat sie angegeben: „Arbeit & Studium“ und „Leben mit Partner/in“. Unter Interessen nimmt sie „Buchclub“, „Clubbing“, „Filmabende“, „Roadtrips“ und „Sinn für Humor“.

Bumble BFF gibt die Option Profilfragen zu beantworten, um die eigene Persönlichkeit zu zeigen. Insgesamt bietet Bumble BFF 37 Profilfragen, aus welchen man auswählen kann. Sie entscheidet sich für folgende drei Fragen:

Meine beste Reisestory...:

„bin ohne Plan, ohne Internet und ohne Geld wo hin gereist, hatte die beste Zeit ever 🍷 Super coole Leute am Flughafen kennen gelernt und dann mit denen gefeiert“

Was ich an anderen am meisten schätze...:

„zuhören und Spaß haben! Ich finde die Balance machts, geteiltes Leid ist halbes und geteiltes Glück ist Doppeltes 🌟“

Was mich richtig nervt...:

„wenn man kurz ranten will und die andere Person sich nicht mit aufregt 🤪“

In „Über mich“ verfasst sie folgendes Intro über sich selbst:

„Hey 💕 cool, dass du dir mein Profil anschaust, freu mi voll! 😎 Ich bin gleich ganz ehrlich und nutze das hier, weil (...) Masterarbeit über Bumble BFF (...) und würde (...) total gerne mit n paar von euch darüber unterhalten, was so eure Erfahrungen sind! Wenn nicht, ist das natürlich cool 🍷“

Mit dem Text hat sie auch Emojis genutzt, wie in den Zitaten sichtbar. Die Profileinführung ist mit 300 Zeichen begrenzt, die Profilfragen mit 160 Zeichen begrenzt zu beantworten. Folgende weitere Informationen, gibt die VP über sich auf Bumble BFF bekannt:

Tabelle 6: Informationen auf Bumble BFF über die Versuchsperson

Die Basics:	Noch mehr Infos über mich:	Sprachen, die ich spreche:
Arbeit: (anonymisiert)	Ich suche... ich bin offen für alles	Deutsch
Ausbildung: -	Beziehung... in einer Beziehung	Englisch
Geschlecht: weiblich	Kinder ... nein	(anonymisiert)
Standort: Wien	Rauchen ... nie	(anonymisiert)
Heimatort: Salzburg	Alkohol ... Häufig	
	Sport ... Häufig	
	Heimat ... ich bin von hier	
	Sternzeichen ... Jungfrau	
	Religion ... -	

Des Weiteren hat sie sich dazu entschieden, Wien als ihren Wohnort anzugeben. Sie gibt an, ursprünglich aus Salzburg zu stammen. Schließlich werden auf ihrem Bumble BFF-Profil ihre Spotify-Favorit*innen angezeigt, wobei sie bis zu maximal zehn Künstler*innen auf ihrem Profil anzeigen lassen kann. Eine Anpassung ist jederzeit möglich. Die Nutzung dieser Option erfolgt mit der Intention, eine bessere Vorstellung von der eigenen Identität zu gewinnen. Des Weiteren zeigt Bumble BFF in anderen Profilen an, wenn die gleichen Künstler*innen gehört werden, um auf diese Weise Gesprächsstoff zu generieren.

Feedback Zusammenfassung der VP nach Erstellung des Profils:

„Die Profilerstellung war recht unkompliziert. Jedoch war es doch zu Beginn etwas überwältigend, da Bumble BFF einfach viel zu viele Optionen ermöglicht. Jedes Mal, wenn man dachte, man ist fertig, kommt eine neue Seite und neue Optionen, welche man auswählen kann. Grundsätzlich finde ich das recht cool, da es eine Art von Diversity und Inklusion fordert. Wenn man aber jedoch eine übliche hetero-sexuelle Cis-Frau ist, wirkt das zu Beginn doch erstmal etwas überwältigend. Dazu kommt, dass ich zu Beginn total unsicher war, welche Infos ich überhaupt angeben soll. Einige Sachen waren ja dann, doch auch begrenzt auf z.B. nur drei oder fünf Merkmale von so 40. Ich habe mir auch sehr viele Gedanken darüber gemacht, welche Fotos ich hochladen soll, welche Seite meiner Persönlichkeit ich so auch am besten zeige, bzw. welche Seite ich zeigen will. Ich habe versucht mich in andere Personen reinzuversetzen und überlegt, wie die Fotos und Informationen ankommen und gelesen werden könnten. Ich habe mich dann dazu entschieden, alles auszufüllen, was Bumble BFF mir vorschlug und lustige Fragen zu beantworten, die mich als nette, lockere und lustige Person präsentieren würden. Im Nachgang denke ich aber, dass vor allem dieses überfüllte Profil zu viel war. Vielleicht ist auch hier weniger besser als mehr“ (Erster Tagebuch Eintrag, Zeile 13-27).

8.1.4 Entscheidungs-Kriterien

Die Bumble-App, ursprünglich eine Dating-App, ähnelte in ihrem Funktionsumfang der App Tinder, da die CEO von Bumble zuvor an der Entwicklung von Tinder beteiligt war. Bei beiden Apps erfolgt die Vermittlung von Kontakten mittels eines Wisch-Mechanismus, welcher auf den Kriterien Interessen, Vorlieben und Standort basiert. Im Gegensatz zur Dating-Funktion gibt es bei Bumble BFF und Bumble Bizz keine Einschränkungen hinsichtlich der Person, die die erste Nachricht senden kann. Beide Personen können sich innerhalb von 72 Stunden verbinden (Bailey, kein Datum). Es ist bislang nicht bekannt, welche Informationen Bumble BFF zur

Vorschlagsgenerierung nutzt, abgesehen vom Standort. Daher hat die VP alle ihr möglichen Angaben über sich gemacht, soweit es ihr angenehm war. Die Nutzung dieser Funktion ermöglicht eine Analyse der Profilangaben und des Kommunikationsverhaltens der Nutzerinnen.

*„Also zu Beginn wusste ich ja, dass ich bei jeder Person nach rechts swipen werden, einfach mal, um so zu sehen, wie die Profile so aussehen und wie man hier so in Gespräche kommt. Ich wollte mir quasi keine Chance entgehen lassen und habe natürlich schon die Profile mir angeschaut, um zu sehen was Nutzer*innen so von sich preisgeben, was für Fotos sie posten und worauf sie achten bzw. nach was sie suchen. Nach ein paar Tagen aber hat mir das eigentlich gar keinen Spaß gemacht, wie zu Beginn. Ich habe mich ständig so gefühlt, als wäre ich nur hier um Leute zu judgen, das war dann nicht mehr so meins. Viele geben auch sehr wenig von ihnen preis, da ist es dann nicht so leicht die Person gleich von Beginn einzuschätzen oder einzuordnen. Woher soll ich dann nur von einem Foto wissen, ob wir Freund*innen werden können? Da habe ich mich auch oft wie auf Instagram gefühlt. Nur Fotos und sonst keine Infos. Auch viele haben echt schöne Fotos online gestellt, ich habe dann auch Momente gehabt, wo ich mit meinem Selbstbewusstsein kämpfen musste. Das war dann auch nicht motivierend und ich habe dann immer weniger auf Bumble geschaut und hatte nach ein paar Wochen eigentlich auch keine Lust mehr die App zu nutzen“ (Zweiter Tagebuch Eintrag, Zeile 38-51).*

Beim Öffnen eines Bumble BFF-Profiles wird zunächst das Hauptfoto mit Namen und Alter unten links angezeigt. Ein blauer Stern gibt Aufschluss über den Verifikationsstatus des Profils. In der oberen linken Ecke befindet sich das „BFF“-Symbol, welches die Nutzung der BFF-Funktion anzeigt. Unterhalb des Profils werden Angaben zum Beruf oder zur Ausbildung angezeigt. Weiter unten im Profil werden die Bereiche „Über mich“, „Die Basics“, „Mein Leben“, „Meine Interessen“ und „Sprachen“ angezeigt. Diese Elemente sind standardisiert und präsentieren sich bei allen Profilen in identischer Form, bestehend aus Text und Symbolen. Im Anschluss besteht die Möglichkeit, zusätzliche Fotos einzufügen, zwischen denen persönliche Fragen beantwortet werden können. Der letzte Abschnitt des Profils gibt ortsbezogene Angaben wieder, darunter den Standort, den Wohnort und den Heimatsort, sofern diese Informationen angegeben wurden. Die Abbildung 7 veranschaulicht den Aufbau eines Profils, wie es für andere Nutzer*innen sichtbar ist, wobei datenbezogene Informationen geschwärzt sind.

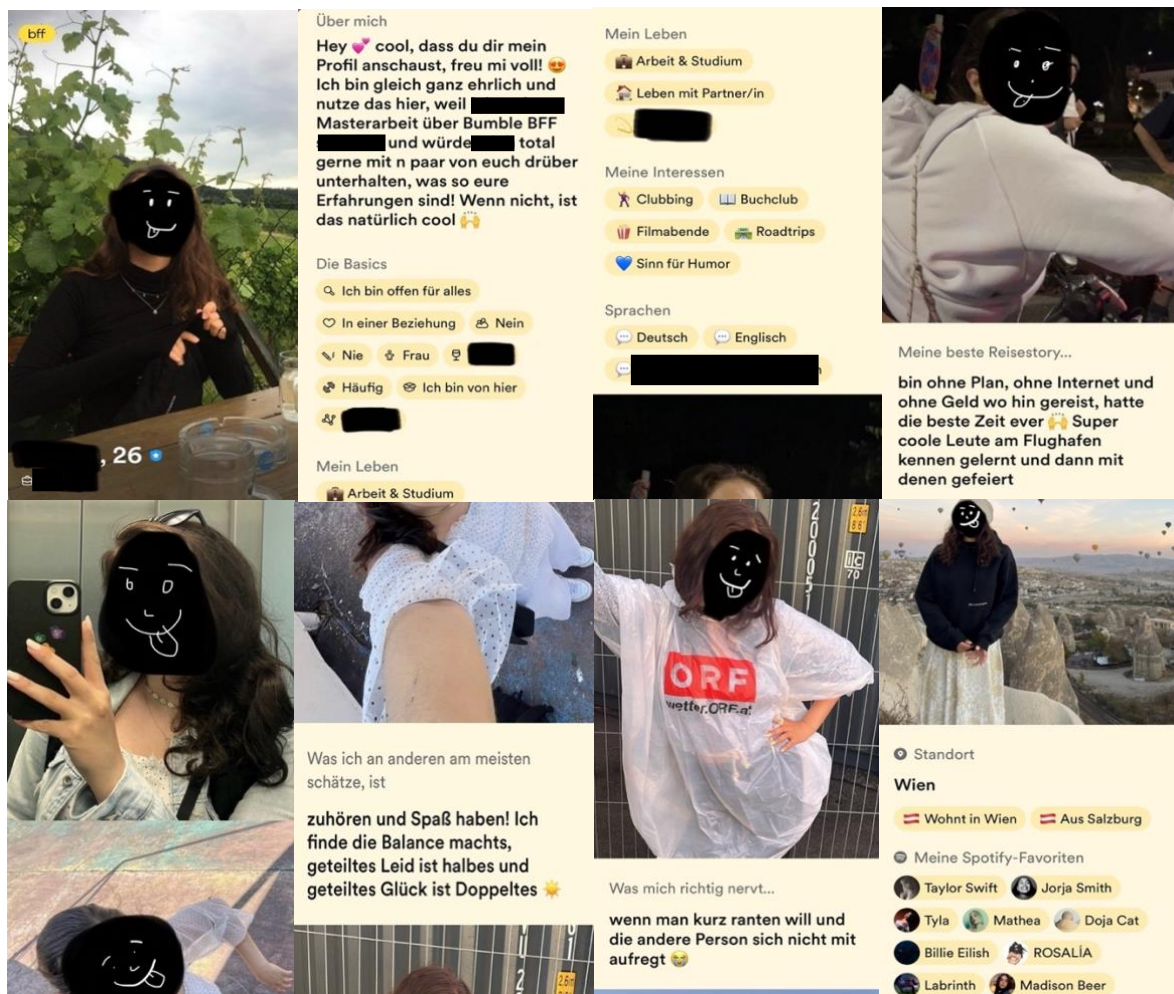


Abbildung 6: Darstellung eines Bumble BFF Profils

8.1.5 Highlights der Erlebnisse

Die ersten Erfahrungen mit der Anwendung waren gemischt. Die VP verbrachte viel Zeit damit, ihr eigenes Profil zu überprüfen und die Profile anderer Nutzer*innen zu analysieren. Dabei stellte sie fest, dass viele Profile nur wenige Informationen enthielten, was es schwierig machte, interessante Gespräche zu beginnen. Die Kommunikation mit anderen Nutzerinnen war oft kurz und oberflächlich. Die VP bemerkte, dass viele Gespräche nach ein bis zwei Tagen abgebrochen wurden. Sie fühlte sich unwohl, wenn sie Personen anschreiben musste, die kaum Informationen über sich preisgaben. Einige Nutzerinnen wollten sich schnell treffen oder stellten sehr persönliche Fragen, was die VP als unangenehm empfand. Ein Highlight war eine Zugfahrt nach Salzburg, bei der die VP feststellte, dass die Profile außerhalb von Wien entspannter und offener wirkten. Diese Nutzer*innen waren oft draußen in der Natur unterwegs und kontaktierten die VP proaktiv, was zu längeren und interessanteren Gesprächen führte. Dadurch wuchs ihr Vertrauen und es fiel ihr leichter, selbst Nachrichten zu schreiben. Im Laufe der Nutzung stellte die VP fest, dass das ständige Wischen und die oberflächlichen Gespräche sie ermüdeten. Obwohl sie Nachrichten

erhielt, führten diese selten zu tiefgründigen Gesprächen. Die VP erkannte, dass ihr überfülltes Profil abschreckend wirken konnte und dass weniger Informationen manchmal mehr sein könnten. Rückblickend war die Nutzung von Bumble BFF für die VP eine interessante Erfahrung, die jedoch nicht ihren Erwartungen entsprach. Sie fand es spannend zu sehen, welche Informationen und Interessen andere Nutzer*innen preisgeben. Trotz der Herausforderungen würde sie die App als Zeitvertreib empfehlen. Die Nutzung im Rahmen ihrer wissenschaftlichen Arbeit habe ihr interessante Einblicke gegeben, auch wenn sie keine tiefen Freundschaften schließen konnte.

8.2 Strukturierte Online-Analyse

Auf der Grundlage der Ethnographie werden die Online-Analysen durchgeführt. Zunächst werden die Daten beschrieben, die während der Ethnographie über die Profile der Nutzerinnen gesammelt wurden. In einem weiteren Schritt wird das Online-Forum reddit.com nach Erfahrungsberichten aus aller Welt und von unterschiedlichen Personen durchsucht. Sowohl für die Profilanalyse der App als auch für die Online-Analyse der Forenbeiträge wird auf die gebildeten Kategorien zurückgegriffen, die im Anhang im Codebuch zu finden sind. Die wichtigsten Ergebnisse werden in den folgenden Kapiteln zusammengefasst.

8.2.1 Bumble Nutzer*innen-Profile

Die Kategorien, die für die Bumble BFF Profile erstellt wurden, basieren auf den Optionen, die Bumble bietet. Daher wurden die folgenden Kategorien erstellt: Fotos, Alter, Job, „Über mich“ Angaben, Geschlecht, Basics, Standort, Heimatort, Infos, Sprachen, verknüpfte Accounts, Interessen und Profilfragen. Die Auswertung erfolgte manuell mit Hilfe von Excel. Zur Erläuterung der Daten aus der quantitativen Auswertung wird auf die Erfahrungen der VP verwiesen.

“Ich habe nach einiger Zeit schnell mal gemerkt, dass Leute nicht so viel preisgeben wie ich. Dann dachte ich mir vielleicht liegt es auch daran, dass mich niemand anschreibt und ich keinen Erfolg habe. Vielleicht gebe ich eh schon so viel frei, dass sie nichts zu fragen haben. Aber ich fand es dann schon schwierig Personen anzuschreiben, die fast gar keine Infos preisgaben, ich hatte ja irgendwie nichts, womit ich mich identifizieren kann. Außerdem schien mir das total langweilig, nur ein Foto und 1-2 Sätze, was soll ich damit? Ich fand das total komisch und auch schwer, aber ich glaube ich bin nicht so für Bumble BFF gemacht. Ich glaube man kann da nur erfolgreich sein, wenn man eine bestimmte Art

von Person ist. Welche Art das aber sein soll, das habe ich noch nicht rausgefunden” (X Tagebuch Eintrag, Zeile 54-64).

Was die Nutzer*innen von sich selbst veröffentlichen, scheint nach einem Auswahlkriterium für weitere Entscheidungen im Freundschaftsprozess. Durch die Analyse der Profile können erste Präferenzen im österreichischen Raum erkannt werden, die Gründe dafür, sollen durch die Leitfadeninterviews erfolgen. Diese Analyse ermöglicht dazu die Kategorienbildung und Fragestellungen. Zunächst wird auf visuelle Aspekte wie Bilder, Emojis und andere visuelle Auffälligkeiten eingegangen. Danach werden die Textinhalte der Nutzer*innen genauer angesehen. Im Durchschnitt posten bzw. teilen die Nutzer*innen auf Bumble BFF 3,76 von fünf möglichen Fotos auf ihrem Profil. Betrachtet man diese Bilder im Detail, so wird ersichtlich, dass der Großteil dieser Fotos die Nutzer*innen allein darstellt. So ist auf 40 Bildern von insgesamt 50 Profilen die Person allein auf den Fotos zu sehen, gefolgt von Profilen, die sich dafür entschieden haben, Bilder von sich auf dem Profil zu teilen, auf denen sie sowohl drinnen als auch draußen fotografiert wurden. Generell zeigt sich, dass Bilder, auf welchen sich die Personen draußen befinden, öfter geteilt wurden. Sehr selten wurden Bilder geteilt, welche die Personen auf abenteuerlichen (eine Person) oder lustigen (eine Person) Fotos zeigen. 94% der Profile hatten nur Farbfotos online, 6% sowohl Farbfotos als auch Schwarzweißfotos.

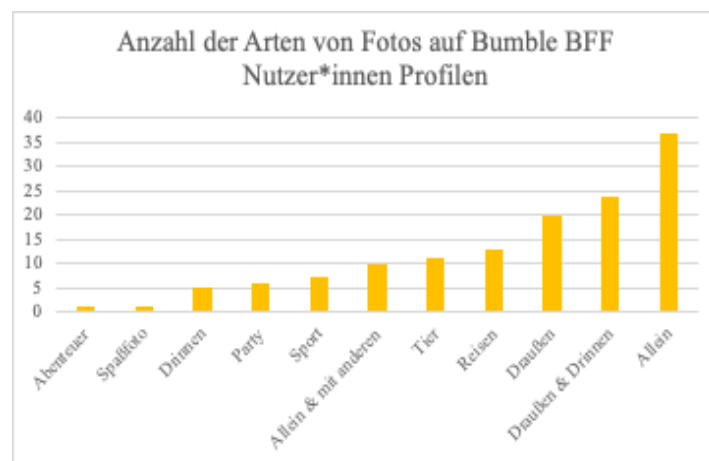


Abbildung 7: Anzahl der Arten von Fotos auf Bumble BFF auf Nutzer*innen Profilen

Von den analysierten Profilen nutzen 74% Emojis. Zusammenfassung der Ergebnisse der visuellen Auswertung: Die meisten Bilder der Nutzer*innen auf ihren Profilen sind von ihnen allein und draußen, in Farbe und die meisten Nutzer*innen nutzen Emojis auf ihren Profilen. Um die demographischen Informationen als Ergebnisse zu ergänzen: Das Durchschnittsalter der ausgewerteten Profile lag bei 26,4 Jahren, 38 von 50 Profilen gaben an, weiblich zu sein, die anderen machten keine Angaben zu ihrem Geschlecht. Die häufigsten Standorte der Nutzer*innen

waren Wien (24 Profile), Salzburg (8 Profile) und Linz (3 Profile), dieses Ergebnis ist aber auch an das Forschungsdesign und -vorgehen gebunden. Zwanzig der analysierten Profile hatten auch ihren Herkunftsort angegeben, dieser reichte von Wien über Augsburg bis Tunis. Diese waren unterschiedlich und international, mit einer starken Tendenz zu Österreich (11 Profile) und Deutschland (6 Profile). Im Durchschnitt gaben die Nutzer*innen 2,5 von fünf möglichen Sprachen auf ihrem Profil an. Die am häufigsten genannten Sprachen auf den Profilen waren Deutsch (44%), Englisch (42%) sowie Französisch (10%) und Spanisch (4%), wie in Abbildung 9 dargestellt. Bei den Angaben zum Beruf machten die meisten Nutzer*innen (68%) keine Angaben dazu.

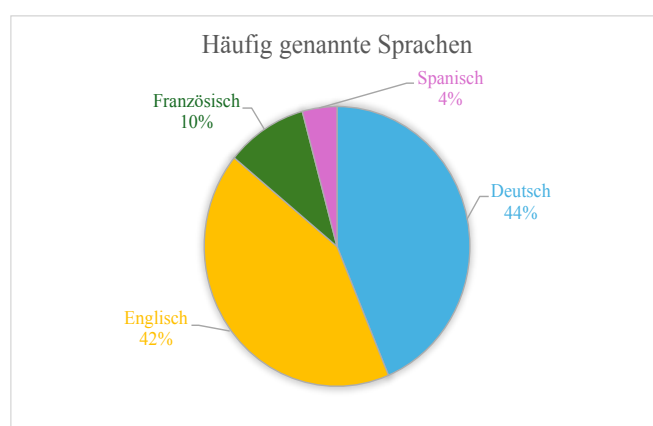


Abbildung 8: Häufig genannte Sprachen auf Bumble BFF

Im Element „Über mich“ haben 38 der 50 Profile eine Antwort angegeben. Die schriftlichen Inhalte mit Textpassagen wurden zur strukturierten Einordnung und Analyse in zwei Kategorien unterteilt: "lang" und "kurz". Die Kategorie „kurz“ umfasst Textpassagen, die bis zu zwei Zeilen lang sind. In der Kategorie „lang“ alle, die länger als zwei Zeilen sind. Zusätzlich wurde für dieses Element noch die Kategorie „detailliert“ hinzugefügt, die neben der Länge des Textes beschreibt, wie ausführlich die Person über sich selbst berichtet. 27 Profile entschieden sich, mehr Informationen zu teilen und wurden als „langer Text“ kategorisiert, 19 davon auch als „detailliert“. Der Vergleich soll mit Abbildung 8 visuell dargestellt werden. Im ersten Text links hat die Person mehr als zwei Zeilen geschrieben, also eine lange Information. Sie gibt an, dass sie gerade nach Wien gezogen ist, mit ihrer besten Freundin zusammenwohnt und gerne neue Leute trifft. Im Vergleich dazu hat die zweite Person im rechten Screenshot ebenfalls mehr als zwei Zeilen, also einen langen Text, aber dieser Text ist viel ausführlicher. Sie beschreibt, was für eine Art von Freund*innen sie sucht: echte und ehrliche Freundschaften. Sie verrät, dass sie gerne in der Natur ist, dass Papayas ihre Lieblingsfrucht sind, welche Art von Kunst sie mag, indem sie ihren Lieblingsfilm und ihre Lieblingskünstlerin nennt. Außerdem nennt sie Dinge, die ihr wichtig sind:

persönliche Entwicklung, das Leben genießen. Aufgrund der wiederkehrenden Unterschiede in den Profilen wurde hier die dritte Kategorie „detailliert“ übernommen.

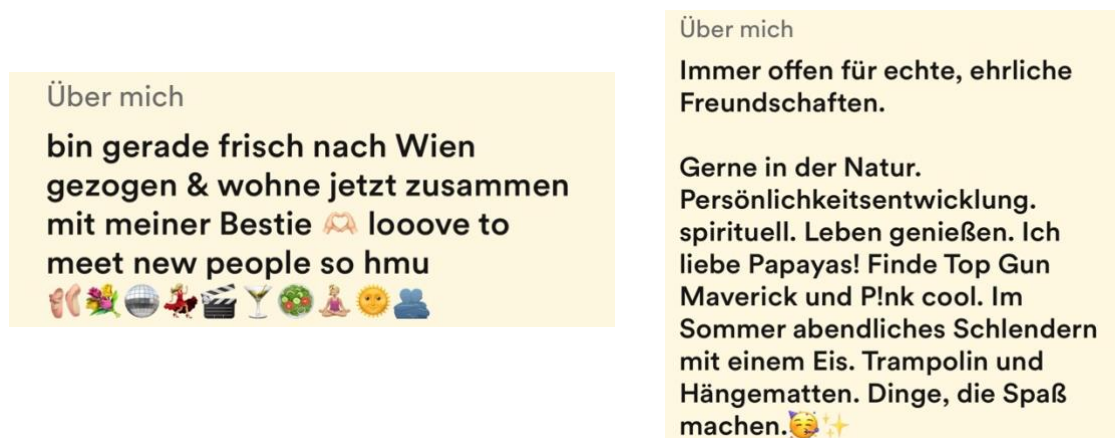


Abbildung 9: Vergleich "Über mich" Bumble BFF Text - detailliert

Der nächste Abschnitt im Bumble BFF-Profil heißt „Mein Leben“, wurde aber am 01.05.2024 als Element aus der App entfernt und ist in den Profilen nicht mehr sichtbar. Die am häufigsten genannten Themen waren hier „Jeden Tag genießen“ (11), „Neu in der Stadt“ (15), „Arbeit & Studium“ (9). Das nächste Profilelement heißt „Basics“. Hier finden sich die Punkte „Ich suche...“, „Beziehung“, „Kinder“, „Rauchen“, „Alkohol“, „Sport“, „Heimat“, „Sternzeichen“ und „Religion“.

Die Angabe „Ich suche“ wurde von 29 Profilen gemacht, wobei die beiden häufigsten Aussagen „Ich möchte Leute IRL (in real life = im wirklichen Leben) kennen lernen“ (9) und „Ich bin offen für alles“ (14) waren.

Im Element „Heimat“ wurde „gerade hergezogen“ 11-mal genannt, „ich komme von hier“ 15-mal. Besonders aussagekräftig erscheint das Ergebnis im Element „Religion“, in dem mit 43 Profilen die überwiegende Mehrheit keine Angaben zu ihrer religiösen Einstellung macht. Im Element „Beziehung“ machen 33 Profile Angaben: 19 Profile geben an, „ledig“ zu sein und 11 Profile, „in einer Beziehung“ zu leben. Das Element „Kinder“, in welchem man als Nutzer*in angeben kann, ob man Kinder hat, ist mit 23 Profilen, welche dazu Informationen preisgeben, recht ausgeglichen ausgefüllt, wobei 22 Profile angeben, dass sie keine Kinder haben. 25 Profile gaben an, nie zu rauchen, 9 weitere „in Gesellschaft“. 29 Personen geben an, „in Gesellschaft“ Alkohol zu trinken. In Bezug auf das Element "Sport" gaben 20 Profile "manchmal" und 17 Profile "häufig" an. Zusammenfassend ergibt sich aus diesem Abschnitt der Basics, dass die Nutzer*innen von Bumble BFF, offen für neue Bekanntschaften sind, selten ihre religiöse Einstellung teilen, eher Single sind, keine Kinder haben, eher nicht rauchen, Alkohol in Gesellschaft konsumieren und Sport treiben.

Im nächsten Element werden die „Interessen“ der Nutzer*innen angeschaut. Fünf Interessen können pro Nutzer*in auf dem Profil geteilt werden, im Durchschnitt entschieden sich die analysierten Profile dazu, 4,85 Interessen zu teilen. Insgesamt ergibt dies eine Gesamtzahl von 70 verschiedenen Interessen, die geteilt wurden. Die am häufigsten genannten Interessen waren „Kaffee“ (17), „Fitness“ (14), „Kunst“ (11), „Tanzen“ (9), „Wandern“, „Foodie“ und „Konzerte“ (8) (Abbildung 11).

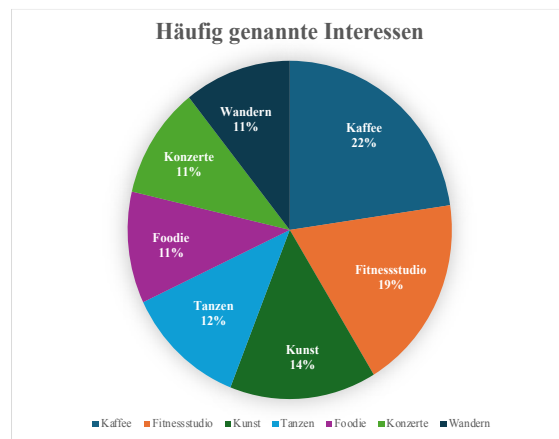


Abbildung 10: Häufig genannte Interessen auf Nutzer*innen Profilen Bumble BFF

Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, bis zu drei Profilfragen auszuwählen und zu beantworten, die kurze Zusammenfassungen und Informationen enthalten und keinen oder nur wenig Text erfordern. Zwischen den beiden Varianten „eine Frage im Profil“ und „alle drei Fragen“ ist ein leicht degressiver und dann ein stärker degressiver Anstieg zu beobachten. Hinsichtlich der Anzahl der beantworteten Fragen ist festzustellen, dass die Hälfte der Profile ($n=25$) eine Frage angegeben und beantwortet hat. Für eine zweite Frage haben sich schon weniger Nutzer entschieden (23), während nur 13 Nutzer drei Fragen in ihrem Profil angegeben haben. Die häufigsten Fragen in den analysierten Accounts waren „Diese drei Dinge sind in einer Freundschaft wichtig (7)“, „Wir verstehen uns, wenn (5)“ und „Mein perfekter Sonntag (5)“. Die Antworten auf die drei möglichen Profilfragen fielen insgesamt eher kurz aus, die Texte umfassten bis zu bzw. weniger als zwei Zeilen. Am Ende des Accounts finden sich verlinkte Profile: Spotify, Instagram oder beides. Insgesamt 12 Profile hatten verlinkte Accounts. Davon siebenmal Instagram und sechsmal Spotify. Anzumerken ist aber, dass einige Nutzer*innen bereits im „Über mich“-Element auch ihren Instagram-Accountnamen angegeben hatten, so dass Instagram insgesamt weitaus häufiger geteilt wurde.

8.2.2 Online-Beiträge – Erfahrungsaustausch zwischen Nutzer*innen

Nun teilen die Bumble Nutzer*innen nicht nur Informationen über sich selbst auf ihren Bumble BFF Profilen, sondern sie tauschen sich auch online in anderen Foren aus. Das Teilen und Weiterempfehlen von Wissen basiert auf menschlichen Grundbedürfnissen und ist nichts Neues. Die Digitalisierung unserer Kommunikationswege hat jedoch die Verbreitung und Häufigkeit verändert. Es werden mehr Informationen geteilt und mehr Quellen genutzt als vor einigen Jahren. Es werden mehr Menschen erreicht und Inhalte werden häufiger und in kürzeren Abständen geteilt. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass es verschiedene Motivationen für das Teilen von Inhalten gibt, die gleichzeitig Bedürfnisse darstellen, die Menschen haben können, wenn sie Inhalte online teilen: Hilfsbereitschaft, Unterhaltung, Selbstdarstellung, Beziehungspflege, Identitätsbildung, Unterstützung oder Vorreiter*in sein. Welche Gründe oder Bedürfnisse diese Menschen hatten, ihre Erfahrungen online zu teilen, kann nicht gesagt werden, ebenso wenig, ob diese Erfahrungsberichte authentisch sind (Brett, 2011). Nichtsdestotrotz sind auch diese Berichte für alle potenziellen Nutzer*innen von Bumble BFF einsehbar und können diese auch beeinflussen. Daher ist es auch für das Verständnis der Interviewpartner*innen wichtig, einen Einblick in die bisherigen Erfahrungen zu bekommen und sich somit auf verschiedene Informationsquellen zu stützen. Diese Erfahrungsberichte wurden aus dem Online-Diskussionsforum reddit gezogen. Im deutschsprachigen Raum konnten nur wenige Erfahrungsberichte zu Bumble BFF im Internet ausfindig gemacht werden. Die meisten dieser Berichte stammten aus Magazinen, in denen die Autor*innen ihre Erfahrungen mit der App beschrieben (Murdaca, 2023; Greis, kein Datum; Witterauf, 2021). Da jedoch nicht bekannt ist, inwiefern die Nutzung und das Verfassen dieser Artikel die Autor*innen tatsächlich beeinflusst hat, wurden diese Artikel bei der Auswertung nicht berücksichtigt. Das beschriebene Verfahren erlaubt keine Rückschlüsse auf soziokulturelle oder demografische Faktoren, die Ergebnisse zeigen jedoch eine Spaltung zwischen positiven und negativen Erfahrungen, auch ohne die Nutzer*innen in Kategorien einteilen zu können. Die Meinungen von Nutzer*innen online spalten sich über ihre Erfahrungen mit Bumble BFF. Ein Teil der Nutzer*innen sieht in Bumble BFF einen großen Vorteil und empfiehlt die App auch gerne an weiter. Die Nutzer*innen berichten von überwiegend positiven Erfahrungen mit der App. Sie konnten enge und langjährige Freundschaften aufbauen. Allerdings weisen sie auch darauf hin, dass der Erfolg maßgeblich von Glück und persönlichem Engagement abhängt. Zudem wird die verfügbare Zeit als limitierender Faktor genannt. (Alle Zitate wurden aus dem Englischen ins Deutsche übersetzt).

„Ich habe (...) ein paar Freundschaften, die jetzt 3+ Jahre gehalten haben! Wir sind zusammen gereist, haben zusammengewohnt, sehen uns wöchentlich und haben uns schließlich mit gemeinsamen Freunden/anderen Bumble-Matches getroffen und unsere Community gegründet! Sie sind jetzt definitiv meine engsten Freunde hier, und ich werde dieses Jahr Brautjungfer auf einer ihrer Hochzeiten sein 😊“ (R1)

„(...) Ich habe 5-6 gute Freunde durch die App gefunden (...)“ (R6)

*"Ich habe letztes Jahr angefangen und spreche immer noch mit 3 von ihnen. Mit einer von ihnen, die nicht einmal in meinem Teil des Staates wohnt, bin ich SUPER eng befreundet. Die anderen waren Freund*innen und treffen sich ab und zu zum Essen." (R5)*

Zudem kommen aber auch negative Erfahrungen, die Personen gemacht haben. Nicht nur andere Nutzer*innen haben diese Erfahrungen gemacht, auch Nutzer*innen mit guten Erfahrungen haben negative Erfahrungen gemacht.

„Ich benutze es seit einer Woche ohne jede Reaktion. Zugegeben, ich bin nicht hübsch, aber ich habe eine Menge zu bieten und fühle mich komisch, wenn ich das hier aufbaue. Ich fühle mich ein bisschen wie in der Mittelstufe, aber ich hoffe, dass ich ein paar coole Leute kennenlerne.“ (R4)

"Ich bin zu dem Schluss gekommen, dass die meisten Leute dort sind, um Langeweile zu vertreiben und nicht wirklich auf der Suche nach einem Freund sind. (...) Es ist kein hoffnungsloser Fall, aber es ist wirklich ein Zahlenspiel." (R8)

Durch die Erfahrungsberichte können Nutzer*innen nicht nur positive und negative Erlebnisse teilen, sondern auch Tipps und Ratschläge für Erfolge für zukünftige Nutzer*innen vorschlagen.

*“Treffen funktionieren viel besser, zumindest sehe ich Leute, spreche mit ihnen, habe mindestens eine*n Freund*in gefunden und man weiß, wenn Leute irgendwo auftauchen, haben sie zumindest ein gewisses Engagement und eine gewisse Verfügbarkeit.” (R2)*

*“Es braucht auf jeden Fall etwas Ausdauer und Pflege, um Freund*innen auf bff zu finden. Ich hatte viel mehr Glück in einem kleineren Ort mit Standortpräferenzen auf 1*

Meile eingeengt. Ich würde nur einmal am Tag wischen ~10 min und alle Matches anschreiben, ich nutze einige offene Frage. Auch wenn ein Gespräch schwand, würde ich meine Nummer weitergeben. (...) Die langanhaltenden Freundschaften entstanden dadurch, dass ich ein gemeinsames Hobby fand, das ich oft mit ihnen ausübte.” (R6)

“Es ist hit or miss, aber ich denke, es lohnt sich, es zu einer anderen Jahreszeit oder in einem anderen Monat oder so zu versuchen. Vor allem, weil ich in meiner Stadt keine besseren Möglichkeiten finde lol.” (R12)

Die Analyse der Online-Erfahrungsberichte zu Bumble BFF zeigt drei Haupttypen von Nutzererfahrungen:

Die Erfolgreichen: Diese Nutzer*innen lernen schnell neue Leute kennen und können bald Freundschaften aufbauen. Ihr Ziel ist es nicht, viele, sondern einige gute Freund*innen zu finden. Sie sind erfolgreich darin, andere auszuwählen und mit ihnen zu kommunizieren (R5, R6, R10, R12).

Die Unglücklichen: Diese Nutzer*innen verwenden Bumble BFF schon eine Weile, sind aber nicht erfolgreich. Sie lassen sich in zwei Gruppen einteilen: diejenigen, die die Nutzung der App aufgegeben haben, und diejenigen, die noch Hoffnung haben und weiterhin versuchen, Freund*innen zu finden. Diese Nutzer*innen teilen online mit, warum sie schlechte Erfahrungen gemacht haben. Ihre Begründungen können sowohl als Ratschläge als auch als Warnungen vor der Nutzung von Bumble BFF verstanden werden (R2, R3, R4, R7, R9, R14).

Die Kombination: Die meisten Nutzer*innen machen sowohl positive als auch negative Erfahrungen. Es ist selten, dass mehrere neue Freundschaften geschlossen werden; oft betonen die Nutzer*innen, dass sie ein oder zwei Freund*innen gefunden haben, mit denen sie eine echte Beziehung aufbauen konnten (R1, R8, R11).

Ein häufig angesprochenes Thema ist der hohe Zeitaufwand, der mit der Suche nach Freundschaften auf Bumble BFF verbunden ist. Es ist notwendig, direkt zu sein, Gespräche zu beginnen und diese kontinuierlich fortzuführen. Viele Nutzer*innen sind der Meinung, dass die App das Schließen neuer Freundschaften nicht unbedingt erleichtert, sondern lediglich mehr Optionen für das erste Kennenlernen bietet. Glück und Zeit spielen also eine wichtige Rolle bei der erfolgreichen Nutzung von Bumble BFF.

„Es ist kein hoffnungsloser Fall, aber es ist wirklich ein Zahlenspiel.“ (R8)

“(…) Es kann also funktionieren, aber es braucht sicher Zeit.” (R1)

“Wie auch immer, es ist ein Zahlenspiel.” (R11)

*“Es braucht Zeit, aber ich denke, es lohnt sich, wenn man nur eine*n gute*n Freund*in hat.” (R14)*

Einige empfehlen anderen Nutzer*innen selektiv zu sein mit ihren Kriterien und welche Personen sie dann nach rechts wischen, um hoffentlich ein Match zu generieren.

“Ich stelle drei Fragen, in der Regel zu den Interessen im Profil oder zum Lieblingsfilm, und wenn jemand diese drei Fragen beantworten kann, lade ich sie/ihn zu einem persönlichen Treffen ein.” (R11)

“Sei wählerisch, ich wünschte, ich wäre von Anfang an wählerischer gewesen.” (R 10)

Die Nutzer*innen teilen online teilweise ihre Gründe für die Nutzung von Bumble BFF mit. Diese scheinen unterschiedlich zu sein, haben aber eine Gemeinsamkeit. Alle wollen neue Leute kennenlernen. Ob diese Personen auf der Suche nach intimen und engen Freundschaften sind oder “nur” nach anderen Menschen, mit denen sie ab und zu Zeit verbringen können, kann an dieser Stelle nicht geklärt werden. Dies wird im Rahmen der Leitfadeninterviews vertieft.

Die Online-Inhaltsanalysen sowie die Ethnografie bieten vorerst eine gute Grundlage, um ein erstes Verständnis für die Nutzer*innen der App Bumble BFF zu generieren, sie besser zu verstehen. Daraus lassen sich bereits erste Kategorien bzw. Aspekte für die Erstellung der Leitfadeninterviews ableiten:

Tabelle 7: Kategoriebildung für den Interviewleitfaden

Gründe der Nutzung	Nutzungsdauer	Erfahrungstyp(en)	Auswahl-Kriterien	Kommunikationsprozess
Profilardarstellung/ Selbstdarstellung	Nutzungsziele	Empfehlung/ Tipps	Wünsche/ Verbesserungen	Nutzungsstatus (aktiv/ inaktiv)
Aufwandsempfinden	Glücksempfinden	Positive Erlebnisse	Negative Erlebnisse	Verweildauer in der App
Emotionale Auswirkungen	Zahlungssysteme	Zusätzlich: Themen	Kommunikations- erlebnisse	Erstellungsprozess
Gedankengänge / emotionales Empfinden	Freundschaft			

Nach der ersten Testrunde des Fragebogens sind weitere Kategorien aufgekommen: Kommunikationserlebnisse, Erstellungsprozess, Gedankengänge/emotionales Empfinden, Freundschaft. Diese 22 Kategorien bilden eine gute Basis für eine erste Forschung in diesem Bereich. Die detaillierte Auflistung der gebildeten Kategorien und deren Definition finden sich im Anhang im Codebuch.

8.3 Interviewanalyse

Im Folgenden wird dargelegt, wie der Prozess der Erstellung der Kategorien vonstattenging, wie die Analyse der Interviews durchgeführt wurde und welche Ergebnisse sich daraus ableiten lassen.

8.3.1 Entwicklung des Kategoriensystems

Wie in Tabelle 8 dargestellt, wurden diese Kategorien zur Erstellung des Interviewleitfadens auch teilweise zur Erstellung des Kategoriensystems herangezogen. Im Rahmen der Arbeit mit MAXQDA, dem Codieren und der Anpassung wurde das Kategoriensystem kontinuierlich modifiziert. Das Kategoriensystem wird im Folgenden in Tabelle 8 dargestellt. Im Laufe des Codierungsprozesses wurden die Kategorien 3.3, 3.4, 4.1., 5.1.1, 5.1.2, 9. und 9.2. hinzugefügt.

Tabelle 8: Kategoriensystem

1 Blumen am Wegesrand	5.3 Nutzungsdauer
2 Demographie	5.4 Nutzungsstatus
2.1 Geschlecht	5.5 Verweildauer
2.2 Alter	5.6 Zahlungssysteme
2.3 Herkunft	6 Selbstdarstellung
2.4 Wohnort	6.1 Selbstbeschreibung
2.5 Ausbildung	6.2 Profil Erstellungsprozess
2.6 Berufstätigkeit	6.3 Gedankengänge/emotionales Empfinden
2.7 Anstellungsart	7 Nutzungserfahrung
3 Freundschaft	7.1 Erfahrungen
3.1 Definition	7.1.1 Negative Erfahrungen
3.2 Freundeskategorien	7.1.2 Positive Erfahrungen
3.3 Soziales Verhalten und Umfeld	7.2 Emotionale Auswirkungen
3.4 Freundschaftsschließung	7.3 Aufwandsempfinden
4 Onlinefreundschaften	8 Diffusion
4.1 Freundschaft über Bumble BFF	8.1 Empfehlungen / Tipps
4.2 Unterschiede online vs. offline	8.2 Wünsche / Verbesserungen
5 Nutzungsverhalten	9 Kommunikationsprozess
5.1 Gründe der Nutzung	9.1 Auswahl-Kriterien
5.1.1 Externe Beeinflussung / Gründe	9.2 Kommunikationsumfeld (Wechsel)
5.1.2 Persönliche / interne Gründe	9.3 Kommunikationserlebnisse
5.2 Nutzungsziele	9.4 Themen
5.2.1 Erreichte Nutzungsziele	9.5 Treffen

8.3.2 Analyse und Ergebnisse der Interviews

Die Analyse der Forschungsergebnisse erfolgte mittels einer doppelten Strukturierung, welche in einer inhaltlichen Matrix abgebildet wurde. Die Matrix ist in Zeilen für die interviewten Personen und Spalten für die Kategorien bzw. Subkategorien der Themen gegliedert. Innerhalb der Matrix werden codierte Interviewsegmente einer Person zu einer spezifischen Kategorie oder Subkategorie in jeder Zelle dargestellt. Die strukturierte Vorgehensweise ermöglichte eine detaillierte, kategorien- und themenorientierte Analyse, bei der Textsegmente zu bestimmten Themen über alle Interviewten hinweg gesammelt und interpretiert werden. Im Rahmen einer detaillierten Untersuchung eines Themas werden sämtliche codierten Segmente einer Kategorie oder Subkategorie aller Teilnehmerinnen zusammengetragen. Dies ermöglichte eine umfassende Betrachtung und Analyse der gesammelten Daten. Besonderes Augenmerk gilt der ganzheitlichen Betrachtung der Kategorie und ihrer Subkategorien, der Identifikation von Einzelmeinungen sowie der Analyse möglicher Erklärungen für diese Standpunkte. Ein wichtiger Zwischenschritt in diesem Prozess war die Erstellung fallbezogener thematischer Zusammenfassungen, welche auf den vorangegangenen Codierungen basierten. Die Zusammenfassungen zielen darauf ab, Redundanzen zu minimieren und weniger relevante Aussagen zu eliminieren. Dazu werden die Aussagen zu einem bestimmten Thema für jedes Interview kompakt paraphrasiert und zusammengefasst (Kuckartz & Rädiker, 2023, S. 79-85).

8.3.2.1 Freundschaft

a. Definition

Die Definition von Freundschaft ist abhängig von der jeweiligen Perspektive und Erfahrung. Grundsätzlich lässt sich Freundschaft als eine Beziehung definieren, in der man gerne Zeit miteinander verbringt und sowohl schöne als auch schwierige Momente teilt. Es handelt sich um eine Verbindung, die auf Vertrauen, Verlässlichkeit und gegenseitiger Unterstützung basiert. Eine gute Freundin bzw. ein guter Freund zeichnet sich dadurch aus, dass sie bzw. er eine Person ist, der bzw. dem man sich öffnen und bei der bzw. dem man sich selbst sein kann, ohne Angst vor Verurteilung zu haben. Die Intensität und die gemeinsamen Erlebnisse sind entscheidender als die Dauer einer Freundschaft. Auch über große Distanzen hinweg kann eine Freundschaft gepflegt werden, sofern beide Parteien dies wünschen und entsprechende Ressourcen aufwenden. Freundschaften können in ihrer Ausgestaltung von oberflächlichen Bekanntschaften bis zu tiefen, lebenslangen Bindungen variieren. In diesem Kontext sind insbesondere Vertrauen und Beständigkeit von zentraler Bedeutung. Manche Menschen zögern, eine andere Person als „echte*n Freund*in“ zu bezeichnen, da dies ein hohes Maß an Vertrauen erfordert. Vertrauen und

Beständigkeit sind wesentliche Faktoren, jedoch kann auch in kurzer Zeit eine enge Freundschaft entstehen, abhängig davon, ob die Beziehung oberflächlich bleibt oder tiefer geht. Manche Freundschaften bestehen über einen langen Zeitraum und bleiben sporadisch in Kontakt, wobei die gegenseitige Unterstützung und das Gefühl der Sicherheit im Vordergrund stehen. Alle Teilnehmerinnen (sechs von sechs) sagten aus, dass Freundschaften nicht erzwungen werden können.

„Für mich hat Freundschaft viel mit Verlässlichkeit zu tun. Also wenn ich mich auf jemanden verlassen kann bzw. Freundschaft ist für mich immer ein Geben und Nehmen. Ich weiß, einerseits bin ich immer für die Person da und die Person ist auch für mich da“ (Interview_I4_Iris, Pos. 7).

„Nein, muss nicht sein [lange Dauer einer Freundschaft], aber es kommt immer drauf an, es gibt Leute wo, die tun dann nach schon kurzer Zeit immer gern was mit dir, aber das ist immer nur so oberflächlich und da geht nix tiefgründigeres oder so 'ne Sache. Es ist schwierig zu erklären, aber es kann auch in kurzer Zeit eine gute Freundschaft entstehen (...)“ (Interview_Corinna_I2, Pos. 15).

„Eine gute Freundin oder ein guter Freund ist für mich jemand, auf den man sich verlassen kann. Was ich sehr oft erlebt habe, ist, dass Freunde oft da sind, wenn es einem immer gut geht und es Spaßig ist und so und ich schätze es halt auch sehr, wenn die Person auch noch da ist, wenn es einem Mal nicht so gut geht. Also auch in schweren Zeiten für jemanden da sein. (...) Also auf jeden Fall eben Zuverlässigkeit, füreinander da sein, aber eben auch Spaß haben. Also so ein Mix aus allem (...)“ (Interview_I6_Mariam, Pos. 13).

b. Kategorien

Die Analyse offenbart, dass Freundschaften unterschiedliche Ebenen oder Kategorien aufweisen können. Einige Freundschaften basieren auf gemeinsamen Gruppenaktivitäten, während andere auch Raum für individuelle Unternehmungen lassen. Die Intensität der empfundenen Gemeinsamkeit wird bei gemeinsamen Aktivitäten zu zweit als höher wahrgenommen. Des Weiteren lassen sich Unterschiede in der Informationsweitergabe an bestimmte Freunde feststellen. Im Folgenden werden verschiedene Freundeskategorien erörtert, die nicht immer klar voneinander abgegrenzt werden können. Eine Person kann gleichzeitig mehreren Freundesgruppen angehören. Die Begegnung der Gruppen kann zu Spannungen führen, da die

Personen einander nicht mögen oder sich nicht verstehen. Es besteht die Möglichkeit, dass bestimmte Freund*innen sich für bestimmte Aktivitäten eignen, jedoch weniger für andere. Des Weiteren werden die Unterschiede zwischen oberflächlichen und engen Freundschaften erörtert. Oberflächliche Freundschaften bieten zwar Vergnügen, können jedoch nicht immer auf Unterstützung zählen.

„(...) Ich würde zum Beispiel sagen, ich glaube, was viele vielleicht haben sind es gibt so Leute, mit denen machst du was in Gruppen und dann gibt es aber noch mal Leute, mit denen ich halt auch alleine triffst. Also ich finde, du kannst auch mit Leuten befreundet sein, mit denen du aber eigentlich eher wirklich nur so mit mehreren was machst. Und ich finde es halt schon noch mal intensiveres Level mit den Personen von diesen Leuten, wo du auch alleine was unternehmen würdest. Also zu zweit jetzt konkret. (...) Ja, es gibt schon auch mal Unterschiede, wem man jetzt was erzählt. (...) Ich würde das als Ausschlaggebendes so betrachten eigentlich“ (Interview_II_Lisa, Pos. 9).

„(...) Also ich hatte das ganz lange so, dass ich so sehr viele Freunde in verschiedenen Kategorien hatte. Und mittlerweile habe ich mich irgendwie von so eher oberflächlicheren Freundschaften mich distanziert. (...) Weil es dann eben so Sachen gegeben hat wie eben ja, wenn es einem nicht gut geht, dann ist es der Person egal oder so was in die Richtung. Also nein, zurzeit nicht. Es war eine Zeit lang so, dass es so Freunde gegeben hat, mit denen ich fortgegangen, bin von der Uni aus, und die ich dann halt schon länger kenne. So in die drei Kategorien hätte ich das jetzt eingeteilt. Ja, aber mittlerweile würde ich sagen, dass keiner mehr in irgendeine Kategorie reinfällt, sondern dass ich mit meinen Freunden, die ich jetzt habe, so alles machen kann und überall so ein bisschen einordnen kann“ (Interview_I6_Mariam, Pos. 21).

Es wird betont, wie wichtig es ist, diese Kategorien zu erkennen und zu schätzen, um in verschiedenen Situationen die richtigen Freund*innen zu haben. Wenn die Zeit knapp wird, konzentriert sich die Person auf enge Freundschaften, mit denen man alles machen kann. Die Veränderungen in Freundschaften, die mit dem Beziehungsstatus einhergehen, werden ebenfalls hervorgehoben. Jessica (IP5) stellte fest, dass sie außerhalb ihrer Beziehung kein erfüllendes Freundschaftsnetzwerk hatte, das ihr erfüllende Gespräche und Unterstützung bieten konnte.

„(...) Aber nicht etwas, was mich erfüllt, [Freundschaftsnetz während ihrer Beziehung], also diesem, (...) tiefere Gespräche, wo es nicht darum geht, ob man sich jetzt eine Ölpumpe ins neue Haus baut. Oder wie man die Küche ausstattet, oder wann man jetzt schwanger werden will oder auch Hauskredite. Es waren zwar Freundschaften da, Bekanntschaften da aber die mir nicht, dass gegeben haben, was ich gebraucht habe oder was ich wollte von einer Freundschaft.“ (Interview_I5_Jessica, Pos. 31)

Schließlich wird auf die persönliche Entwicklung in Bezug auf Freundschaften eingegangen.

Iris (IP4), Jessica (IP5) und Mariam (IP6) haben sich von oberflächlicheren Freundschaften distanziert und schätzen nun mehr tiefere, bedeutungsvolle Beziehungen. In der Vergangenheit gab es Situationen, in denen oberflächliche Freund*innen nicht für sie da waren, wenn es ihnen schlecht ging. Im Gegensatz dazu haben sie nun Freund*innen, mit denen sie alles machen können und die sie nicht mehr in Kategorien einteilen.

„Ich muss tatsächlich sagen, meine engen Freunde dort gar nicht [Kategorien]. Klar, mit der einen Person machst du vielleicht eher das, dann gehst du eher frühstücken, mit der anderen gehst du eher was trinken. Aber grundsätzlich ist mir eigentlich bei Freundschaften schon wichtig, dass man nicht nur diese eine Sache mit der Person machen kann, sondern auch abends weggehen kann, dann Museum gehen kann. Ähm, also das ist bei meinen guten Freunden eigentlich bei allen der Fall. Das ist schon eher allumfassender, als nur eine unterschiedliche Kategorie und das ist dann eher eine Bekanntschaft für mich als eine Freundschaft. Das heißt bei Bekannten oder so, dass ich mich jetzt nicht so guten Freunden oder Freundinnen sagst ja okay, dann machst du halt nur ein paar Sachen mit denen. Aber bei engen Freundschaften, so machst du eigentlich alles. Ja, wobei ich auch sagen muss, dass früher ja okay, aber mittlerweile. Ich glaube, es ist auch so ein Ding, je weniger Zeit man hat, setzt man seine Prioritäten anders und mittlerweile ist es schon der Fall, dass ich eigentlich mich eher auf die Leute konzentriere oder hauptsächlich mit denen Zeit verbringen, wo man dann tiefe Bindungen hat, mit wem man alles macht. Anstatt jetzt die Leute mit die man weiß ich nicht, mit denen man dann vielleicht nur weggehen kann oder nur irgendwie sich mal zum Frühstück trifft. Also ja kann sagen, hat sich vielleicht auch viel verschoben durch dieses, man hat weniger Zeit“ (Interview_I4_Iris, Pos. 15).

c. Soziales Verhalten & Umfeld

Die Berichte spiegeln die Vielfalt der sozialen Bindungen der Befragten wider. Es konnten langjährige Freundschaften identifiziert werden, die bereits seit der Schulzeit oder sogar noch länger gepflegt werden. Diese Beziehungen werden als besonders bemerkenswert erachtet, da sie trotz räumlicher Distanz regelmäßige Treffen organisieren und sogar gemeinsame Urlaube verbringen. Einige der Befragten haben sogar beste Freundinnen über das Internet kennengelernt, was verdeutlicht, dass auch digitale Beziehungen eine hohe Bindungskraft entwickeln können.

„Also ich habe eigentlich tatsächlich schon immer quasi eine beste Freundin gehabt. Das ist ja auch noch mal ein anderes Level, so gesehen. Dann gibt es Schulfreunde, die gibt es bei mir tatsächlich auch noch, wo ich sehr glücklich drüber bin, weil das halt auch nicht so üblich ist. Wir haben jetzt tatsächlich vor bald elf Jahren Matura gemacht. Und eigentlich ist es ja sehr üblich, dass man sich dann eher aus den Augen verliert. Und das ist bei uns zum Beispiel gar nicht so, also wir sind wirklich noch sehr, sehr gut befreundet. [...] Wir haben jetzt Silvester zusammen verbracht. Wir fahren dieses Jahr zusammen in den Urlaub. (...) Die würde ich auch sehr, sehr gute Freunde bezeichnen. (...) Also du merkst es im Urlaub, ob man sich gut versteht, aber ich finde es halt auch schon bemerkenswert, dass wir es hinbekommen haben, jetzt mit sieben Leuten aus vier Ländern und fünf Flughäfen oder so einen gemeinsamen Urlaub zu buchen (...)“
(Interview_II_Lisa, Pos. 15).

Des Weiteren offenbaren die Berichte eine Reihe von sozialen Verhaltensweisen und Präferenzen bei den Befragten. Zwei der Befragten (Corinna, Jessica) geben an, Phasen zu erleben, in denen sie viel unternehmen und sich mit vielen Freund*innen treffen, während sie sich in anderen Phasen lieber zurückziehen und Zeit allein verbringen. Dennoch lässt sich eine hohe Bereitschaft erkennen, auf andere Menschen zuzugehen und Gespräche zu führen, insbesondere wenn sie sich wohlfühlen. Darüber hinaus wird ersichtlich, dass die Befragten zügig neue Kontakte knüpfen, jedoch zunächst eine gewisse Zurückhaltung an den Tag legen, was den eigenen emotionalen Ausdruck betrifft. Die Befragten benötigen Zeit, um Vertrauen aufzubauen und ihre sozialen Kreise zu erweitern. Sie begründen ihr Verhalten damit, dass sie in der Vergangenheit enttäuscht wurden oder Angst haben, verletzt zu werden. Trotz dieser Vorsicht schätzen sie die Vielfalt ihrer sozialen Beziehungen und sind offen für neue Erfahrungen. Die Interviewpartnerinnen zeigen die Bereitschaft, verschiedene Personen in unterschiedlichen Situationen kennenzulernen, um ein umfassenderes Verständnis für die menschliche Natur zu entwickeln. Auch durch Auslandsaufenthalte entstehen Freundschaften, die sich über einen langen Zeitraum bewähren.

Hinsichtlich der Anzahl der Personen, die von den Teilnehmenden als enge Freund*innen bezeichnet werden, wird von allen eine Zahl zwischen vier und sechs genannt.

„Ich muss sagen, ich habe echt viele so gute Freunde, vor allem halt auch durch viele Auslandsaufenthalte. Würde ich sagen, ich hab‘ einfach viel so wirklich gute Freundschaften geschlossen, mit denen ich auch einfach viel Spaß hab. Wo ich halt auch noch nicht so richtig weiß, ob ich mich 100 % auf die verlassen kann und dann viele, die dann wirklich aus der Heimat sind oder aus meinem Studium in den USA, mit denen ich einfach viel mehr Zeit verbracht habe, würde ich sagen so wirklich, ja, fünf, sechs. Eine Handvoll, auf die ich wirklich, wo ich weiß, auf die kann ich wirklich immer zählen und das sind so meine engsten dann.“ (Interview_I3_Katharina, Pos. 15)

d. Freundschaftsschließung

Die Bildung von Freundschaften kann auf unterschiedlichen Wegen erfolgen. Dazu zählen beispielsweise die gemeinsame Ausübung von Tätigkeiten, die beide Personen interessieren, die Teilnahme an gemeinsamen sozialen Ereignissen oder die Nutzung von Online-Plattformen und sozialen Medien. Es ist von entscheidender Bedeutung, Menschen zu finden, die ähnliche Interessen und Werte teilen, um eine tiefgreifende und langanhaltende Freundschaft aufzubauen. Es ist von Bedeutung, sich Zeit zu nehmen, um eine Person kennenzulernen und verschiedene Situationen mit dieser Person zu erleben. Online-Plattformen und soziale Medien können ebenfalls zur Kontaktaufnahme mit potenziellen Freund*innen dienen. Es muss jedoch berücksichtigt werden, dass die Kommunikation in Online-Interaktionen authentisch und ehrlich sein muss. Vertrauen stellt dabei einen wichtigen Faktor dar, da eine Fokussierung auf die richtigen Menschen sowie eine Vermeidung von Überanstrengung von entscheidender Bedeutung sind. Des Weiteren ist es von Bedeutung, sich auf die gemeinsame Werte sowie den Humor zu fokussieren. Soziale Unterschiede können den Aufbau neuer Freundschaften beeinflussen. Während einige Menschen eher zu oberflächlichen Gesprächen neigen, sind andere hingegen offen für neue Bindungen. Faktoren wie das Alter, die Herkunft der Personen, ihre Erlebnisse und ihr Verhalten beeinflussen die Freundschaftsschließung.

„Hmmm ich bin halt ein Mensch, ich schaue am Anfang immer so ein bisschen, also ich lasse immer ein bisschen Zeit vergehen. Damit ich die Person einfach in verschiedenen Situationen erlebe, sage ich jetzt mal. Ähm, ja, ich würde schon sagen, dass es wichtig ist, aber es sagt auf jeden Fall nichts über die Qualität aus und wie lange ich eine Person,

also wie gut eine Person, also wie gut ich mit einer Person befreundet bin. Es geht dann halt eher darum, dass ich wirklich das Vertrauen aufbauen muss.“
(Interview_I6_Mariam, Pos. 19)

(...) aber durchs Internet kann man auch sehr gut natürlich und sehr leicht Freundschaften knüpfen. Ansonsten ja durch die Arbeit. Arbeit, das verbindet auch immer sehr. Und zwei meiner besten Freunde sind tatsächlich auch ehemalige Arbeitskolleginnen. Ähm, ja, ich finde, das ist sehr verbindend gerade. Also. Wenn man sich gut versteht, auf jeden Fall. Aber auch, wenn zum Beispiel der Arbeitsplatz nicht so toll ist. Ja klar. Sonst gibt es natürlich noch so aus Hobbys oder Vereinen oder so was. Aber das ist jetzt glaube ich bei mir eigentlich eher nicht. Nein, gibt es bei mir eigentlich eher nicht.“ (Interview_II_Lisa, Pos. 21)

8.3.2.2 Online-Freundschaften

Online-Freundschaften können durch gemeinsame Interessen und Plattformen wie Instagram, Facebook und WhatsApp entstehen. In Gruppen wie "Neu in Wien" oder "Mädels in Wien" können sich Menschen verabreden und gemeinsam etwas unternehmen. WhatsApp Gruppen können dabei sehr aktiv und engagiert sein, wobei es jedoch eher um die Unternehmung als um die Person geht. Bei Bumble hingegen steht die Person im Vordergrund und es geht darum, gemeinsam etwas zu unternehmen. Es ist möglich, durch das Internet gute Freund*innen zu finden, wie es die Erfahrung einiger Teilnehmerinnen zeigt, die ihre besten Freund*innen bereits online kennengelernt haben (Lisa, Iris, Jessica).

e. Freundschaft über Bumble BFF

Die Nutzung von Bumble BFF wird als Möglichkeit betrachtet, neue soziale Kontakte zu knüpfen und dadurch möglicherweise Freundschaften zu schließen. Der Fokus liegt dabei auf der Begegnung mit Personen, mit denen eine positive Interaktion zu erwarten ist. Wie beim Dating besteht auch bei Bumble BFF die Möglichkeit, dass sich aus einer oberflächlichen Bekanntschaft keine echte Freundschaft entwickelt. Die Herausforderung besteht darin, das richtige Maß an Kommunikation zu finden, ohne dabei aufdringlich zu wirken. Es besteht nach einem ersten Treffen Unsicherheit darüber, ob sich eine weitere Kontaktaufnahme lohnt. Dennoch lassen sich Erfolgsgeschichten finden, in denen sich bereits nach dem ersten Treffen eine enge Freundschaft entwickelt hat. Als wesentlicher Faktor wird die Schwierigkeit der Überwindung von Oberflächlichkeit angeführt.

„Aber ich finde halt das Schwierige bei dieser App oder generell auch jetzt Freundschaften zu schließen, über diesen Punkt hinauszukommen, dass es nicht mehr so oberflächlich ist. Also ja, es ist, glaube ich, ein bisschen schwierig, weil man weiß, halt auch nicht, wie man sich verhalten soll. Es ist wirklich relativ ähnlich zum Dating. Du weißt nicht, wie viel du der Person jetzt schreiben kannst, ohne dass du mega aufdringlich oder komisch vielleicht drüber kommst. Ähm, ja. Deshalb ist es immer so ein bisschen schwierig, über diesen, über diese oberflächliche Bekanntschaft hinauszukommen, dass es dann wirklich auch Freundschaft nennen kannst.“ (Interview_II_Lisa, Pos. 49)

Die Evaluation der Erfahrungen mit Bumble BFF fällt insgesamt positiv aus. Die App ermöglicht eine entspannte Kontaktaufnahme mit anderen, wobei der Fokus auf einer schnellen und ästhetisch ansprechenden Kommunikation liegt. Ziel ist es, gegenseitige Sympathie zu ermitteln und auf dieser Basis eine langfristige Beziehung aufzubauen. Persönliche Treffen sind von größerer Bedeutung als das Schreiben, um authentische Verbindungen aufzubauen. Einige der engsten Freundschaften wurden über die App geschlossen, was die Effektivität der Plattform als Instrument zur Begegnung mit Menschen unterstreicht, die im realen Leben möglicherweise nicht in Kontakt gekommen wären. Bumble BFF wird als vielversprechende Möglichkeit erachtet, neue Freundschaften zu knüpfen, da die Nutzer*innen offen sind und gezielt nach Freundschaften suchen.

„Ähm, aber bei Bumble weiß man auch, dass beide irgendwie auf der gleichen Suche nach einer richtigen Freundschaft sind. Ja, und ich glaube eigentlich, über beide Wege kann man letztendlich Freundschaften schließen. Aber wenn man sich persönlich trifft. Ich glaube, das ist einfach nur schreiben. So nicht. Aber wenn man sich persönlich trifft, ja“ (Interview_I3_Katharina, Pos. 122)

„Also wenn man gemerkt hat, dass das Interesse nur von beiden Seiten kommt und man irgendwie so einen Gesprächsfluss hat, aber so, dass man richtig sagen kann, ja, man könnte sich verstehen, da hätte ich wirklich mehr den schreiben müssen. Ich glaub, ich glaube, ich würde mich auch viel schneller. Also ich glaube es besser, sich relativ schnell zu treffen und gar nicht so viel Zeit zu investieren, mit so vielen verschiedenen vielleicht zu schreiben und so lange zu schreiben und dann sagt es doch nix. Und wenn man sich dann sieht, sondern vielleicht so ein paar Sachen schreibt und dann sagt wir wollen wir

uns mal sehen, dann sieht man ja eigentlich relativ schnell, ob es klappen könnte oder gar nicht“. (Interview_13_Katharina, Pos. 100)

f. Unterschiede online vs. offline

Die Digitalisierung hat das Knüpfen neuer Kontakte erheblich erleichtert, insbesondere für Menschen, die in neue Städte ziehen und Schwierigkeiten haben, neue Freundschaften zu schließen. Im Vergleich zu Bumble BFF kann es im realen Leben schwieriger sein, neue Freund*innen zu finden, da man oft nicht weiß, ob die Person Interesse an einer Freundschaft hat oder bereits über einen etablierten Freundeskreis verfügt. Das Verfassen von Nachrichten in Online-Apps kann dazu beitragen, eine offenere Kommunikation zu fördern und ein besseres Verständnis für die Interessen und Präferenzen der anderen Person zu entwickeln.

*„Aber es war eigentlich alles richtig gut und hat mir damals auf jeden Fall auch sehr geholfen, weil ich glaube, wenn man in eine neue Stadt zieht, dann ist man immer sehr verloren am Anfang erst mal und denkt sich halt aus Oh Gott, wie soll ich hier überhaupt irgendwen kennenlernen? Ich meine, wir haben da schon sehr, sehr Glück wie gesagt, in Zeiten der Digitalisierung und so. Weil ja, wenn man jetzt nicht so ein Vereinsmensch ist oder so, fällt das halt schon mal flach. Schule gibt's nicht. Studium gibt es jetzt bei mir auch nicht mehr und als ich hier angefangen habe zu arbeiten, war halt der Altersdurchschnitt auch eher so Ü50. Sprich wenn du halt auch auf der Arbeit niemanden kennlernst, dann wird es halt schon schwierig und dann bleiben dir halt quasi nur noch solche Apps oder so und das hat mir jetzt damals extrem geholfen (...)“
(Interview_11_Lisa, Pos. 133)*

Die Ablehnung im echten Leben wird oft als belastender empfunden als auf einer Online-Plattform wie Bumble BFF, da die Möglichkeit besteht, sich hinter dem Handy zu verstecken und Chats zu löschen oder zu melden. Dennoch kann das erste Treffen sowohl online als auch offline mit Unbehagen verbunden sein, da die Beteiligten sich in der Regel nur von Fotos kennen und sich zum ersten Mal persönlich begegnen. Obgleich keine signifikanten Unterschiede zwischen den beiden Kennenlernmethoden auszumachen sind, kann die gesellschaftliche Wahrnehmung divergieren. Die Erkenntnis, dass sich zwei Personen online kennengelernt haben, führt bei vielen Menschen zu Überraschung oder sogar Schock. Beim Online-Kennenlernen ist es erforderlich, eine aktivere Rolle einzunehmen, um die Beziehung aufrechtzuerhalten, da die gemeinsamen Interessen und sozialen Kreise nicht automatisch denen entsprechen, die offline geteilt werden.

Dennoch kann es in einer neuen Stadt ungewohnt sein, eine Person auf der Straße anzusprechen, während es online einfacher ist, eine Person zu treffen, die ebenfalls aktiv nach neuen Kontakten sucht. In der Gesamtschau lässt sich vermerken, dass sowohl beim Online- als auch beim Offline-Kennenlernen Vor- und Nachteile bestehen. Letztlich ist die Eignung der jeweiligen Methode von der Person sowie der jeweiligen Situation abhängig.

*„(...) Das einzige, was mir vielleicht schon aufgefallen ist, dass ich glaube, es hat niemand jetzt irgendwie bewertet oder so, aber ich glaube, es wird anders von den Leuten wahrgenommen, weil so viele sind schon immer sehr verwundert oder schockiert, wenn sie erfahren, dass sie Laila und ich uns über Bumble kennengelernt haben.“
(Interview_I4_Iris, Pos. 167)*

*„Ich habe in real life oft das Gefühl, dass es ganz ebenso ist, dass man sie dann, wenn man sie dann freundschaftlich kennenlernt. Das ist ja mal überhaupt dazu kommen muss, erst mal die Daten von einem anderen hat also ebenso Handy Nummer oder irgendwie zum Anschreiben irgendwas oder dass man halt doch nicht immer dann die Bestätigung hat okay, die Person will mich überhaupt oder ist gerade auf der Suche nach Freunden oder so. Und wenn du halt auf Bumble bist, kannst du ziemlich sicher sein, dass die Leute halt so Freundschaften suchen oder halt einfach offen sind, Leute kennenzulernen.“
(Interview_I6_Mariam, Pos. 130)*

„(...) Und bei Bumble ist es dann doch so da ist es dann jemand der von weiß ich nicht ganz so aus einem ganz anderen Kreis kommt ganz woanders wohnt. Und da musst du, glaube ich, viel aktiver dran bleiben.“ (Interview_I4_Iris, Pos. 173)

8.3.2.3 Nutzungsverhalten

g. Gründe der Nutzung

Die Gründe der Nutzung von Bumble BFF sind ganz unterschiedlich. Corinna hatte die App aus vorerst heruntergeladen um Bumble Bizz zu nutzen, hat sich dann aber dazu entschieden die BFF-Funktion zu nutzen. Jessica hatte dahingegen einen feministischen Grundgedanken dazu, welcher sie motivierte, die BFF Funktion über Bumble zu nutzen. In den nächsten Abschnitten werden sich diese Gründe im Detail angeschaut.

h. Externe Beeinflussung

Die Motivation, die hinter der Nutzung von Bumble BFF steht, ist vielfältig. Nutzerinnen haben unterschiedliche Gründe, warum sie die App verwenden, um neue Freundschaften zu finden. Einige Nutzerinnen wurden durch Empfehlungen von Freund*innen oder Mitbewohnerinnen beeinflusst, während andere die App selbst entdeckt haben. Ein gemeinsamer Faktor, der in allen Fällen festgestellt werden konnte, war das Bedürfnis, neue Leute kennenzulernen und ihre sozialen Kreise zu erweitern. Nicht zu vergessen, kannten alle Teilnehmerinnen die Bumble App zuvor rein als Dating-App. Diese wurde von einigen Teilnehmerinnen vor der und teils während der Nutzung der BFF-Funktion auch für das Online-Dating genutzt. In einigen Fällen (Lisa, Katharina, Jessica) wurde die Nutzung der App durch einen Umzug in eine neue Stadt oder das Ende einer Beziehung initiiert. Gründe waren das Gefühl der Isolation und Erweiterung des sozialen Netzes.

„Und da ist es dazu gekommen, dass ich eben halt aus Deutschland nach Wien gezogen bin und hier halt wirklich niemanden kannte. Also ich bin ja damals zu meiner Ex Freund gezogen, aber der ist halt auch nicht viel älter, aber ein paar Jahre älter und hat eher so Zockerfreunde. Sprich ist es ja jetzt nicht automatisch irgendwie was aus seinem Freundeskreis so für mich abgefallen quasi ähm sondern ich musste mir halt eigene Freundschaften suchen.“ (Interview_I1_Lisa, Pos. 33)

„Und vielleicht auch aus dem Grund, dass man dann halt eben nicht nur Leute kennenlernt, die man vielleicht über ein paar Ecken kennt, sondern dass du halt wirklich Leute kennlernst, aus so einem ganz anderen Aspekt. (...) Wirklich, so eine Person, die niemand aus seinem Umfeld kennt, finde ich auch angenehm.“ (Interview_I6_Mariam, Pos. 123)

„Wie es dazu gekommen ist. Also ich war jetzt zweieinhalb Jahre in einer Beziehung und ich habe mich vor über einem Monat getrennt.“ (Interview_I6_Mariam, Pos. 45)

Die Empfehlungen von Freund*innen waren ein ausschlaggebender Faktor bei der Entscheidung, Bumble BFF zu testen. Die positiven Erfahrungen anderer, ermutigten die, es selbst zu versuchen. Die Nutzerinnen erhofften sich, ähnliche Erfolge zu erzielen und langfristige Freundschaften aufzubauen. Dieser Faktor scheint der stärkste Motivator für die Nutzung der App zu sein.

„Also sie hat mir erzählt, dass sie da echt richtig coole Leute kennengelernt hat und mit denen sie auch immer noch in Kontakt ist. Also die wirklich so ganz gute Freundinnen geworden sind.“ (Interview_I3_Katharina, Pos. 55)

„Und eine Freundin von mir hat sich tatsächlich den Account schon 1/2 Jahr davor gemacht und dadurch einen ihrer besten Freundin kennengelernt. Ähm. Und daher kannte ich das auch.“ (Interview_I4_Iris, Pos. 39)

Insgesamt lässt sich festhalten, dass Bumble BFF für Menschen, die sich in neuen Lebenssituationen befinden oder ihr soziales Netzwerk erweitern möchten, eine attraktive Option darstellt. Die App ermöglicht es den Nutzerinnen, auf einfache Weise neue Freundschaften zu knüpfen, insbesondere für diejenigen, die möglicherweise keine traditionellen Methoden zur Kontaktaufnahme mit neuen Personen bevorzugen.

i. Interne Beeinflussung

Die dargestellten Erfahrungen reflektieren einen sozialen Trend, der insbesondere in modernen städtischen Umgebungen zu beobachten ist. Mit zunehmendem Alter gestaltet sich die Neugewinnung von Freundschaften oft schwieriger, was zu einem verstärkten Rückgriff auf digitale Plattformen wie Bumble BFF führt. Diese Entscheidung basiert oft auf der Beobachtung, dass viele Menschen in ähnlichen Lebenssituationen sich dieser Technologie bedienen, was eine Art soziale Norm etabliert. Die Nutzung von Bumble BFF wird auch als eine Form der Unterhaltung und des sozialen Schauens betrachtet, vergleichbar mit anderen beliebten sozialen Medien wie TikTok oder Instagram. Die Entscheidung, Bumble BFF zu nutzen, kann auch als Reaktion auf Lebensereignisse wie eine Trennung verstanden werden. In solchen Fällen kann eine Person erkennen, dass sie zu stark in eine vergangene Beziehung investiert hat und sich nun in einer Phase der Neuorientierung befindet.

„Und mir ist aufgefallen, dass ich einfach sehr viel Zeit in diese Beziehung [mit Ex-Partner] hineingesteckt habe und so ein bisschen Leute kennenlernen außerhalb meiner Bubble, die ich ja eh schon hab so ein bisschen so verlorengegangen ist in den letzten Jahren und ja, deswegen, weil ich so. Irgendwie will ich das ändern. Und ich hatte. Ich hatte Lust auf eben Leute dann kennenzulernen. Also gar nicht so als Lückenfüller oder so, sondern einfach, weil ich bemerkt habe, jetzt wo ich drüber nachdenke, das ist irgendwas, das mir in den letzten zweieinhalb Jahren gefehlt hat, neue Leute kennenzulernen.“ (Interview_I6_Mariam, Pos. 45)

„Aus Langeweile, es ist so wie TikTok, Instagram oder so, einfach nur so zum Schauen, was es gibt (...).“ (Interview_I2_Corinna, Pos. 147)

Die Nutzung von Bumble BFF offenbart die vielfältigen Motivationen und Herausforderungen, denen Menschen bei der Suche nach sozialer Verbundenheit und neuen Freundschaften gegenüberstehen. Die App stellt eine zeitgemäße Antwort auf die komplexen sozialen Dynamiken unserer Gesellschaft dar und ermöglicht es den Nutzer*innen, auf effiziente Weise Verbindungen zu knüpfen, die ihren individuellen Bedürfnissen und Lebensumständen entsprechen. Auch der feministische Aspekt, das „gemeinsame Erleben“ oder „gemeinsame Suchen“ wirkt als intrinsischer Motivationsfaktor zur Nutzung der BFF-Funktion.

„Also ich finde es total cool, dass wir Frauen so offen sagen, auch wenn sie in einer Beziehung sind, auch mit Kindern. Hey, ich suche eigentlich andere Frauen um mich zu connecten oder die schon lange in Wien leben und ich finde das so ehrlich und emotional und offen und dass man diese Verbindung zu euren Frauen sucht, finde ich einfach echt cool. Finde ich sehr feministisch und finde ich einfach schön, so sisterhood mäßig.“ (Interview_I5_Jessica, Pos. 119)

j. Nutzungsziele

Die Nutzung von Bumble BFF als Plattform zur Freundschaftssuche ist facettenreich und wird von verschiedenen Zielen sowie Erwartungen geprägt. Einige Nutzerinnen (Lisa, Katharina, Iris) verfolgen das Ziel, tiefe und bedeutungsvolle Freundschaften aufzubauen, während andere eine flexiblere Haltung einnehmen und offen für lockere Bekanntschaften sind (Corinna, Jessica, Mariam). Obwohl hier eine Trennung ersichtlich ist zwischen den Hauptnutzungszielen, sehnen sich alle Teilnehmerinnen nach einer platonischen, menschlichen Beziehung. Teilnehmerinnen streben bewusst nach engen Bindungen und sehnen sich nach Unterstützung und Verbundenheit. Demgegenüber stehen Nutzerinnen, die weniger konkrete Erwartungen haben und sich lediglich nach Gesellschaft und neuen Bekanntschaften sehnen. Für diese Personen steht der Prozess des Kennenlernens im Vordergrund, wobei sie bereit sind für die Entwicklung einer Beziehung, die von unterschiedlicher Intensität sein kann. Ein wesentliches Merkmal ist jedoch die Suche nach Authentizität und Bedeutung in den entstehenden Beziehungen. Ein wesentlicher Aspekt, der bei der Nutzung von Bumble BFF eine Rolle spielt, ist die Präferenz der Nutzerinnen, potenzielle Freund*innen persönlich zu treffen, um die Chemie und Kompatibilität zu prüfen, anstatt ausschließlich auf virtuelle Interaktionen zu setzen.

„Du eigentlich eher wirklich enge Freundschaften [Suche]. Ich meine, man kann natürlich auch einfach nur Leute einfach nur für Unternehmungen quasi suchen. Du kannst da ja auch recht gut angeben, was du gerne magst und was deine Hobbys oder Interessen sind. Aber ich hätte schon eigentlich am liebsten so einen wirklich so einen Freundeskreis quasi gehabt, also einen engeren Freundeskreis.“ (Interview_I1_Lisa, Pos. 49)

„Es war eher so okay, ich wollte es halt ausprobieren, hatte Lust mich zu treffen und irgendwie. Aber nicht, dass ich, also bin nicht mit Erwartungshaltung reingegangen ok dann entsteht jetzt so eine enge Freundschaft.“ (Interview_I4_Iris, Pos. 155)

„Einfach mal, es war auch in Wien so am Anfang. Okay, dann treffe ich mal, jemanden sitze ich jetzt am Abend nicht allein in der Wohnung. Also gehe ich halt mit jemanden etwas trinken und schaue mir die Person an und rede mit der und schaue, ob die interessant ist oder nicht, aber schon auch um einfach neue Leute kennenzulernen und was zu tun zu haben.“ (Interview_I5_Jessica, Pos. 39)

„Ich hatte Lust eben Leute dann kennenzulernen.“ (Interview_I6_Mariam, Pos. 45)

Insgesamt bietet Bumble BFF eine Plattform für die Vielfalt menschlicher Bedürfnisse nach sozialer Verbundenheit. Die Motivationen und Erwartungen der Nutzerinnen können im Detail unterschiedlicher Natur sein. Der gemeinsame Nenner ist der Wunsch nach Beziehungen mit neuen, fremden Menschen.

k. Erreichte Nutzungsziele

Die Nutzerinnen von Bumble BFF verfolgen unterschiedliche Ziele und Erwartungen bei der Nutzung der Plattform. Einige haben Erfolg und finden die gewünschten Freundschaften, während andere ihre Ziele nicht erreichen, sei es aufgrund fehlender Motivation oder weil ihre Suche nicht den gewünschten Erfolg bringt. In einigen Fällen können Nutzerinnen mehrere Personen finden, mit denen sie gut auskommen und durch die Plattform neue Freundschaften knüpfen. Lisa, Jessica und Mariam geben an, schlussendlich gefunden zu haben, was sie gesucht hatten. Katharina hat Bumble BFF schnell verlassen, daher kam es zu keiner Freundschaft. Corinna und Mariam sind neu bei Bumble BFF und konnten ihre Ziele in der bisherigen Nutzungsziele noch nicht erreichen.

„Hat so mäßig funktioniert bisher. Also doch, es hat eh mit einer Person durch die dann auch noch eine andere kam, funktioniert (...)“ (Interview_I1_Lisa, Pos. 49)

l. Nutzungsdauer

Die Nutzungsdauer definiert den Zeitraum, in welchem die Teilnehmerinnen ihren Bumble BFF Account nutzen oder genutzt haben. Diese sind im Sample sehr unterschiedlich und individuell. Lisa hatte ihren Account seit 2020, 2024 hatte sie die App aber nicht mehr auf ihrem Handy installiert. Iris hat ihren Account im Oktober 2022 erstellt, hat sie aber nur ca. eine Woche aktiv genutzt. Katharina hat die App Ende September 2023 angefangen zu nutzen, direkt nach ihrem Umzug nach Wien, die aktive Nutzungsdauer betrug zwei Wochen und das eher sporadisch. Jessica hingegen hat im April 2023 zum ersten Mal die App genutzt, nachdem es in ihrer Beziehung nicht mehr gut lief. Sie hatte sie in Innsbruck immer mal wieder, aber nicht regelmäßig genutzt, seit ihrem Umzug nach Wien Dezember 2023 wieder häufig. Corinna und Mariam waren zum Zeitpunkt der Befragung neu bei Bumble BFF. Corinna hat die App seit Jänner 2024 und nutzt sie zum Zeitpunkt der Befragung auch aktiv, Mariam hatte die App ca. drei Wochen vor dem Interview heruntergeladen und angefangen zu nutzen, daher auch aktiv zu diesem Zeitpunkt.

„Ähm, ich habe Bumble BFF das erste Mal, das hat jetzt auch mit meiner Ex-Beziehung zu tun, es hat schon letztes Jahr im März gekristelt und er ist dann ausgezogen.“ (Interview_I5_Jessica, Pos. 27)

„Okay, also ich hab‘ den jetzt glaube ich seit zwei oder drei Wochen. Also sehr sehr frisch (...)“ (Interview_I6_Mariam, Pos. 43)

m. Nutzungsstatus

Die Nutzung von Bumble BFF erfolgt bei vielen Nutzerinnen lediglich gelegentlich und nicht durchgehend aktiv. Die Nutzung ist von verschiedenen Faktoren abhängig, darunter der Motivation der Person, ihren Plänen und Lebensumständen. Einige Nutzerinnen verwenden die App sporadisch, mehr aber in den Sommermonaten, wenn sie aktiver sind, während andere Phasen der Inaktivität durchlaufen, beispielsweise im Winter. Es ist möglich, dass die App nicht mehr auf dem Mobiltelefon installiert ist. Einige Nutzerinnen nehmen Pausen von der Nutzung oder haben Phasen, in denen sie ihren Account nicht aktiv nutzen. Die Nutzung von Bumble BFF variiert insgesamt stark zwischen den einzelnen Personen und ist abhängig von individuellen Faktoren wie Motivation, Lebensstil und aktuellen Lebensumständen.

„[Aktive Nutzung] Aktuell nicht so, aber es ist immer so phasenweise, sage ich mal. Also kommt immer drauf an, ich meine, jetzt ist auch Winter, da sind alle nicht so motiviert irgendwie wahnsinnig viel rauszugehen usw. Also ich glaube im Sommer es vielleicht noch mal extremer, wenn man halt einfach draußen was unternehmen möchte. Aber bei mir ist es so phasenweise, also ob ich es benutzte oder nicht, weil es halt schon auch. Wie gesagt ein bisschen Commitment ist. Und ja, ich war auch immer faul auf Dates zu gehen, deshalb bin ich auch faul auf Freundes Dates zu gehen. Deshalb ja gerade aktuell nicht so wahnsinnig aktiv, aber ab und zu immer mal wieder. (...)“ (Interview_II_Lisa, Pos. 37)

„Zwischenzeitlich wieder eigentlich nicht mehr. Nicht mehr so aktiv betrieben, es ist jetzt nur dadurch, dass ich nach Wien gezogen bin, jetzt natürlich wieder mehr.“ (Interview_15_Jessica, Pos. 33)

n. Verweildauer

Die Nutzung von Bumble BFF führt bei einigen Nutzerinnen zu einem Wechsel auf andere Kommunikationsplattformen, insbesondere wenn ernsthafte Absichten für ein Treffen bestehen oder ein Treffen bereits geplant ist. Es gibt Anzeichen dafür, dass die Nutzung von Bumble BFF suchtähnliches Verhalten aufweist. Einige Personen verbringen lange Zeit damit, Profile anzusehen, was zu einer erhöhten Verweildauer auf der App führt, insbesondere wenn sie mehrere Matches haben. Ähnlich wie beim Dating kann das permanente Matchen mit anderen süchtig machen. Um die Zeit auf der App zu begrenzen, verbringen manche Nutzerinnen generell wenig Zeit auf der Plattform. Sie setzen sich zum Beispiel das Ziel, alle Nachrichten auf einmal durchzugehen, wenn sie Zeit dafür haben, oft am Abend. Die Tatsache, dass es drei Tage Zeit gibt, um auf Nachrichten zu antworten, schafft keinen Zeitdruck und ermöglicht es den Nutzerinnen, die App in ihrem eigenen Tempo zu nutzen. Es lässt sich zunächst festhalten, dass die Verweildauer auf der App insgesamt eher kurz ist. Ein Suchtverhalten kann auftreten, welches jedoch schnell unterbunden wird.

„Aber das war halt dann also eigentlich nur woanders hin gewechselt, wenn auch wirklich ernste Absichten für ein Treffen bestanden oder halt ein Treffen schon im Raum stand, dann habe ich halt erst so die Plattform gewechselt.“ (Interview_II_Lisa, Pos. 111)

*„Und ja, es macht auch irgendwie süchtig. Man zieht dann ewig da, so am swipen. Also ich glaube, da kann man schon viel Zeit drauf verbringen und dann, wenn man dann wirklich mehrere Matches hat, dann mit jedem zu schreiben (...)“
(Interview_I3_Katharina, Pos. 124)*

„Da klappere ich sozusagen immer alle Nachrichten auf einmal ab, wenn ich halt wirklich Zeit dafür habe.“ (Interview_I6_Mariam, Pos. 85)

o. Zahlungssysteme

Es konnte festgestellt werden, dass keine der befragten Personen zusätzliche zahlbare Premiumleistungen in Anspruch genommen hat. Die Befragten gaben an, dass sie keinen Bedarf dafür sahen. Sie betrachteten die Standardfunktionen als ausreichend und haben sich nicht weiter damit beschäftigt, wozu diese Premiumleistungen dienen sollen. Auch wenn mehr Geld zur Verfügung steht, sahen die Befragten keine Veranlassung, für diese Leistungen zu bezahlen, weder für Freundschaften noch für Dates.

8.3.2.4 Selbstdarstellung

p. Selbstbeschreibung

Die dargestellten Persönlichkeiten weisen eine Vielzahl von Persönlichkeitsmerkmalen auf, die von introvertiert bis extrovertiert reichen. Ihre Persönlichkeiten sind sehr unterschiedlich und weisen nicht unbedingt viele Gemeinsamkeiten auf. Die Aussagen der Teilnehmerinnen ergeben zusammenfassend, dass die Nutzung von Bumble BFF keine eindeutige Art von Person anzieht. Diesbezüglich geben die Teilnehmerinnen sowohl den Aspekt der Hilfsbereitschaft als auch den der Zuverlässigkeit an. Die Eigenschaften Hilfsbereitschaft, Zuverlässigkeit und Humor manifestieren sich in unterschiedlichen Ausprägungen bei verschiedenen Personen. Sie beschreiben sich als introvertiert und extrovertiert. Es lässt sich keine durchgängige Charakteristik finden. Weiters ist zu berücksichtigen, dass die Beantwortung der Frage, sich selbst zu beschreiben, für alle Beteiligten mit einem gewissen Maß an Unbehagen verbunden war und sie hierfür einen beträchtlichen Zeitraum der Reflexion benötigten.

q. Profilerstellungsprozess

Die Entscheidungen bei der Erstellung eines Profils werden häufig von persönlichen Präferenzen und Motivationen beeinflusst. Corinna entschied sich bewusst gegen die Verwendung standardisierter Profilfragen, da sie diese als langweilig empfindet.

„Es waren Standardfragen, ich mag keine Standardfragen.“ (Interview_I2_Corinna, Pos. 66)

Es wird bevorzugt, individuelle Aspekte der Persönlichkeit hervorzuheben. Andere erstellen ihr Profil eher sporadisch und ergänzen es eventuell zu einem späteren Zeitpunkt mit detaillierteren Informationen sowie zusätzlichen Fotos.

„Ich muss sagen, Ich wollte, also als ich es ausgefüllt habe, wollte ich eigentlich gar nicht so genau über mich erzählen. Ich kann auch nicht sagen warum, vielleicht aus Faulheit. Es hatte keinen bestimmten Grund.“ (Interview_I5_Jessica, Pos. 41)

„Ja, dass also mit den Fotos fand ich echt schwierig, welche man da jetzt auswählt. Ähm, aber ich fands dann. Also ich hab‘ glaub ich ganz am Anfang erst mal nur zwei drei hochgeladen wo ich fand das man mich so ganz gut erkennt. Also so relativ basic Fotos und wie gesagt hab alles so relativ sporadisch ausgefüllt. Zuerst mal die ersten Infos über mich und dann, wo ich gesehen habe, was andere so hochgeladen haben. Auch an Fotos und an Text hab‘ ich dann auch ähm paar mehr Fotos hochgeladen und auch was ich ganz cool finde ich.“ (Interview_I3_Katharina, Pos. 71)

Katharina und Lisa berichteten, dass sie Schwierigkeiten bei der Auswahl von Profilbildern hatten. Sie luden zunächst Standardfotos hoch und fügten später weitere hinzu. Andere Nutzer*innen kannten den Prozess bereits durch ihr Dating-Profil und füllten ihr Bumble BFF-Profil ähnlich aus, wobei sie offen und transparent waren. Der Erstellungsprozess des BFF-Profiles wird teilweise auch mit dem eines Dating Profils verglichen.

„Dadurch, dass ich ja schon ein Dating Profil hatte, kannte ich ja eigentlich schon diesen Erstellungsprozess. Beziehungsweise die Angaben sind recht ähnlich zum Dating Profil. Das Einzige, was ich gemacht habe, schon teilweise andere Fotos verwendet, zum Beispiel dort mit auch Freundinnen. (...)“ (Interview_I4_Iris, Pos. 63)

Für manche Nutzerinnen stellt die Profilerstellung eine einfache Aufgabe dar, die sie ohne großen Aufwand erledigen. Für andere hingegen ist die Erstellung des Profils mit einem gewissen Wert und einer Bedeutung verbunden. Für jene Nutzerinnen, die politische oder soziale Themen in ihren Profilen reflektieren möchten, kann die Profilerstellung einen höheren Stellenwert einnehmen. Es lässt sich eine Tendenz beobachten, dass die meisten nach der initialen Erstellung ihres Profils keine weiteren Änderungen vornehmen (Jessica, Mariam, Corinna, Iris) während andere eine Offenheit für die Optimierung ihres Profils aufweisen. Es wird Wert daraufgelegt, dass die Interessen in den Profilen übereinstimmen, um potenzielle Freund*innen genauer zu prüfen. Wie diese Entscheidungen im Prozess getroffen werden, wird in der nächsten Kategorie, Gedankengänge, beschrieben.

r. Gedankengänge – Profilerstellungsprozess

Die Erstellung eines Profils auf Bumble BFF erfordert die Reflexion darüber, welche Informationen und Bilder die eigene Persönlichkeit am besten widerspiegeln. Einige Nutzerinnen betonen die Bedeutung des gemeinsamen Humors und empfehlen daher, entsprechende Informationen im Profil anzugeben, um ähnlich gesinnte Menschen anzuziehen, die mehr als nur das Äußere schätzen.

„Und ich finde das ist zum Beispiel was, wo du echt merkst ja, okay. Wir können den gleichen Humor teilen, das ist ja halt sehr, sehr wichtig. (...) Ich glaube, was auch entscheidend ist, man macht jetzt nicht unbedingt wie bei einer Dating App so Fotos rein, wo man möglichst toll aussieht, sondern vielleicht eher einfach sympathische Fotos irgendwie. (...) Mit riesigem Pizzakarton vor dir oder irgendwelchen lustigen Sachen auf dem Kopf (...) Also eher so ein bisschen lockere, lustige Fotos und jetzt nicht das absolute Modelbild oder so, weil ja, man sucht ja eher Freunde und so und gleichen Humor und sowas.“ (Interview II_Lisa, Pos. 59)

Die visuelle Aufbereitung, insbesondere das Teilen eigener Bilder sowie die Präferenzen hinsichtlich der Bilder anderer Personen, stellt einen wesentlichen Faktor dar, der bei der Nutzung von Bumble BFF zu berücksichtigen ist. Es ist von entscheidender Bedeutung, auf den Fotos authentisch und humorvoll zu wirken. Es wird versucht, Fotos zu nutzen, auf welchen man gut aussieht. Die Verwendung von gestellten Bildern, wie auf Instagram üblich, wird auf Bumble BFF negativ bewertet.

„(...) Viele haben so Fotos, wo man wirklich so ein bisschen sieht, was für ein Charakter man ist und wen man vielleicht so mit Freunden oder was man so gern macht oder irgendwie so ein bisschen, wo man so ein bisschen Charakterzüge sieht. Und dann habe ich versucht, auch so Fotos auszuwählen und dann so ein bisschen persönlicheren Text. Wo man ein bisschen deinen Charakter sieht, das auszufüllen“ (Interview_I3_Katharina, Pos. 71)

„Ich habe mir hier einfach Bilder genommen, die ich selber mag, dass ich das Gefühl habe, okay, es wirkt vielleicht recht sympathisch und mehr Gedanken habe ich mir tatsächlich gar nicht dazu gemacht.“ (Interview_I4_Iris, Pos. 63)

„Was ich mir sonst dabei gedacht hab. Von meinen Fotos her. Weiß nicht, was ich mir gedacht habe, ich habe einfach die Fotos genommen, wo ich gefunden habe, dass ich halt gut aussehe. Ich glaube jeder will sich halt ein bisschen von seiner besten Seite präsentieren. Aber ich bin jetzt auch nicht beschämt und wenn ich jetzt grad nicht so gut ausschaue. Also ich glaube, ich wollte mich halt von meiner besten Seite präsentieren (...)“ (Interview_I6_Mariam, Pos. 57)

Zumeist werden Profile mit umfangreicheren Informationen präferiert, da dies ihrer Wahrnehmung nach zu einer besseren Einschätzung der Person führt. Die Nutzerinnen betonen die Relevanz, zumindest den Hauptbestandteil des Profils zu zeigen, um eine größere Anzahl an Likes zu erhalten und potenzielle Freund*innen anzuziehen. Ein aussagekräftiges Profil wird als entscheidend erachtet, um erfolgreich Verbindungen herstellen zu können. Daher wird empfohlen, sich Mühe zu geben und nicht nur oberflächliche Informationen anzugeben. Grundsätzlich machten sich alle Teilnehmerinnen Gedanken über ihr Profil, die meisten gaben sich auch Mühe bei ihrer Darstellung. Bei der Erstellung des Profils wurde sich häufig in die Lage einer fremden Person versetzt, welche sich das Profil der Nutzerin ansieht. Potenzielle Freund*innen beeinflussten die Entscheidung, welche Informationen geteilt werden.

„(...) Ich glaube, man muss halt entscheiden, was einem vielleicht auch wichtig ist, also was du gerne machen möchtest. (...) Ich habe nämlich zum Beispiel auch geschrieben, dass ich halt bei Konzerten oder Kino eigentlich immer dabei bin. Auch so nach dem Motto, wenn jetzt jemand, weil sie spontan ins Kino gehen möchte oder so, dass man dann direkt irgendwie zusammen eine Aktivität findet oder so.“ (Interview_I1_Lisa, Pos. 71)

„Ja, schon auch vielleicht so ein bisschen selektiert, so auch, mit wem man befreundet, sein, also was für eine Art Person man sich vorstellt und was man denkt, vielleicht was denen gefallen würde, was man schreibt. Ich glaube, man denkt da schon so ein bisschen auch so drüber nach.“ (Interview_I3_Katharina, Pos. 75)

Persönliche Informationen, die einen hohen Grad an Vertraulichkeit aufweisen, werden nur selten mit anderen geteilt. Zu den sensiblen Daten, deren Preisgabe mit Zurückhaltung erfolgt, zählen beispielsweise religiöse Überzeugungen, politische Einstellungen, Angaben zur Gesundheit sowie berufliche Tätigkeiten. Als eine mögliche Ursache kann angegeben werden, dass es eine bestimmte Art von Menschen gibt, wo keine Kommunikation erwünscht ist.

„Ja, weil ich glaube, du kannst auch politische Einstellung oder, wobei politische Einstellung hatte ich glaube ich sogar noch drin. Aber du kannst auch angeben geimpft, oder nicht? Und das hat ich jetzt nicht drin, weil ich auch nicht unbedingt Leute attracten wollte, denen das wahnsinnig wichtig ist, weil ich das halt sehr merkwürdig finde. Also wenn Leute darauf dahingehend judgen und so, deshalb das hatte ich halt nicht drinnen.“ (Interview_I1_Lisa, Pos. 67)

8.3.2.5 Nutzungserfahrung

s. Erfahrungen

Die Erfahrungen mit Bumble BFF sind insgesamt positiv zu bewerten, wobei es gelegentlich auch Situationen gibt, welche erfolglos ausgehen. Dennoch werden Bumble BFF Beziehungen in der Regel positiv in Erinnerung behalten, da sie zu einem bestimmten Zeitpunkt im Leben von Relevanz waren. Negative Erfahrungen, wie etwa unpassende Treffen, werden thematisiert, beeinflussen aber die allgemein positive Erfahrung nicht stark. Corinna betont die Relevanz von Aufrichtigkeit und Sicherheit und präferiert Personen, die ebenfalls aufrichtig und verlässlich sind, da schlussendlich fremde Personen getroffen werden. Sie äußert eine negative Bewertung ihrer Erfahrungen mit Bumble BFF. Sie gibt an, keine Verbindung zu anderen Personen aufbauen zu können, was sie als Defizit empfindet ihr Selbstbewusstsein negativ beeinflusst.

„Also nachdem, dass mir keiner antwortet, beschissen. Nein, also mir ist es wurscht. Weil ich weiß, dass ich ein guter Mensch bin, aber dass sie das Potenzial nicht sehen.“ (Interview_I2_Corinna, Pos. 121)

Die Entwicklung einer Sucht sowie die ständige Nutzung des Handys, welche durch die Stimulation der Interaktion mit anderen Personen (Matches) bedingt ist, werden ebenfalls als negativ erachtet.

*„Ich finde es ist halt so wie beim Dating auch. Das Problem bei diesen Apps ist halt du machted halt permanent. Es macht halt auch süchtig dieses Matchen.“
(Interview_15_Jessica, Pos. 109)*

Das ständige Wischen, also der Auswahlprozess der Personen, führt zu einer höheren Matching-Rate und zu mehr Konversationen, was wiederum dazu führt, dass man sich nicht auf alle Personen einlassen kann und es als anstrengend empfindet, mit mehreren gleichzeitig zu schreiben. Es kann zu Schwierigkeiten bei der Priorisierung und Entscheidung kommen, mit welchen Personen man mehr schreiben möchte. In der Gesamtschau lässt sich das Phänomen auf die hohe Anzahl an verfügbaren Optionen auf den Apps zurückführen. Um einer permanenten Smartphone-Nutzung entgegenzuwirken, haben einige zudem die Benachrichtigungen der App deaktiviert. Katharina bedauert, die App nicht früher, bzw. intensiver genutzt zu haben. Das Kennenlernen von Personen über die Plattform wird als einfacher erachtet, da eine größere Auswahl an potenziellen Kontakten zur Verfügung steht. Obgleich die Probandinnen das ständige Auswählen und Matchen als süchtig machend empfinden, präferieren sie eine Fokussierung auf eine geringe Anzahl von Personen, um tiefere Gespräche zu ermöglichen.

*„Generell eigentlich sehr positiv [Erfahrung mit Bumble BFF]. Bis auf die eine, ich habe mit mit fünf oder sechs getroffen. Ja ich glaube fünf und eine davon war nicht so geil.“
(Interview_15_Jessica, Pos. 99)*

„Nein, voll positiv [Erfahrung mit Bumble BFF]. Also ich finde generell die Idee von der App erst mal voll gut. Ähm dann wie die aufgebaut ist eigentlich auch super und auch wie die genutzt wird von anderen Userinnen. (...) Ähm, also man hat das Gefühl schon ehrlich und offen und auch voll lieb so. Also generell hatte ich einen richtig guten Eindruck und glaube auch, dass man da Freundschaften schließen kann.“ (Interview_13_Katharina, Pos. 114)

t. Emotionale Auswirkungen

Der Prozess des Kennenlernens über Freundschaftsplattformen kann anfangs ungewohnt sein, da es sich um eine neue Art der sozialen Interaktion handelt. Eventuell fühlten sich die Teilnehmerinnen zunächst unwohl, wenn sie jemanden von einer solchen Plattform kennenlernen, da sie nicht wussten, was sie erwartet. Diese Unsicherheit kann jedoch durch die Erkenntnis gemildert werden, dass beide Parteien ähnliche Gefühle teilen, was zu einer schnelleren Entspannung der Atmosphäre führt (Lisa, Katharina, Mariam).

„Ähm, ja, es ist halt ein bisschen weird am Anfang, aber eigentlich halt auch nicht schlimm, weil es im Endeffekt für beide Personen komisch ist. Ich glaube, beide gehen da so ein bisschen gehemmt oder so hin und aber gerade dadurch wirds dann eigentlich recht schnell locker, weil man halt weiß, okay, der anderen Person geht es gerade auch nicht besser. Es ist so für beide ein bisschen komisch (...). Also und da bist du eigentlich sehr froh. (...).“ (Interview_II_Lisa, Pos. 141)

Es kann jedoch auch frustrierend sein, keine Antwort auf Nachrichten zu erhalten, was zu einer negativen Stimmung führen kann. Corinna beschreibt ihre Gefühle in Bezug auf Bumble BFF als schlecht, weil ihr niemand antwortet. Sie versucht zu argumentieren, dass es nicht an ihr liegt, aber eine Unzufriedenheit ist spürbar. Freundschaften oder sogar romantische Beziehungen über Apps zu suchen ist aufregend, aber auch etwas absurd. Es gibt jedoch eine gewisse Entspannung, da die Erwartungen nicht so hoch sind wie bei traditionellen Dating-Methoden. Das führt dazu, dass die ersten Begegnungen als weniger belastend empfunden werden, unabhängig davon, ob daraus eine langfristige Beziehung entsteht oder nicht. Die dadurch entstehenden Gefühlslagen sind unterschiedlich, und von der Person abhängig. Personen, die bereits Erfahrung mit Dating-Apps oder Bumble BFF haben, empfinden die Matches und Treffen als nicht sehr emotional, während Personen, die neu in diesem Bereich sind, es als sehr aufregend empfinden und auch Glücksgefühle bei den Matches erleben.

„Also ich muss sagen, es gibt so viele coole Leute auf Bumble. Wie ich mich fühle. Ja, also ich freue mich halt. Also wenn ich bei einer Person so bin, ich würde mich ur freuen, wenn das ein Match ist und dann ist es einer, dann freue ich mich dann schon auch. Am liebsten würde ich gleich schreibe, ma ich finde dich cool oder so. Das ist irgendwie ein bisschen too much am Anfang aber ja.“ (Interview_I6_Mariam, Pos. 111)

„Gestern oder vorgestern, gestern habe ich mit einer gemached, die auch im Menschenrechtsbereich arbeitet und International Law studiert hat und da habe ich mich z.B. gefreut, ok da ist jemand, der genau in meinem Bereich ist (...) da war es dann schon so ah ok cool da schreibe ich weiter. Aber es waren jetzt keine Glücksgefühle. Nur so bisschen positiv.“ (Interview_15_Jessica, Pos. 113)

Das Auswahl-Verfahren zur Suche nach potenziellen Freundschaften kann anfangs ungewohnt sein, insbesondere wenn Entscheidungen auf der Grundlage begrenzter Informationen getroffen werden müssen. Manche Menschen mögen anfangs zögern, Profile auf der Grundlage weniger Informationen zu durchsuchen. Mit der Zeit gewöhnen sie sich jedoch daran und treffen ihre Entscheidungen schneller. Die Oberflächlichkeit der Nutzung von Bumble BFF ist für die meisten Teilnehmerinnen ein negativer Effekt und macht die Situation zu Beginn der Nutzung auch unangenehm, da man auf Basis weniger Informationen entscheiden muss, ob eine Person gut genug für eine Freundschaft sein könnte.

(...) Jedoch kannte ich ja dieses ganze Format, das mit dem Swipen, was ich ganz zu Beginn als ich das erste Mal Datingplattform verwendet habe, fand ich es schon, ähm, irgendwie natürlich schon auch heftig, dass du aufgrund nur irgendwie ein paar Angaben und einem Bild die Personen dann wegschwipst. Aber ich war dann irgendwann, ich glaube, man ist mittlerweile so sehr daran gewöhnt, dass man das dann gar nicht mehr so wahrnimmt.“ (Interview_14_Iris, Pos.119)

u. Aufwandsempfinden

Die Bedeutung von Engagement und wechselseitigem Einsatz in Beziehungen, wird als grundlegend angesehen. Es wird betont, dass echte Bindungen nicht oberflächlich sein dürfen und ein gewisses Maß an Hingabe erfordern, um zu gedeihen und eine tiefere Verbundenheit zu erreichen. Die Nutzung von Dating-Apps und Plattformen zur Freundschaftssuche kann eine komplexe Erfahrung sein, die oft mit einem gewissen Maß an Aufwand und Herausforderungen verbunden ist. Insbesondere wird darauf hingewiesen, dass die komplizierte und manchmal unzureichend erklärte Funktionsweise vieler Apps zu einem erhöhten Aufwandsempfinden führen kann. Die Anzahl der zur Verfügung stehenden potenziellen Freund*innen kann überwältigend sein, was dazu führt, dass einige Nutzerinnen sich nicht intensiv mit jedem Match oder Kontakt beschäftigen, sondern sich auf diejenigen konzentrieren, die am vielversprechendsten erscheinen. Dies kann zu einer gewissen Unentschlossenheit führen und die Fähigkeit beeinträchtigen, tiefere

Bindungen aufzubauen. Die Herausforderung besteht darin, die Zeit und den Aufwand zu investieren, um aktiv zu kommunizieren und Beziehungen aufzubauen, während gleichzeitig eine angemessene Balance zwischen den verschiedenen Interaktionen gefunden wird.

„Ja, ich habe das noch nicht geschnallt, weil bei Bumble ist es so, also zumindestens bei dem Dating Dienst, da musst ja du die Männer anschreiben. Und bei BFF habe ich noch nicht geschnallt, wie es ist. Weil am Anfang ist mir vorgekommen ich habe immer schreiben müssen, weil nichts gekommen ist. Das ist ein bisschen blöd erklärt jetzt von der App her, dass du sagst zum Beispiel bei BFF kann jeder wen anschreiben und da bist es jetzt nicht nur du, die anschreiben muss.“ (Interview_I2_Corinna, Pos. 167)

„Ich hatte schon viele Matches und war dann. Irgendwie. Wirklich einfach, weil mir das irgendwie zu aufwendig mit allen zu schreiben. Ich glaube, dann hab ich generell so mit so ner Dating Apps oder so Freundschafts App irgendwie das Problem, dass mich das mich das überfordert. Wenn auf einmal ich so viele Leute dann auch. Also bei der Freundschaft, also bei Bumble BFF finde ich dann voll viele Mädels voll sympathisch und dann so das zu selektieren und mit jeder zu schreiben ist ja voll viel Aufwand und dann sich mit jedem zu treffen. Ich glaube, das war mir einfach zu anstrengend, dass ich das dann gelassen.“ (Interview_I3_Katharina, Pos. 89)

„Von den Matches her, habe ich schon Matches. Also wenn ich persönlich mehr Zeit investieren würde, wäre ich erfolgreicher. Also so mit Schreiben und diese ganzen Sachen so, ich finde es sehr anstrengend bis man sich trifft, das ist mühsam.“ (Interview_I5_Jessica, Pos. 71)

Die Führung zahlreicher Gespräche gleichzeitig wird als anstrengend empfunden, was dazu führt, dass wenig geschrieben wird. Bei Bumble BFF wird jedoch ersichtlich, dass die potenziellen Freund*innen oft aus anderen sozialen Kreisen oder entfernten Orten stammen, was bedeutet, dass eine aktive Kontaktaufnahme und -haltung erforderlich ist, um die Verbindung aufrechtzuerhalten.

8.3.2.6 Diffusion

v. Empfehlungen / Tipps

Häufig kam es zur Nutzung von Bumble BFF durch eine Empfehlung. In den Interviews werden auch Empfehlungen und Tipps an potenzielle neue Nutzer*innen der App erfragt. Die Wirksamkeit klarer Kommunikation, um Unsicherheiten zu klären und die Beziehungsdynamik zu verbessern darf nicht unterschätzt werden. Es ist wichtig, sich zu überwinden und den ersten Schritt zu machen, um neue Verbindungen zu knüpfen.

„Ja, ich glaube, man muss vielleicht auch ich ähm man muss recht offen kommunizieren, weil ich habe mich (...) mit einer getroffen (...) und die hat mir vorher recht viel immer geschrieben. Aber so nach dem Treffen kam es nicht mehr wirklich was. Und da ist jetzt so z.B der Moment, wo ich mir so denke, okay, fand die mich jetzt scheiße? Aber vielleicht fand sie das halt auch gar nicht und weiß aber jetzt selbst nicht, was oder in welchem Ausmaß sie schreiben soll. Und ich glaube, dass ich anderen Leuten oder auch mir selbst vielleicht raten würde, dass man halt auch einfach wirklich ehrlich mit den Leuten kommunizieren kann. So nach dem Motto Hey, ich will dich nicht bedrängen, du kannst mir wirklich sagen, wenn es irgendwie für dich jetzt nicht so gepasst hat. Aber ansonst würde ich mich so freuen, wenn es noch mal auf Wiedersehen oder so was. Also vielleicht halt einfach irgendwie offen kommunizieren (...)“ (Interview_II_Lisa, Pos. 143)

Die Nutzung von Bumble BFF wird als Möglichkeit betrachtet, Menschen zu beobachten und zur Unterhaltung zu nutzen, ähnlich wie bei Unterhaltungsplattformen wie TikTok oder Instagram. Die Plattform bietet die Chance, neue Bekanntschaften zu machen, ohne das Haus zu verlassen, und wird als Alternative zum "people watching" beschrieben. Es wird Wert daraufgelegt, dass ein ansprechendes Profilbild und ein interessanter Text dazu beitragen können, das Interesse anderer Nutzer*innen zu wecken. Zudem wird empfohlen, sich schnell mit potenziellen Freund*innen zu treffen, um die Chemie zu testen und die Effizienz des Kennenlernens zu steigern. Das Kennenlernen neuer Menschen wird als bereichernde Erfahrung angesehen, die die Möglichkeit bietet, neue Perspektiven zu gewinnen und den eigenen Horizont zu erweitern. Es wird betont, dass persönliche Treffen oft notwendig sind, um ein vollständiges Bild einer Person zu erhalten, da sich Online-Interaktionen von persönlichen Interaktionen unterscheiden können.

„Ja, auf jeden Fall nicht lange schreiben, sich eher dann direkt schnell treffen, spazieren gehen, auf einen Kaffee treffen, weil im Endeffekt ist jeder dann doch online anders als im echten Leben und man findet es nur raus, wenn man sich trifft.“ (Interview_I4_Iris, Pos. 153)

Die Empfehlung von Bumble BFF richtet sich unter anderem an Personen, die Schwierigkeiten haben, im echten Leben neue Kontakte zu knüpfen, und als Möglichkeit, neue Menschen auf unkomplizierte Weise kennenzulernen.

„Ja, wieso sollte man irgendwie nur so zum Daten Leute so kennenlernen? Es kann ja auch bei Freundschaften funktionieren. Überhaupt, für so Leute, die die sich eben schwer tun, so im echten Leben vielleicht jemanden anzusprechen. Kann mir vorstellen, dass das für die Leute wahrscheinlich einfacher ist im ersten Schritt. Und vielleicht auch aus dem Grund, dass man dann halt eben nicht nur Leute kennenlernen, die man vielleicht über ein paar Ecken kennt, sondern dass du halt wirklich Leute kennlernst, aus so einem ganz anderen Aspekt.(...)“ (Interview_I6_Mariam, Pos. 123)

w. Wünsche / Verbesserungen

Es könnten Funktionen wie die Angabe des bevorzugten Schreibstils oder der Kommunikationspräferenz auf Plattformen wie Bumble BFF, ähnlich wie bei Tinder, hilfreich sein. Dies wäre besonders nützlich für Nutzer*innen, die gerne schreiben oder Sprachnachrichten senden, aber am Anfang zögerlich sind. Eine klare Kommunikation der eigenen Vorlieben und Erwartungen im Profil ist wichtig. Es besteht der Wunsch nach mehr Engagement der Nutzer*innen auf Bumble BFF und die Hoffnung, kompetente Personen zu treffen, die auch zurückschreiben. Es wird angemerkt, dass im Dating-Dienst von Bumble Frauen zuerst die Männer anschreiben müssen, aber unklar bleibt, ob dies auch für Bumble BFF gilt. Eine klarere Erklärung der Kommunikationsregeln auf Bumble BFF, insbesondere wer wen zuerst anschreiben sollte, wird gewünscht.

„Ja, ich habe das noch nicht geschnallt, weil bei Bumble ist es so, also zumindestens bei dem Dating Dienst, da musst ja du die Männer anschreiben. Und bei BFF habe ich noch nicht geschnallt, wie es ist. Weil am Anfang ist mir vorgekommen ich habe immer schreiben müssen, weil nichts gekommen ist. Das ist ein bisschen blöd erklärt jetzt von der App her, dass du sagst zum Beispiel bei BFF kann jeder wen anschreiben und da bist es jetzt nicht nur du, die anschreiben muss.“ (Interview_I2_Corinna, Pos. 167)

8.3.2.7 Kommunikationsprozess

x. Auswahl-Kriterien

Die Betrachtung von Profilen auf Dating-Apps wie Bumble erfolgt unter Berücksichtigung verschiedener Faktoren. Hierbei spielen Fotos, Kleidungsstil und Alter eine entscheidende Rolle. Profile von Personen mit ähnlichen Werten und Interessen sowie dem Status „Single“ sind von Bedeutung. Wenn ein Profil als interessant wahrgenommen wird und potenzielle Gemeinsamkeiten aufweist, erfolgt eine Kontaktaufnahme. Eine Konversation, in der beide Seiten aktiv Interesse zeigen und Fragen stellen, wird präferiert. Bei der Auswahl potenzieller Freund*innen spielt das Aussehen eine untergeordnete Rolle. Wichtiger sind der Text und die Interessen. Bestimmte Kriterien wie politische Einstellungen können als Ausschlusskriterien gelten. Es ist wichtig, den Leuten eine Chance zu geben und erst nach dem Schreiben zu entscheiden, ob ein Treffen sinnvoll ist. Humor und die Leichtigkeit des Gesprächs sind entscheidend dafür, ob ein Treffen stattfinden sollte. Der Radius kann angepasst werden, um Profile mit potenziellen Übereinstimmungen zu betrachten, insbesondere solche mit gemeinsamen Interessen. Profile, die lediglich Partybilder oder Bilder vom Alkoholkonsum zeigen, werden weniger bevorzugt. Aussagekräftige Bilder sind wichtig, um einen Eindruck von den Interessen und Aktivitäten einer Person zu bekommen. Profile, bei denen das Interesse von beiden Seiten kommt und ein guter Gesprächsfluss besteht, unabhängig davon, wer wen zuerst kontaktiert hat, werden bevorzugt.

„Eben, da geht es ja schon um so eine andere Connection. Und da du halt finde ich nicht so gut an den Bildern jetzt auswählen kannst, ob du mit der Person befreundet sein möchtest oder nicht, interessiert dich dann der Text schon deutlich mehr noch mal und wenn jemand da einfach nichts drin stehen hatte, dann ja, habe ich die Person eher nicht gemached. Und zum Beispiel. Es gab also viele Leute, die sehr sportlich waren, ganz viel so mit Yoga und so weiter drin stehen haben. Und klar, sind auch bisschen Vorurteile, aber du weißt ja dann schon, du so naja, was auf jeden Fall die Prioritäten von der Person sind. Und wenn das halt mit deinen so gar nicht zusammenpasst, dann wirst du die vielleicht eher nicht matchen. Also wenn jemand jetzt so übertrieben gesund oder ernährungs bewusst unterwegs ist und du würdest aber lieber gerne mit jemandem irgendwie Burger essen gehen, ist es vielleicht nicht your kind of Person so? Also ja, ich hab mir schon angeguckt halt was die Interessen von denen sind und was da drin steht.“
(Interview_II_Lisa, Pos. 75)

Die Präferenz gilt potenziellen Freund*innen, die als sympathisch wahrgenommen werden und bestimmte Lebensstile teilen, wie beispielsweise das Nichtrauchen. Profile von Personen mit ähnlichen Hobbys oder Lebensumständen, wie beispielsweise von Studierenden oder Menschen mit ähnlichen Backgrounds, werden bevorzugt. Das selektive Auswählen ist eine gängige Praxis, während aktive Konversationen sowie schnelles Antworten geschätzt werden.

y. *Kommunikationsumfeld (Wechsel)*

In der Regel wird von verschiedenen Personen die Möglichkeit genutzt, über Bumble BFF hinaus Kontakt auf Plattformen wie Instagram und WhatsApp zu suchen. Der Austausch von Instagram-Profilen wird als vorteilhaft erachtet, um sich einen umfassenderen Eindruck von der Person zu verschaffen. Einige Personen ziehen jedoch den direkten Austausch von Telefonnummern vor, insbesondere wenn ernsthafte Absichten für ein Treffen bestehen oder bereits ein Treffen geplant ist. Die Kommunikation wird in der Folge häufig über Messaging-Apps wie WhatsApp fortgesetzt und Treffen arrangiert, insbesondere wenn das Gespräch positiv verläuft. In einigen Fällen wird jedoch ausschließlich über Bumble BFF kommuniziert, insbesondere wenn noch keine tiefergehenden Gespräche stattgefunden haben oder wenn die Plattform als ausreichend für den Austausch von Nachrichten und die Planung von Treffen angesehen wird.

„Ja eigentlich fast immer was anderes ausgetauscht tatsächlich. Also ich find Instagram austauschen ist fast immer am praktischsten, weil du da halt auch noch mal mehr Einblick in die Person kriegst. Also Instagram ist ja halt einfach eine App, wo du dich quasi ein bisschen präsentierst oder halt postest, was du halt auch magst. Und dadurch siehst du dann halt auch, ob das vielleicht mit der Person passen kann.“ (Interview_11_Lisa, Pos. 111)

„Also wenn es gut läuft, wenn mich die Personen interessiert, dann ziemlich schnell auf WhatsApp. Also es ist dann, würde ich sagen, dann schreibt man einen Tag zwei Tage Maximum also wenn die Person auch schnell zurück schreibt und dann bin eher WhatsApp. Also Instagram, habe ich dann nur mit der nachdem wir uns zweimal getroffen hatte, haben wir dann Instagram ausgetauscht. Aber ja, eher WhatsApp und dann schon schneller sage ich jetzt mal.“ (Interview_15_Jessica, Pos. 89)

z. *Kommunikationserlebnisse*

Die Kommunikation auf Bumble BFF wird häufig mit Blinddates verglichen, da es eine Herausforderung darstellt, über eine oberflächliche Bekanntschaft hinaus eine echte Freundschaft

aufzubauen. Die Nutzer*innen sind sich unsicher, welche Inhalte sie kommunizieren sollten, um nicht aufdringlich zu wirken, und welches Verhalten sie an den Tag legen sollten, um nicht als seltsam wahrgenommen zu werden. Des Weiteren gestaltet sich die Initiierung eines weiteren Treffens sowie die Entscheidung über die weitere Kontaktaufnahme nach einem Treffen als herausfordernd. Das persönliche Treffen wird von vielen als Herausforderung wahrgenommen, während das Schreiben als einfacher empfunden wird. Es wird darauf hingewiesen, dass Menschen in ihren Entscheidungen oft selektiv sind und nicht jede*r nach rechts wischt. Die Erfahrung mit der Kommunikation umfasst in vielen Fällen das Schreiben mit mehreren Personen gleichzeitig, was von den Nutzer:innen als anstrengend empfunden wird. Die Präferenz der Nutzer*innen gilt Plattformen wie WhatsApp gegenüber Bumble BFF, da diese als angenehmer empfunden werden. Schwierigkeiten beim Kommunizieren manifestieren sich, wenn die andere Person keine Fragen stellt oder wenig von sich preisgibt. Auch die Sprache spielt eine wichtige Rolle, um Interesse zu zeigen.

„Ich glaube, wenn die Person aktives Interesse zeigt, ich schicke zum Beispiel Smileys. Also ich finde, wenn jemand sagt danke, gut, finde ich das nicht so geil. Ähm. Oder wenn jemand so Bestätigungswörter, wie super oder ja das ist cool, also von der Sprache einfach her ähm, ja Interesse, freundlich wirkt von der Sprache her und Fragen stellt, genau.“ (Interview_15_Jessica, Pos. 83)

„Ja, eine Person hat mir dann Hi geschrieben, da habe ich dann auch Hi geschrieben. Da ist dann nichts mehr gekommen, das war irgendwie so ein bisschen ein Killer.“ (Interview_16_Mariam, Pos. 95)

aa. Themen

Der Einstieg in ein Gespräch wird erleichtert, wenn das Profil des Gegenübers Anknüpfungspunkte bietet. Profile, die spezifische Informationen oder Bilder enthalten, ermöglichen es, auf gemeinsame Interessen einzugehen und das Gespräch fließend zu gestalten. Beispielsweise kann ein Bild von Eis als Aufhänger dienen, um über Eisdiele zu sprechen, oder gemeinsame Hobbys bieten Gesprächsstoff. Die ersten Gespräche beinhalten oft grundlegende Fakten wie Herkunft, Beruf und Erfahrungen in der Stadt. Themen aus dem Profil werden aufgegriffen, um das Gespräch zu eröffnen. Die Nutzerinnen sind bestrebt, das Gespräch durch spezifische Fragen oder Anknüpfungspunkte lebendig zu halten. Beim Freundes-Dating ist es von entscheidender Bedeutung, das Gesprächsthema zu wechseln, um das Gespräch interessanter zu

gestalten. Die Nutzerinnen suchen in den Profilen der anderen nach Gesprächsanlässen, jedoch bleibt oft eine Antwort aus. Eine gängige Methode, um ein Gespräch zu initiieren, besteht in der Reaktion auf Fragen oder Bilder im Profil. Eine einfache Begrüßung wie „Hi, wie geht’s?“ ist ebenfalls eine Option, wobei grundlegende Themen wie Studium und Wohnort häufig vorkommen. In der Regel werden keine spezifischen Themen vorab abgeklärt. Stattdessen werden Vorlieben wie Trash-TV oder Sport und Training thematisiert. Die Themen variieren je nach Person und es gibt keine festen Themen, die von Anfang an besprochen werden. Es wird jedoch empfohlen, nicht sofort mit Komplimenten zu beginnen, sondern das Gespräch langsam aufzubauen.

„Das kannst du jetzt nicht pauschal beantworten. Es ist ja jeder anders da. Also Small Talk, das ist was, das mag ich gar nicht. So Hey, wie gehts? Sehr gut, Danke dir. Also sicher, irgendwie musst du schon anfangen und so, aber ich probiere dann eigentlich schon immer, dass ich das dann irgendwie umswitche.“ (Interview_I2_Corinna, Pos. 96)

„Ja meistens wirklich eher so die Basics Facts, also woher sie sind, was sie machen, wie alt sie sind. Wie ihnen Wien gefällt. Aber ich habe nicht viel geschrieben. Also ich habe jetzt mit keiner einzigen Person geschrieben: Was hast du heute gemacht, wie war dein Tag oder dann über eine Dauer. Aber ich glaube, das liegt vielleicht auch daran, weil ich ja dann doch halt die Plattform auch für Dating verwendet habe. Und dann kannst du nicht mit so vielen Personen gleichzeitig schreiben und das machst du dann vielleicht dann doch eher mit Männer, hört sich jetzt blöd an, als mit Frauen.“ (Interview_I4_Iris, Pos. 97)

bb. Treffen

Die Nutzung von Bumble BFF demonstriert, dass die Entwicklung von Freundschaften, die über eine oberflächliche Bekanntschaft hinausgehen, mit Herausforderungen verbunden ist. In den Interviews wird ersichtlich, dass humorvolle und flüssige Gespräche häufig der Anlass für ein Treffen sind. Die Organisation eines zweiten Treffens erweist sich häufig als anspruchsvoll, da unklar ist, zu welchem Zeitpunkt und an welchem Ort ein erneutes Zusammentreffen stattfinden soll. Die Präferenz gilt Treffen zu zweit, da diese eine intensivere Form des Kennenlernens ermöglichen. Sofern das Gespräch einen positiven Verlauf nimmt und gemeinsame Interessen festgestellt werden, wird ein Treffen organisiert. Sollte eine Übereinstimmung nicht gegeben sein, wird nach einer anderen Person gesucht. Die Erfahrungen mit den ersten Treffen über Bumble

zeigen, dass diese mitunter als unangenehm wahrgenommen werden. Dies kann darauf zurückgeführt werden, dass die Teilnehmerinnen sich lediglich von Fotos kennen und daher eine gewisse Unsicherheit bezüglich der Wahrnehmung der anderen Person im direkten Kontakt besteht. Es wird betont, dass ein direktes Treffen eine notwendige Voraussetzung für die Fortführung einer Beziehung darstellt. Einige Nutzerinnen nutzen die Möglichkeit, zunächst eine gewisse Grundkommunikation zu initiieren, um zu eruieren, ob die jeweilige Person als nett empfunden wird und eine gewisse Grundkompatibilität besteht, bevor sie ein Treffen vorschlagen. Sofern keine Bereitschaft für ein persönliches Treffen besteht, wird auch nicht weiter kommuniziert. Treffen werden in der Regel zeitnah nach dem ersten Kontakt organisiert. Die Kommunikation vor dem ersten Treffen erfolgt oft über WhatsApp oder Instagram, da dies als angenehmer empfunden wird. Einige Nutzer*innen sind gespannt auf bevorstehende Treffen, insbesondere wenn das vorherige Gespräch angenehm verlief.

„Sind dann halt ein Eis essen gegangen und das war eigentlich so eigentlich richtig perfektes Bild von so einer Erfolgsgeschichte, weil es war ein sympathisches Match. Man konnte direkt mit so einem Aufhänger schreiben und hat dann sich auch noch so genau zu der Sache auch getroffen (...)“ (Interview_II_Lisa, Pos. 85)

„Ja, ich glaube dieses erste Treffen zählt irgendwie, kann so ein bisschen unangenehm sein also von Bumble. Wenn man sich ja nur von Fotos sieht und dann so das erste Mal in real Life sieht irgendwie. Weil beide machen sich ja wahrscheinlich vorher voll die Gedanken darüber, wie ist die Person und sonst ist das halt viel so der entspanntere Einstieg.“ (Interview_I3_Katharina, Pos. 122)

9 Diskussion

Im vorliegenden Kapitel erfolgt eine Interpretation der Ergebnisse der vorliegenden Studie sowie deren Einordnung im Kontext der bestehenden Forschungsliteratur. Im Folgenden werden die zentralen Befunde einer kritischen Betrachtung unterzogen, ihre Implikationen erörtert und mögliche Einschränkungen der Untersuchung aufgezeigt. Weiters erfolgt eine Diskussion der Bedeutung der Ergebnisse für die Praxis sowie für zukünftige Forschungsprojekte. Die Analyse der Resultate erlaubt es, Schlussfolgerungen zu ziehen, die über die reine Datendarstellung hinausgehen und einen tieferen Einblick in die untersuchten Phänomene zulassen. Es wird insbesondere auf die theoretischen und praktischen Beiträge der Studie eingegangen, wobei Empfehlungen für weiterführende Studien formuliert werden. Die Diskussion wird chronologisch wie das Inhaltsverzeichnis aufgebaut, um so eine bessere Lese- und Verständnisstruktur zu bieten.

9.1 Diffusion of innovation

Die Nutzung von Freundschafts-Apps wie Bumble BFF lässt darauf schließen, dass es sich hierbei um ein dezentralisiertes Diffusionsystem handelt, da die Diffusion vom sozialen System, den User*innen übernommen wird (Rogers, 1983, S. 5-7). Diese Erkenntnis beweist, dass das Finden von Onlinefreundschaften durch den Wandel in sozialen Netzwerken gestartet hat und unabhängig von anderen sozialen Seiten, Freundschaften häufiger online geschlossen werden. Irrelevant ob das genutzte Netzwerk dazu gedacht war (Soziale Medien) oder auch nicht (Online-Gaming) (Boyd, 2006; Pouwels, Valkenburg, Beyens, van Driel, & Keijsers, 2021). Durch die Interviews ergaben sich auch unterschiedliche Ansichtsweisen dieses sozialen Wandels: Iris berichtet (I4) darüber, dass es für andere Personen verwunderlich war oder ist, dass sie ihre beste Freundin und auf Bumble BFF kennengelernt hat. Sie meint, dass diese Art von Freundschaften in der Gesellschaft noch ungewohnt sind. Jessica (I5) sieht den Wandel eher aus einer feministischen Sichtweise, sie beschreibt es als Art Zusammenhalt und neue Form des Zusammenkommens unter Frauen. Um die Adaptionrate von Bumble BFF zu beschreiben, werden die Ergebnisse in die Charakteristiken einer Innovation eingesetzt.

Relativer Vorteil:

Die Bewertungen von Bumble BFF zeigen deutlich, dass die App einen signifikanten relativen Vorteil bietet, der die Innovationsdiffusion fördert. Die Mehrheit der Teilnehmerinnen bewertet Bumble BFF positiv und betrachtet die App als eine adäquate Plattform, um neue Freundschaften zu knüpfen. Diese positive Wahrnehmung zeigt sich insbesondere in der Aussage von Katharina (I3), die bedauert, die App nicht früher oder intensiver genutzt zu haben.

Ein wesentlicher Aspekt des relativen Vorteils von Bumble BFF ist die größere Auswahl an potenziellen Kontakten, die über die Plattform verfügbar ist. Dies erleichtert das Kennenlernen neuer Personen erheblich im Vergleich zu traditionellen Methoden der Freundschaftsanbahnung. Die einfache und schnelle Kontaktaufnahme sowie die Möglichkeit, sich persönlich zu treffen, anstatt nur schriftlich zu kommunizieren, erhöhen den wahrgenommenen Nutzen und die Zufriedenheit der Nutzer*innen. Die Offenheit und das gemeinsame Ziel der Nutzerinnen, neue Freundschaften zu finden, verstärken den relativen Vorteil der Applikation weiter. Im Allgemeinen lässt sich festhalten, dass Bumble BFF einen eindeutigen relativen Vorteil gegenüber traditionellen Methoden der Freundschaftsanbahnung aufweist. Dies fördert die Adaption und Verbreitung der App erheblich, da der wahrgenommene persönliche Vorteil hoch ist.

Kompatibilität:

Der Begriff der Kompatibilität beschreibt das Ausmaß, in dem eine Innovation als vereinbar mit den bestehenden Werten, bisherigen Erfahrungen und Bedürfnissen der potenziellen Anwender*innen angesehen wird. Die gezielte Ausrichtung von Bumble BFF auf Nutzerinnen, die nach Freundschaften suchen, erhöht die Kompatibilität der App erheblich. Die Applikation fungiert als Plattform, auf der Menschen mit ähnlichen Interessen und Werten leicht zueinander finden können. Dies entspricht der grundlegenden menschlichen Bedürfnisstruktur nach sozialen Verbindungen und Gemeinschaft. Die Kompatibilität der App mit den Alltagsgewohnheiten und Kommunikationsstilen der Nutzerinnen stellt dabei einen wesentlichen Faktor dar. Die Nutzung sozialer Medien ist für einen Großteil der Bevölkerung bereits geläufig, sodass die Applikation auf bestehende Erfahrungen und Präferenzen aufbauen kann (Dating-Apps). Die Zielgruppe von Bumble BFF ist heterogen und umfasst Personen, die sich für neue Beziehungen interessieren. Dabei werden die unterschiedlichen sozialen Dynamiken berücksichtigt. Die Applikation bietet eine Umgebung, die es den Nutzerinnen erlaubt, auf einer Ebene zu interagieren, die ihren individuellen sozialen Bedürfnissen entspricht. Die Empfehlungen von Freund*innen stellen ein wesentliches Kriterium bei der Entscheidung dar, Bumble BFF zu testen. Die positiven Erfahrungen anderer Nutzer*innen sowie die Aussicht auf ähnliche Erfolge ermutigen dazu, die App auszuprobieren. Dies veranschaulicht, dass die Kompatibilität der App mit den positiven sozialen Erwartungen.

Komplexität:

Die Komplexität einer Innovation beeinflusst maßgeblich ihre Annahme. Eine einfach zu verstehende Innovation wird schneller akzeptiert, da Anwender*innen keine neuen Fähigkeiten und Kenntnisse entwickeln müssen (Rogers, 1983, S. 14–16). Dies lässt sich am Beispiel von Bumble BFF verdeutlichen. Während im Dating-Dienst von Bumble Frauen zuerst Männer anschreiben, bleibt unklar, ob dies auch für Bumble BFF gilt. Eine klare Erklärung der Regeln könnte dazu beitragen, die Nutzung der App zu vereinfachen und potenzielle Unsicherheiten zu reduzieren. Die komplizierte und oft unzureichend erklärte Funktionsweise vieler Apps führt bei Nutzerinnen zu einem erhöhten Aufwandsempfinden. Die Vielzahl potenzieller Freund*innen kann überwältigend wirken, was dazu führt, dass sich Nutzerinnen nicht intensiv mit jedem Match beschäftigen und sich auf vielversprechende Kontakte konzentrieren. Dies kann die Fähigkeit beeinträchtigen, tiefere Bindungen aufzubauen. Die Erstellung des Profils variiert im empfundenen Aufwand. Während manche Nutzerinnen dies schnell erledigen, sehen andere darin eine höhere Bedeutung. Die Übereinstimmung der Interessen in den Profilen ist entscheidend, um potenzielle Freundinnen gezielt zu prüfen. Alle Nutzerinnen kannten Bumble zuvor als Dating-App, was die Nutzung der BFF-Funktion beeinflusst und die Komplexität stark reduziert. Die grundlegende Nutzung der App ist größtenteils unkompliziert und wenig komplex, diese Ergebnisse weisen alle Forschungsergebnisse auf. Komplexität entsteht vielmehr durch eine intensivere Nutzung der App.

Testbarkeit:

Die Nutzung von Bumble BFF bietet ein gutes Beispiel für die Bedeutung der Testbarkeit bei der Einführung und Akzeptanz von Innovationen. Mehrere Nutzerinnen betonten, dass sie die App zunächst ausprobieren wollten, ohne konkrete Erwartungen an das Ergebnis zu haben. Iris bemerkte hierzu: *„Es war eher so okay, ich wollte es halt ausprobieren, hatte Lust, mich zu treffen und irgendwie. Aber nicht, dass ich, also bin nicht mit Erwartungshaltung reingegangen, ok, dann entsteht jetzt so eine enge Freundschaft.“* (Interview_I4_Iris, Pos. 155). Grundsätzlich bietet Bumble BFF mit ihrer Online-Version der Bumble App eine gute und einfache Möglichkeit, die App zu testen. Die Nutzung der App bzw. die Erstellung des Profils sind zwar mit Aufwand verbunden, dies hindert jedoch nicht die Testbarkeit der App selbst und ihrer Funktionen. Zusätzliche Funktionen, die kostenpflichtig, werden nicht genutzt, da diese nicht notwendig erscheinen. Die Nutzung der App erfolgt seitens der Nutzerinnen in erster Linie als Testphase, um zu sehen, ob sie ihnen gefällt. Es ist möglich, dass Bumble BFF aufgrund dieses wichtigen Faktors eine kostenlose Basisnutzung der App ermöglicht, da sonst ein Testen nicht möglich wäre. Die

Testphase ermöglicht es den Nutzerinnen kostenlos die Funktionen der App auszuprobieren und erste Kontakte zu knüpfen. Die Möglichkeit, eine Innovation ohne großes Risiko auszuprobieren, trägt wesentlich zu ihrer Akzeptanz und Verbreitung bei (Rogers, 1983, S. 14–16). Bumble BFF stellt damit ein Modell dar, wie durch niedrigschwellige Testmöglichkeiten eine breitere Nutzerinnenakzeptanz erreicht werden kann.

Beobachtbarkeit:

Der Begriff der Beobachtbarkeit bezeichnet den Grad, in dem die Ergebnisse einer Innovation für andere sichtbar sind. Die Wahrscheinlichkeit der Adaption steigt mit der Einfachheit der Sichtbarkeit der Ergebnisse einer Innovation (Rogers, 1983, S. 14–16). Die Ergebnisse der Nutzung von Bumble BFF sind für andere nicht unmittelbar einsehbar. Die Diffusion erfolgt primär durch zwischenmenschliche Kommunikation, sei es durch Online-Beiträge oder durch Erfahrungen von Bekannten, Freund*innen oder Familie. Die Funktion Bumble BFF ist in Österreich eher unbekannt, da Bumble primär als Dating-App bekannt ist. Der Austausch zwischen Nutzer*innen erfolgt nicht nur auf den Bumble BFF-Profilen, sondern auch in anderen Online-Foren. Die Weitergabe und Empfehlung von Wissen basieren auf menschlichen Grundbedürfnissen. Die genauen Gründe und Bedürfnisse, die diese Personen dazu veranlassten, ihre Erfahrungen online zu teilen, können nicht mit Sicherheit bestimmt werden. Ebenso wenig kann die Authentizität dieser Erfahrungsberichte überprüft werden (Brett, 2011). Dennoch sind diese Berichte für alle potenziellen Nutzer*innen von Bumble BFF einsehbar und können sie beeinflussen. Die zwischenmenschlichen Kanäle erweisen sich als effektiver bei der Überzeugung von Individuen, eine neue Idee anzunehmen. Dies ist insbesondere der Fall, wenn diese Kanäle Personen verbinden, die eine ähnliche Einstellung aufweisen. Ein Austausch von Angesicht zu Angesicht zwischen mindestens zwei Individuen ist in diesem Kontext von entscheidender Bedeutung. Die Abhängigkeit des Kommunikationsprozesses zwischen Gleichgesinnten stellt das Herzstück des Diffusionsprozesses dar (Rogers, 1983, S. 17–22). Die Teilnehmerinnen empfehlen Bumble BFF weiter, unabhängig davon, ob sie damit Erfolg hatten oder nicht. Dies ist ein interessantes Phänomen, da selbst bei nicht positiven eigenen Erfahrungen die positiven Erfahrungen anderer stärker hervorgehoben werden, um eine Empfehlung auszusprechen. Zu der Empfehlung von anderen kommen auch weitere Gründe zur Nutzung von Bumble BFF dazu, diese sind stets sehr individuell, zeigen aber eine Gemeinsamkeit: Das Interesse mit Menschen in Kontakt zu treten. Es lässt sich argumentieren, dass Bumble BFF mittlerweile eine Innovationsbewertung Stadium ist, weil Nutzer*innen schon über die Vorteile nachdenken, welche sie zur Nutzung animieren (Rogers, 1983, S. 14).

9.2 Freundschaft

Die Diskussion über Online-Freundschaften zeigt, dass sie in verschiedenen Altersgruppen und Situationen weit verbreitet sind und eine hohe Variabilität in Bezug auf Bedeutung und Intimität aufweisen (Dirks, 2019; Pouwels et al., 2021; Boyd, 2004, 2006). Eine tiefgehende Freundschaft erfordert mehr als nur gegenseitige Zuneigung; sie basiert auf der Bereitschaft, intime Details zu teilen und dasselbe vom Gegenüber zu erwarten, um ein Band des Vertrauens zu schaffen (Thomas, 1993; Telfer, 1970). Neben Vertrauen sind gemeinsame Interessen und das Wohl des anderen entscheidend für das Gefühl der Verbundenheit (Helm, 2010). Diese Aspekte werden auch in den Ergebnissen der Forschung, insbesondere der Interviews widergespiegelt. Durch die Interviews wird Freundschaft als eine Verbindung, die auf Vertrauen, Verlässlichkeit und gegenseitiger Unterstützung basiert definiert. Eine gute Freundin bzw. ein guter Freund zeichnet sich dadurch aus, dass sie/er eine Person ist, welcher man sich öffnen und man sich selbst sein kann, ohne Angst vor Verurteilung zu haben. Freundschaften existieren in vielfältigen Formen, Umfängen und Tiefengraden und erfordern Zeit, Aufmerksamkeit und Ressourcen, um zu gedeihen (Helm, 2010). Die Entscheidung, eine Freundschaft fortzusetzen, liegt bei den Beteiligten und hängt von ihrer aktiven Mitwirkung ab. Wichtig hier sind gemeinsame Interessen und gemeinsamer Humor. Bumble BFF zeigt eine hohe Homophilie unter den Nutzerinnen, wobei Gemeinsamkeiten in Profilgestaltung und Interessen stark ausgeprägt sind. Trotzdem gibt es auch Heterophilie, die Vielfalt und unterschiedliche Persönlichkeiten innerhalb der Nutzergruppe widerspiegelt. Die App ermöglicht es, Personen außerhalb des bekannten sozialen Kreises kennenzulernen, obwohl die Nutzerinnen tendenziell ähnliche Menschen bevorzugen. Hier lässt sich bestätigen, dass die Definition von Freundschaft aus der Theorie mit der Definition von Freundschaft im digitalen Raum übereinstimmt. Die Analyse von Profilen auf Plattformen wie Bumble BFF zeigt, dass Textinformationen und gemeinsame Interessen eine größere Rolle spielen als äußere Merkmale. Politische Ansichten sowie Aktivitäten wie Musik, Tanzen oder Kochen sind entscheidend für die Attraktivität eines Profils. Ein humorvoller und leichter Gesprächsstil wird als wichtig erachtet, um zu entscheiden, ob ein Treffen sinnvoll wäre. Im Gegensatz dazu werden Bilder von Partys oder stark geschminkte Fotos weniger bevorzugt, während natürliche Aufnahmen und ein freundliches Erscheinungsbild positiv wahrgenommen werden. Profile, die beidseitiges Interesse und guten Gesprächsfluss zeigen, werden bevorzugt. Die Dynamik der Online-Kommunikation auf Plattformen wie Bumble BFF führt dazu, dass Nutzerinnen schneller dazu neigen, potenzielle Freunde aufgrund der bereitgestellten Informationen zu bewerten. Dies steht im Kontrast zum realen Leben, wo solche Entscheidungen oft langsamer und weniger vorschnell getroffen werden. Oberflächliche Bewertungen und die Ablehnung von anderen

Personen, die man nicht persönlich kennt, sind häufige Themen in Interviews. Obwohl dies anfangs unangenehm sein kann, gewöhnen sich Nutzerinnen oft daran. Ablehnungen können unterschiedlich ausgelegt werden; sie können ignoriert oder auch zu einem Thema im realen Leben gemacht werden (Boyd, 2006). Online scheint es einfacher zu sein, eine Person abzulehnen, was darauf hindeutet, dass Nutzerinnen tendenziell nicht-konfrontative Strategien wie das "Unmatchen" bevorzugen. Das Phänomen des "Ghostings", sowohl abrupt als auch allmählich, ist ebenfalls verbreitet. Direkte Konfrontation durch eine klare Erklärung für das Beenden des Kontakts ist dagegen weniger üblich.

9.3 Kommunikation

Das Situationsmodell von Schulz von Thun (kein Datum) bietet wertvolle Einsichten für die Nutzung von Bumble BFF. Die verschiedenen Kanäle des Modells – Eingangskanal, Oberbauch, Unterbauch und Ausgangskanal – spiegeln die verschiedenen Phasen und Aspekte der Freundschaftsentstehung auf der Plattform wider. Der Eingangskanal umfasst die Vorgeschichte und die Anlässe für die Treffen, die bei Bumble BFF oft durch den Wunsch nach neuen Freundschaften motiviert sind. Die initiale Kontaktaufnahme und die Gründe für das Treffen sind zentrale Elemente, die die Nutzerinnen in ihre Profile einfließen lassen. Der Oberbauch des Modells, der die thematische Struktur wie Anlass und Ziele der Interaktion umfasst, zeigt sich in den Profilen der Nutzerinnen, die nach authentischen und ehrlichen Freundschaften suchen. Diese Offenheit und Ehrlichkeit sind entscheidend für die erfolgreiche Kommunikation vor einem ersten Treffen, das häufig über WhatsApp oder Instagram arrangiert wird. Authentische Selbstdarstellungen in den freien Textfeldern der Profile sind essenziell, um eine Basis für die Interaktion und mögliche Freundschaften zu schaffen. Die zwischenmenschliche Struktur des Unterbauchs reflektiert die Erwartungen und Bedürfnisse der Nutzerinnen. Sie bringen spezifische Vorstellungen ein, die darauf abzielen, vertrauensvolle und nachhaltige Freundschaften aufzubauen. Der Ausgangskanal bewertet schließlich, ob die anfänglichen Erwartungen erfüllt wurden und eine langfristige Freundschaft entstehen kann. Die Nutzung der App bringt jedoch auch Herausforderungen mit sich. Die schnelle Bewertung und Ablehnung von potenziellen Freund*innen ist online einfacher und häufiger als im echten Leben, was auf den digitalen Kontext und die sofortige Verfügbarkeit von Informationen zurückzuführen ist. Nicht-konfrontative Strategien wie "Unmatchen" oder "Ghosting" sind gängige Methoden, um unerwünschte Kontakte zu beenden. Dies kann für abgelehnte Personen frustrierend sein und negative Gefühle hervorrufen, wie es bei Corinna (I2) der Fall ist, die enttäuscht ist, dass sie keine Antwort auf ihre Nachrichten bekam. Obwohl dies ein übliches Phänomen auf solchen Plattformen ist (De Wiele

& Campbell, 2019, S. 173-175). Die Rolle der technischen Ausstattung und der Nutzungsmöglichkeiten der App ist ebenfalls entscheidend. Smartphones mit Internetzugang und die Fähigkeit, Inhalte selbst zu erstellen und auszuwählen, beeinflussen die Art und Weise der Kommunikation und die Pflege sozialer Beziehungen (Rogers, 2003, S.173). Diese Möglichkeiten bestehen alle in der Nutzung von Bumble BFF, durch die gegebenen Bedingungen der heutigen Gesellschaft in Österreich, ist es prinzipiell für die meisten Menschen möglich sich einen Zugang zu Bumble BFF zu verschaffen und die App schnell zu verstehen. Die Plattform ermöglicht interaktive Diskussionen und soziale Interaktionen, die zur Stärkung sozialer Bindungen, zur Unterstützung in Krisensituationen und zur Bildung von Gemeinschaftsidentitäten beitragen. Sie zeigt dadurch eine bestehende elektronisch mediatisierte Gemeinschaftskommunikation.

9.4 Methoden

Es kann grundsätzlich angenommen werden, dass die Vielzahl an unterschiedlichen Methoden zu einer unzureichenden Datensammlung bzw. Datenvorbereitung geführt hat. Die Forschung sollte sich auf Österreich beschränken, jedoch wurden Inhalte aus internationalen Foren gesammelt und analysiert sowie eine einseitige ethnografische Forschung durchgeführt. Es muss jedoch in Frage gestellt werden, ob alle Ergebnisse, wie in dieser Arbeit präsentiert, bei einer erneuten Forschung repliziert werden können. Die heterogene Datensammlung diene zwar einer umfassenden Darstellung des Forschungsgegenstands, könnte jedoch auch den Fokus der Forschungsfragen beeinträchtigt haben.

In ethnografischen Studien wird häufig das Verständnis und die Anwendung von Prinzipienwissen („Principles-Knowledge“) bei der Nutzung neuer Technologien beleuchtet. Rogers (2003) betont, dass das Grundlagenwissen über eine Innovation zwar nicht zwingend für deren Adoption erforderlich ist, jedoch eine entscheidende Rolle bei der Vermeidung von Fehlanwendungen und der Sicherung der nachhaltigen Nutzung spielt (Rogers, 2003, S. 173). Ein Mangel an Principles-Knowledge kann dazu führen, dass die Innovation falsch genutzt wird, was in der Konsequenz oft in einer Einstellung der Nutzung resultiert. Das Konzept erlangt insbesondere bei der Untersuchung der erfolglosen Nutzung der Versuchsperson Relevanz. Die ethnografische Analyse lässt den Schluss zu, dass die Nutzerinnen möglicherweise nicht über das erforderliche Prinzipienwissen verfügten, um die Plattform effektiv zu nutzen. Die fehlende Kenntnis grundlegender Funktionsweisen und effektiver Anwendungsmethoden der Plattform könnte folglich ein entscheidender Faktor für die gescheiterte Adaption und letztendlich die Aufgabe der Nutzung gewesen sein. Die Untersuchung der interkulturellen Unterschiede in der Aneignung von Principles-Knowledge kann ebenfalls aufschlussreich sein, da verschiedene kulturelle

Hintergründe unterschiedliche Herangehensweisen und Lernstrategien beinhalten können. Rogers' Argument unterstreicht die Bedeutung von umfassender Schulung und Unterstützung, um sicherzustellen, dass Nutzerinnen das notwendige Principles-Knowledge erwerben und somit die Erfolgchancen der Innovation erhöhen.

10 Beantwortung der Forschungsfragen

Im vorliegenden Kapitel werden, die zu Beginn der Arbeit aufgestellten Forschungsfragen bearbeitet, um die Arbeit abzuschließen. Die theoretische und empirische Arbeit zielte darauf ab, diese Fragen zu beantworten.

Hauptforschungsfrage 1: Wie nutzen junge Frauen in Österreich Bumble BFF, um Freundschaften zu knüpfen?

Die Altersgruppe der 18- bis 35-jährigen Frauen in Österreich nutzt Bumble BFF, um neue Freundschaften zu knüpfen. Die Nutzung von Bumble BFF erfolgt häufig erst nach einer persönlichen Empfehlung durch Personen aus dem eigenen sozialen Netzwerk. In der initialen Nutzungsphase, die in der Regel wenige Wochen andauert, zeigt sich die App als spannend und vielversprechend. Innerhalb dieses Zeitraums ändert sich zudem das Interesse und die Motivation der Nutzerinnen, sich mit neuen Menschen zu vernetzen. Die Verweildauer innerhalb der App nimmt bereits nach wenigen Wochen signifikant ab, obwohl sie von Beginn an relativ begrenzt ist. Dies ist darauf zurückzuführen, dass die Nutzerinnen nur wenig Zeit auf der App verbringen und diese vorwiegend abends nutzen, wenn mehr Zeit zur Verfügung steht. Die Nutzungsdauer verkürzt sich nach zwei Zeitpunkten, die relativ zeitnah eintreten, erheblich. Die erste Situation beschreibt eine erfolgreiche Vernetzung mit einer Person, da in der Regel nur eine Person gesucht wird, die als Freund*in in Frage kommt. Die zweite Situation tritt ein, wenn die Nutzerin nach wenigen Wochen noch immer keinen Erfolg in der Vernetzung mit anderen Personen hatte. Der Erfolg bzw. die Erfolgslosigkeit stellen die maßgeblichen Gründe für die Beendigung der Nutzung der App oder einer eingelegten Nutzungspause dar. Grundsätzlich lässt sich feststellen, dass die meisten Nutzerinnen die App testen und eher spontane Erfolge oder Misserfolge erleben. Zusätzliche, bezahlbare Optionen werden nicht genutzt, da sie als nicht notwendig erachtet werden.

Subforschungsfrage 1a: Welche Motive und Bedürfnisse stecken generell hinter der Nutzung von Bumble BFF?

Die Motive, die zur Nutzung von Bumble BFF führen, können nicht verallgemeinert werden, da die situativen Gegebenheiten pro Person stark individuell sind. Die Hauptmotivation aller Nutzerinnen und Nutzer lässt sich wie folgt zusammenfassen: Sie alle verfolgen das gleiche Grundziel, nämlich neue Menschen kennenzulernen und eine zusätzliche soziale Stimulation zu erleben, die über das ständige bekannte Netzwerk hinausgeht. In der Regel lassen sich zwei Hauptmotive unterscheiden. Einerseits bestehen das Verlangen und der Wunsch nach

tiefgründigen, langfristigen und intensiven Freundschaften. Andererseits besteht der Wunsch nach grundlegender sozialer Interaktion mit Fremden. Als Nebeneffekt lässt sich das Element der Unterhaltung beobachten, welches die App zu einem weiteren Zeitvertreib neben anderen Aktivitäten werden lässt. Das Betrachten von Profilen anderer Nutzerinnen und Nutzer weckt Interesse und wirkt unterhaltend.

Subforschungsfrage 1b: Welche Entscheidungsgrundlagen sind für die Anbahnung von Freundschaften auf Bumble BFF maßgeblich?

Die Anbahnung von Freundschaften ist von einer Reihe von Faktoren abhängig. Von besonderer Relevanz ist die Übereinstimmung in Bezug auf gemeinsame Interessen. Sofern keine Gemeinsamkeiten über das Profil der Nutzerin identifiziert werden können, erfolgt keine Kontaktaufnahme. Im Anschluss erfolgt eine Analyse der Inhalte sowie der Nutzung von Worten und visuellen Begleitungen wie Emojis. An zweiter Stelle steht das Aussehen, welches darüber entscheidet, ob ein Interesse an der anderen Person besteht. Sympathische und natürliche Personen werden als potenzielle Freund*innen identifiziert. Faktoren wie Alter, Herkunft, Sprache und sozioökonomische Verhältnisse können einen Einfluss ausüben, jedoch keine ausschlaggebende Relevanz aufweisen.

Subforschungsfrage 1c: Welche Kriterien beeinflussen den positiven Ausgang der Freundschaftsentstehung über Bumble BFF bei jungen Frauen in Österreich?

Die Kriterien, die einen positiven Ausgang der Freundschaftsentstehung über Bumble BFF beeinflussen, sind in erster Linie die Kommunikationserlebnisse zwischen zwei Nutzerinnen. Die Qualität der zwischenmenschlichen digitalen Kommunikation wirkt sich bereits auf den Ausgang der Ergebnisse aus. Dabei ist entscheidend, dass die Kommunikation flüssig verläuft und sich natürlich anfühlt. Diesbezüglich ist zu erwähnen, dass die Personen kontinuierlich ein Gesprächsthema zur Verfügung haben sollten. Der Zeitpunkt des Treffens markiert den entscheidenden Moment, in dem sich entscheidet, ob die potenzielle Freundschaft eine Zukunft hat. Die Wahrscheinlichkeit eines positiven Ausgangs bzw. einer Entstehung einer Freundschaft ist umso höher, je länger der Kontakt nach dem ersten Treffen aufrechterhalten wird.

Hauptforschungsfrage 2: Welche visuelle/schriftlichen Kommunikationsprozesse und -ebenen prägen die Entstehung von Freundschaften über Bumble BFF bei jungen Frauen in Österreich?

Die schriftlichen Inhalte werden insbesondere durch die angegebenen Interessen geprägt, was die Entstehung von Freundschaften beeinflusst. Hier sind die vorgegebenen, jedoch selbstständig ausgewählten Elemente und Informationen durch Bumble BFF gemeint. Persönliche, individuelle Texte sind im Entscheidungsprozess nachrangig. Wichtige Elemente sind die Sprache und die visuelle Kommunikation über Emojis und Fotos. Über diese Elemente wird Sympathie aufgebaut. In der schriftlichen Kommunikation ist die Nutzung einer ähnlichen Sprache und Schreibweise von Bedeutung, da dies die Homophilie zwischen den Personen unterstreicht. Sowohl in der visuellen als auch in der schriftlichen Kommunikation stellt Humor den ausschlaggebenden Indikator für ein freundschaftliches Verständnis zwischen Nutzerinnen dar. Humor kann visuell durch lebendige, spaßige, bunte Fotos, die jemanden bei Aktivitäten oder Veranstaltungen zeigen, dargestellt werden. Zudem kann er in der entsprechenden humorvollen Beantwortung von individuellen Fragen im Profil zum Ausdruck gebracht werden. Im zwischenmenschlichen Prozess kann Humor durch die genutzte Sprache, verwendeten Redewendungen oder Memes (virale Online-Inhalte) innerhalb von Bumble BFF zum Ausdruck gebracht werden.

Subforschungsfrage 2a: Welche Rolle spielen virtuelle Kommunikationsmittel im Vergleich zu persönlichen Treffen bei der Entwicklung von Freundschaften?

Virtuelle Kommunikationsmittel wie Bumble BFF, aber auch Kommunikation über WhatsApp und Instagram, stellen eine wesentliche Grundlage für die Sicherstellung einer regelmäßigen Kommunikation und eines andauernden Austauschs untereinander dar. Die initialen Kommunikationsprozesse werden über die Bumble BFF-App initiiert, während die weiteren Interaktionen außerhalb der App, insbesondere über WhatsApp und Instagram, stattfinden. Dies ist dadurch begründet, dass diese Netzwerke in erster Linie für den Austausch mit Freund*innen genutzt werden und eine erste Intimität zwischen Personen auf digitaler Basis bereitstellen. Persönliche Treffen sind von hoher Wichtigkeit, da nur durch ein persönliches Treffen final entschieden werden kann, ob diese Freundschaft eine Zukunft hat. Es ist nicht erforderlich, regelmäßig persönliche Treffen zu arrangieren, jedoch sollte mindestens ein Treffen pro Jahr stattfinden. Die Wahrscheinlichkeit, eine Freundschaft einzugehen, ist ohne ein persönliches Treffen minimal.

11 Limitationen

Die vorliegende Arbeit präsentiert wertvolle Erkenntnisse zur Nutzung von Bumble BFF, den vorhandenen Kommunikationsprozessen sowie Online-Freundschaften. Es ist jedoch anzumerken, dass die Ergebnisse unter Berücksichtigung einiger methodischer und konzeptioneller Einschränkungen zu betrachten sind, was den Umfang sowie die Generalisierbarkeit der Ergebnisse beeinflusst. Aufgrund des unerforschten Arbeitsfelds standen nur wenige direkte theoretische Grundlagen zur Verfügung. Es wurde versucht, aus verwandten Themengebieten und Forschungsständen eine Basis zu schaffen, was das Forschungsdesign und die Diskussion der Ergebnisse beeinflussen könnten. Die Untersuchung des Samples erfolgte in drei Schritten: Ethnografie, Online-Inhaltsanalysen und Leitfadeninterviews. In der Ethnografie verfolgten die Versuchspersonen nicht aktiv das Ziel, Freundschaften zu schließen, da die Nutzung der App im Rahmen eines Forschungsvorhabens stattfand. Dies führte zu einer möglichen Beeinflussung der Erlebnisse und Vorgehensweisen, die von der üblichen Nutzung abweichen könnten. Bei den Online-Inhaltsanalysen wurde die Online-Forenanalyse ausschließlich auf reddit.com durchgeführt, was eine vollständige Erfassung aller relevanten Beiträge nicht gewährleistet. Die Nachverfolgung der Urheber*innen war nicht möglich und keine demografischen oder geografischen Daten wurden geliefert. Zudem konnte die Authentizität der Beiträge nicht verifiziert werden. Die Profilanalyse auf Bumble BFF war durch die geografische Lage der Versuchspersonen limitiert, da Bumble BFF den Radius einschränkt und die Versuchsperson sich nur zwischen Wien und Salzburg bewegte. Dies beeinflusste auch die ethnografische Forschung, da nur mit einer bestimmten Gruppe von Nutzer*innen kommuniziert werden konnte. Weiterhin wurde die Profilanalyse durch den Algorithmus von Bumble BFF und die Alters- sowie Geschlechtsbeschränkung beeinflusst, sodass nur weibliche Personen in die Untersuchung einbezogen wurden. Diese Einschränkungen beeinflussen die Generalisierbarkeit der Ergebnisse und sollten bei der Interpretation der Forschungsergebnisse sowie in zukünftigen Studien berücksichtigt werden.

12 Weitere Forschung, Ausblicke in die Zukunft

Die vorliegende Arbeit präsentiert eine Art Grundlagenforschung in diesem Forschungsgebiet. Auf Basis der vorliegenden Erkenntnisse können weitere Aspekte erforscht werden, die in dieser Arbeit nicht behandelt wurden. Im Anschluss können die Limitationen aufgegriffen werden, um den Radius und das Alter der Personen zu vergrößern. Des Weiteren besteht die Möglichkeit, diese Forschung mit männlichen Personen zu replizieren. Ein Vergleich zwischen Geschlechtern, Bundesländern und Alter ist ebenfalls möglich. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, den Fokus auf bestimmte Faktoren zu legen, beispielsweise auf die Treffen der Personen oder den Verlauf der Freundschaften sowie auf die Intimität und Dauer dieser entstandenen oder nicht entstandenen Freundschaften. Die schriftliche Kommunikation kann näher erforscht werden, insbesondere im Hinblick auf die Frage, inwiefern bestimmte Schreibweisen in Profilen oder in der direkten Kommunikation die Sympathie und die Entstehung von Freundschaften beeinflussen. Zudem könnte eine detaillierte Bildanalyse und der damit verbundene Erfolg der Freundschaftsbildung Gegenstand weiterer Forschung sein. Da Freundschaften auch auf anderen Wegen im Internet entstehen können, wäre ein Vergleich mit anderen sozialen Netzwerken eine Option. Ebenso wäre ein Vergleich zwischen Freundschaften, die offline und solchen, die online entstanden sind, denkbar. Die starke Beeinflussungskraft von Humor in der Freundschaftsentstehung im digitalen Raum könnte ein weiteres interessantes Forschungsfeld darstellen.

13 Conclusio

Die Analyse von Bumble BFF-Profilen zeigt, dass die meisten Nutzer*innen allein auf ihren Fotos zu sehen sind, häufig in Außenbereichen und in farbenfrohen Umgebungen. Emojis werden von einem Großteil der Profile verwendet, was die informelle und freundliche Natur der Kommunikation auf der Plattform unterstreicht. Das Durchschnittsalter der Nutzer*innen liegt bei 26,4 Jahren. Berufliche Informationen sind auf den meisten Profilen spärlich, während ausführliche Beschreibungen von Interessen und Lebensweisen weit verbreitet sind. Viele Profile enthalten kurze Antworten auf vorgegebene Fragen, und etwa die Hälfte der Nutzer*innen verlinkt zusätzliche Accounts wie Instagram oder Spotify. Die häufigsten Interessen umfassen Kaffee, Fitnessstudio, Kunst, Tanzen, Wandern, Essen und Konzerte. Freundschaften, die auf Bumble BFF geschlossen werden, basieren auf Vertrauen, Verlässlichkeit und gegenseitiger Unterstützung. Die App bietet eine attraktive Option für Menschen, die sich in neuen Lebenssituationen befinden oder ihr soziales Netzwerk erweitern möchten. Sie erleichtert das Knüpfen neuer Freundschaften, insbesondere für diejenigen, die herkömmliche Methoden der Kontaktaufnahme als unangenehm empfinden. Bumble BFF bedient eine breite Palette menschlicher Bedürfnisse nach sozialer Verbundenheit, wobei die Motivationen und Erwartungen der Nutzerinnen vielfältig sind. Der gemeinsame Nenner ist jedoch der Wunsch, neue Beziehungen zu fremden Menschen aufzubauen. Ein zentrales Element der Nutzung von Bumble BFF ist die kurze Verweildauer auf der App, was darauf hinweist, dass die Nutzerinnen schnell entscheiden, ob sie jemanden treffen möchten oder nicht. Dies kann ein potenzielles Suchtverhalten reduzieren, da die Nutzung der App auf spezifische, zielgerichtete Interaktionen beschränkt bleibt. Die initiale Kontaktaufnahme und der Grund für das Treffen sind wesentliche Aspekte bei Bumble BFF. Nutzerinnen suchen nach authentischen und ehrlichen Freundschaften, was aus den Profilen deutlich wird. Die Kommunikation vor dem ersten Treffen erfolgt häufig über WhatsApp oder Instagram, wobei Offenheit und Ehrlichkeit entscheidend sind, um Missverständnisse zu vermeiden und eine authentische Verbindung aufzubauen.

Insgesamt zeigt sich, dass Textinformationen und gemeinsame Interessen zentral für die Profilbewertung sind. Politische Einstellungen und der Humor der Nutzerinnen spielen ebenfalls eine wichtige Rolle bei der Entscheidung, ob ein Treffen sinnvoll ist. Partybilder und übermäßig geschminkte Fotos sind weniger beliebt, während natürliche Fotos und ein freundliches Erscheinungsbild bevorzugt werden. Profile, die beidseitiges Interesse und einen guten Gesprächsfluss zeigen, werden bevorzugt. Letztlich sind eine sympathische Wahrnehmung und ähnliche Lebensstile, wie etwa Nichtrauchen, von Bedeutung. Dies ähnelt den Kriterien für

Freundschaften im echten Leben, nur dass auf Bumble BFF die Beurteilung schneller erfolgt, da sofort viele Informationen über eine Person verfügbar sind. Die Nutzung von Bumble BFF zeigt, dass die App eine weniger unangenehme Methode darstellt, neue Menschen kennenzulernen, als dies im echten Leben oft der Fall ist. Über die App ist es einfacher, Ziele und Interessen klar zu kommunizieren, was ein Gefühl des Zusammenhalts innerhalb der Community fördert. Freundschaften sind ein wichtiger Aspekt im Leben junger Frauen in Österreich, und Bumble BFF hilft, diesen Aspekt konstant und abwechslungsreich zu gestalten. Insgesamt lässt sich festhalten, dass Bumble BFF eine effektive Plattform ist, um neue Freundschaften zu knüpfen und soziale Netzwerke zu erweitern. Die App ermöglicht es den Nutzerinnen, auf einfache Weise neue soziale Verbindungen zu knüpfen, indem sie Textinformationen, gemeinsame Interessen und technische Möglichkeiten nutzen, um die Art der Interaktionen und die Pflege sozialer Beziehungen zu beeinflussen.

14 Literaturverzeichnis

- Özen, A., Sümer, N., & Demir, M. (2010). Predicting friendship quality with rejection sensitivity and attachment security. *Journal of Social and Personal Relationships*, 28(2), S. 163–181.
- Adams, R., Blieszner, R., & De Vries, B. (März 2000). DEFINITIONS OF FRIENDSHIP IN THE THIRD AGE: Age, Gender, and Study Location Effects. *Journal of Aging Studies*, 14(1), S. 117-133.
- Adams, T., Ellis, C., Bochner, A., Ploder, A., & Stadlbauer, J. (2020). Autoethnografie. In G. Mey, & K. Mruck, *Handbuch Qualitative Forschung in der Psychologie*. Wiesbaden: Springer Reference Psychologie.
- Adams, T., Holman Jones, S., & Ellis, C. (2015). *Autoethnography*. New York: Oxford University Press.
- Alexopoulos, C., Timmermans, E., & McNallie, J. (2020). Swiping more, committing less: Unraveling the links among dating app use, dating app success, and intention to commit infidelity. *Computers in Human Behavior*, 102, S. 172-180.
- Böhm, M. (2022). *Bundestagswahl 2021 – Die metaphorischen Konzepte der Kandidatin und der Kandidaten Ein politolinguistischer Vergleich anhand der fünf Trielle*. Wiesbaden: Springer VS.
- Bailey, B. (kein Datum). *roast.dating*. Abgerufen am Jänner 2024 von Wie funktioniert Bumble? Ein kompletter Überblick über Funktionen, Ratschläge und Tricks: <https://roast.dating/de/blog/wie-funktioniert-bumble>
- Bashir, U. (November 2023). *Beliebteste Messenger in Österreich 2023*. Abgerufen am Februar 2024 von [de.statista.com](https://de.statista.com/prognosen/1000264/oesterreich-beliebteste-messenger): <https://de.statista.com/prognosen/1000264/oesterreich-beliebteste-messenger>
- Battaglia, M. (2008). Convenience Sampling. *Encyclopedia of Survey Research Methods*, 0, S. 149-149. Von <https://doi.org/10.4135/9781412963947> abgerufen
- Berndt, T. J. (Februar 2002). Friendship Quality and Social Development. *PSYCHOLOGICAL SCIENCE*, 11(1), S. 7-10.
- Blanco, G., Goel, R. K., & Ram, R. (2023). What drives the production and diffusion of mobile apps? An international investigation. *Managerial and Decision Economics*, 44(2), S. 828–838. Von <https://doi.org/10.1002/mde.3714> abgerufen
- Blankenfeld, M. (August 2023). *brigitte.de*. Abgerufen am Februar 2024 von Warum es so schwierig ist, als Erwachsene Freundschaften zu schließen: <https://www.brigitte.de/liebe/persoentlichkeit/psychologie--darum-findet-wir-als-erwachsene-schwieriger-neue-freunde-13160328.html>

- Bohannon, M. (Juli 2023). *forbes.com*. Abgerufen am November 2023 von Bumble Launching ‘Bumble For Friends’ Standalone App In Latest Platonic Friendship Venture: <https://www.forbes.com/sites/mollybohannon/2023/07/26/bumble-ditching-bumble-bff-feature-for-new-bumble-for-friends-standalone-app/>
- Bonilla-Zorita, G., Griffiths, M. D., & Kuss, D. J. (2021). Online Dating and Problematic Use: A Systematic Review. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 19, S. 2245–2278. Von <https://doi.org/10.1007/s11469-020-00318-9> abgerufen
- Borges, J. V., Campos, A. C., Carvahlo De Rezende, D., & Antonialli, L. M. (2022). YOU’VE GOT A MATCH! THE CHARACTERISTICS OF USER PROFILES ON DATING APPLICATIONS. *Revista Alcance*, 29(1), S. 70-85. Von [https://doi.org/10.14210/alcance.v29n1\(jan/abr\).p70-85](https://doi.org/10.14210/alcance.v29n1(jan/abr).p70-85) abgerufen
- Boyd, D. M. (April 2004). Friendster and Publicly Articulated Social Networking. *Proceedings of Conference on Human Factors and Computing Systems*, S. 24-29.
- Boyd, D. M. (2006). Friends, Friendsters, and MySpace Top 8: Writing Community Into Being on Social Network Sites. *First Monday*, 11(12).
- Brailovskaia, J. (2013). *Narzisstisch und sensationssuchend? : eine Studie zum Zusammenhang zwischen Persönlichkeitsmerkmalen und Online-Selbstdarstellung am Beispiel von studiVZ*. Glückstadt: Hülsbusch.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3, S. 77-101.
- Brett, B. (2011). *The psychology of sharing*. New York Times Customer Insight Group. Von https://www.bostonwebdesigners.net/wp-content/uploads/POS_PUBLIC0819-1.pdf abgerufen
- Brokenmind44. (2023). *reddit.com*. Abgerufen am Februar 2024 von Habt ihr noch Freunde aus der Schulzeit? Und wie tut ihr euch als Erwachsene neue Freunde zu finden?: https://www.reddit.com/r/Austria/comments/17pxvnq/habt_ihr_noch_freunde_aus_der_schulzeit_und_wie/
- bumble. (2023). *Bumble*. Abgerufen am Oktober 2023 von bumble.com: <https://bumble.com/>
- bumble. (2023). *bumble.com*. Abgerufen am Oktober 2023 von The Friendship Hub: <https://bumble.com/bff/friendship>
- bumble. (2023). *team.bumble.com*. Abgerufen am Oktober 2023 von 2 Apps one mission: <https://team.bumble.com/about>

- Burkart, R., & Hömberg, W. (2015). Neue Kommunikationräume - elektronisch mediatisierte Gemeinschaftskommunikation. In R. Burkart, & W. Hömberg, *Kommunikationstheorien - ein Textbuch zur Einführung* (Bd. 8). Wien: new academic press.
- Chan, L. S. (2017). Who uses dating apps? Exploring the relationships among trust, sensation-seeking, smartphone use, and the intent to use dating apps based on the Integrative Model. *Computers in Human Behavior*, 72, S. 246-258. Von <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2017.02.053> abgerufen
- Chatman, E. A. (1986). Diffussion Theory: A review and test of conceptual model in information diffusion. *Journal of the American Society for Information Science*, 37(6), S. 377.
- Chester, A., & O'Hara, A. (2007). Image, Identity and Pseudonymity in Online Discussions. *INTERNATIONAL JOURNAL OF LEARNING*, 13(12), S. 193-203.
- Chui, R. (May 2014). A Multi-faceted Approach to Anonymity Online: Examining the Relations between Anonymity and Antisocial Behavior . *Journal of Virtual Worlds Research*, 7(2), S. 1-13.
- De Choudhury, M., & De, S. (2014). Mental Health Discourse on reddit: Self-Disclosure, Social Support, and Anonymity. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 8(1), S. 71-80. Von <https://doi.org/10.1609/icwsm.v8i1.14526> abgerufen
- De Wiele, C. V., & Campbell, J. F. (2019). 11: FROM SWIPING TO GHOSTING: CONCEPTUALIZING REJECTION IN MOBILE DATING. In A. Hetsroni, & M. Tuncez, *It Happened on Tinder Reflections and Studies on Internet-Infused Dating*.
- derstandard.at. (28. November 2018). Wie findet man als Erwachsener neue Freunde? *derStandard*. Von <https://www.derstandard.at/story/2000092412239/wie-findet-man-als-erwachsener-neue-freunde> abgerufen
- Dirks, R. (2019). Forgetting Friendship: Redefining Friendship in the age of techno-reality. In T. Delaney, & T. Madigan, *A global perspective on friendship and happiness* (S. 50-54). Vernon Press.
- Ellis, C. (2004). *The ethnographic I : a methodological novel about autoethnography*. Walnut Creek, Calif.: AltaMira Press.
- Ellis, C. (2008). *Systematic sociological introspection* (Bd. 20). Library Jourlnas.
- English Dictionary. (kein Datum). *dictionary.cambridge.com*. Abgerufen am März 2024 von ghosting: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/ghosting>
- eurostat. (2015). *Frequency of getting together with family and relatives or friends by sex, age and educational attainment level*. Von

- https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/ilc_scp09__custom_9668615/default/table?lang=en&page=time:2015 abgerufen
- Fiore, A. T., Taylor, L. S., Mendelsohn, G., & Hearst, M. (2008). Assessing Attractiveness in Online Dating Profiles. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, S. 797–806. Von <https://doi.org/10.1145/1357054.1357181> abgerufen
- Fischer, C. S. (1982). *To dwell among friends : personal networks in town and city*. Chicago: Univ. of Chicago Press.
- Galupo, M., & Gonzales, K. (2013). Friendship Values and Cross-Category Friendships: Understanding Adult Friendship Patterns Across Gender, Sexual Orientation and Race. *Sex Roles*, 68, S. 779–790. Von DOI 10.1007/s11199-012-0211-x abgerufen
- Gillespie, B. J., Lever, J., Frederick, D., & Royce, T. (August 2014). Close adult friendships, gender, and the life cycle. *Journal of Social and Personal Relationships*, 32(6), S. 709-736.
- Graefe, L. (2019). *Enge Freundschaften in Österreich 2019*. Abgerufen am Februar 2024 von statista.com: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/430987/umfrage/anzahl-der-engen-freundschaften-in-wien/>
- Graefe, L. (Oktober 2022). *Wie wichtig sind Ihnen Freunde und Bekannte im Leben?* Abgerufen am Februar 2024 von statista.com: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1097063/umfrage/wichtigkeit-der-freunde-in-oesterreich/>
- Graham, V., & Wunsch-Vincent, S. (2007). *Participative Web and User-created Content. WEB 2.0, Wikis and Social Networking*. Paris: OECD.
- Greis, L. (kein Datum). Links swipen für Freundschaft: Ich habe Bumble BFF ausprobiert. *Mit Vergnügen*. Von <https://hamburg.mitvergnuegen.com/2021/links-swipen-fuer-freundschaft-ich-habe-bumble-bff-ausprobiert/> abgerufen
- Groeben, N., & Scheele, B. (2000). Dialogue-hermeneutic Method and the "Research Program Subjective Theories Authors". *Forum Qualitative Sozialforschung Forum: Qualitative Social Research*, 1(2), S. Art. 10.
- Hüttner, M., & Schwarting, U. (2002). *Grundzüge der Marktforschung* (Bd. 7). Oldenbourg Wissenschaftsverlag.
- Haas, A. (2013). *Interpersonale Kommunikation und Medienwirkungen Beurteilung der Themenrelevanz im Zusammenspiel mit Gesprächen und Mediennutzung*. München: Springer VS.

- Hailey, L. (2023). *15 Best Friendship Apps To Make Friends in 2023*. Abgerufen am Oktober 2023 von scienceofpeople.com: <https://www.scienceofpeople.com/best-friendship-apps/>
- Halversen, A., King, J., & Silva, L. (2022). Reciprocal self-disclosure and rejection strategies on bumble. *Journal of Social and Personal Relationships*, 39(5), S. 1324–1343.
- Helm, B. W. (2010). Friends are other selves. In B. W. Helm, *Love, Friendship, and the Self: Intimacy, Identification, and the Social Nature of Persons*. Oxford: Oxford Academic.
- Hood, M., Creed, P. A., & Mills, B. J. (2018). Loneliness and online friendships in emerging adults. *Personality and Individual Differences*(133), S. 96-102.
- Hussy, W., Schreier, M., & Echterhoffer, G. (2010). *Forschungsmethoden* (Bd. 2). Berlin: Springer.
- InterNations. (2023). *Expat Insider 2023*. Abgerufen am Februar 2024 von <https://cms.in-cdn.net/cdn/file/cms-media/public/2023-07/Expat-Insider-2023-Survey-Report.pdf>
- Kapoor, K., Dwivedi, Y., & Williams, M. (2014). Innovation adoption attributes: a review and synthesis of research findings. *European Journal of Innovation Management*, 17(3), S. 327-348.
- Karnowski, V. (2023). *Diffusionstheorie* (Bd. 3). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG.
- Krämer, N. C., & Winter, S. (2008). Impression Management 2.0: The Relationship of Self-Esteem, Extraversion, Self-Efficacy, and Self-Presentation Within Social Networking Sites. *Journal of Media Psychology*, 20(3), S. 106–116. Von doi: 10.1027/1864-1105.20.3.106 abgerufen
- Kuckartz, U. (2018). *Qualitative Inhaltsanalyse: Methoden, Praxis, Computerunterstützung* (Bd. 4). Weinheim Basel: Beltz Juventa.
- Kuckartz, U., & Rädiker, S. (2023). *Fokussierte Interviewanalyse mit MAXQDA* (Bd. 2). Berlin: Springer VS.
- Kupsa, N., & Rechner, K. (22. April 2023). Wie man als Erwachsener Freunde findet. *derstandard.at*. Von <https://www.derstandard.at/story/2000145651588/wie-man-als-erwachsener-freunde-findet> abgerufen
- Lamnek, S., & Krell, C. (2016). *Qualitative Sozialforschung* (Bd. 6). 69 469 Weinheim: Beltz Verlagsgruppe.
- Lazarsfeld, P., & Merton, R. (1954). *Friendship as a social process : a substantive and methodological analysis*.

- Lenhart, A., Smith, A., Anderson, M., Duggan, M., & Perrin, A. (2015). *Teens, Technology & Friendships*. Pew Research Center. Von <http://www.pewinternet.org/2015/08/06/teens-technology-and-friendships/> abgerufen
- Levmore, S. (1996). Anonymity Tool . *University of Pennsylvania Law Review*, 144(5), S. 2191-2236.
- Mayring, P. (2020). Qualitative Inhaltsanalyse. In G. Mey, & K. Mruck, *Handbuch Qualitative Forschung in der Psychologie*. Springer Reference Psychologie. Wiesbaden: Springer.
- McNamara Barry, C., & Madsen, S. D. (2010). Friends and Friendships in Emerging Adulthood. *The Changing Spirituality of Emerging Adults*, S. 1-17.
- Mey, G., & Mruck, K. (2010). Interviews. In G. Mey, & K. Mruck, *Handbuch Qualitative Forschung in der Psychologie*. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Von https://doi.org/10.1007/978-3-531-92052-8_30 abgerufen
- Mobile Marketing Association Austria. (2020). *Mobile Communications Report 2020: Mehr mobile trotz geringerer Mobilität im Corona-Jahr*. Abgerufen am Februar 2024 von [mmaaustria.at: https://www.mmaaustria.at/single-post/mobile-communications-report-2020](https://www.mmaaustria.at/single-post/mobile-communications-report-2020)
- Murdaca, F. (7. November 2023). Ich habe eine Dating-App verwendet, um neue Freund:innen zu finden – und das ist passiert. *GLAMOUR*. Von <https://www.glamour.de/artikel/bumble-bff-freunde-finden> abgerufen
- OnePoll. (März 2019). *72point.news*. Abgerufen am Februar 2024 von DIFFICULTY MAKING FRIENDS: <https://72point.news/case-study-evite>
- Pouwels, L., Valkenburg, P., Beyens, I., van Driel, I., & Keijsers, L. (2021). Social Media Use and Friendship Closeness in Adolescents' Daily Lives: An Experience Sampling Study. *American Psychological Association*, 57(2), S. 309-323.
- Pringels, D. (2020). *vice.com*. Abgerufen am April 2024 von Einsame Menschen erzählen, wie es ist, keine Freunde zu haben: <https://www.vice.com/de/article/y3gzze/einsame-menschen-erzaehlen-wie-es-ist-keine-freunde-zu-haben>
- Pronk, T. M., & Denissen, J. J. (April 2020). A Rejection Mind-Set: Choice Overload in Online Dating. *Social Psychological and Personality Science*, 11(3), S. 388-396.
- Rath, M. (2014). Ethik der mediatisierten Welt als integrative Disziplin. In M. Rath, *Ethik der mediatisierten Welt*. Wiesbaden: Springer VS. Von https://doi.org/10.1007/978-3-658-05759-6_5 abgerufen
- reddit.com*. (2023). Abgerufen am Februar 2024 von Wie habt ihr als Erwachsener Freunde gefunden? :

- https://www.reddit.com/r/Austria/comments/10wstnj/wie_habt_ihr_als_erwachsener_freunde_gefunden/
- reddit.com. (2023). Abgerufen am Februar 2024 von Neue Freundschaften schließen: https://www.reddit.com/r/Austria/comments/163g1o3/neue_freundschaften_schlie%C3%9Fen/
- reddit.com. (2023). Abgerufen am Februar 2024 von Ich suche: Freunde ❤️: https://www.reddit.com/r/Austria/comments/156eaks/ich_suche_freunde/
- reddit.com. (2024). Abgerufen am Februar 2024 von Wie findet man bitte Freunde 😊: https://www.reddit.com/r/Austria/comments/18nv46f/wie_findet_man_bitte_freunde/
- Rogers, E. (1983). *Diffusion on innovations* (Bd. 3). New York: The free press.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations - 5th Edition* (Bd. 5). Free Press.
- Schär, C. (2019). Subjekte photographieren Eine subjekt(-ivierungs)- und körperleibtheoretische Perspektivierung jugendlicher Selbstdarstellungen in digitalen sozialen Netzwerken. In D. Rode, & M. Stern, *Self-Tracking, Selfies, Tinder und Co. - Konstellationen von Körper, Medien und Selbst in der Gegenwa.* Bielefeld: transcript Verlag. Von <https://doi-org.uaccess.univie.ac.at/10.1515/9783839439081> abgerufen
- Scherr, S., & Schmitt, M. (2018). Passive Facebook-Nutzung, selektive Selbstdarstellung und negative Wahrnehmungen des eigenen Lebens: Mehrgruppen Cross-Lagged Panelanalysen zu differentiellen Effekten im Kontext psychologischen Wohlbefindens. *Medien & Kommunikationswissenschaft : M & K*, 66(1), S. 58-74. Von doi: 10.5771/1615-634X-2018-1-58 abgerufen
- Schulz von Thun Institut für Kommunikation. (kein Datum). *schulz-von-thun.de*. Abgerufen am März 2024 von das Situationsmodell: <https://www.schulz-von-thun.de/modelle/das-situationsmodell>
- Shangwei, W., & Trottier, D. (2022). Dating apps: a literature review. *ANNALS OF THE INTERNATIONAL COMMUNICATION ASSOCIATION*, 46(2), S. 91–115. Von <https://doi.org/10.1080/23808985.2022.2069046> abgerufen
- Shaw, N., Eschenbrenner, B., & Brand, B. M. (Jänner 2022). Towards a Mobile App Diffusion of Innovations model: A multinational study of mobile wallet adoption. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 64, S. 102768. Von <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102768> abgerufen
- Speed Friending. (kein Datum). *speedfriending.at*. Abgerufen am Februar 2024 von Speed Friending Check for events nearby... and find Friendship. : <https://speedfriending.at/>

- Statista Research Department. (Jänner 2024). *Internet-Nutzung nach Gerät in Österreich Dezember 2023*. Abgerufen am Februar 2024 von [de.statista.com: https://de.statista.com/statistik/daten/studie/442514/umfrage/anteil-mobiler-geraete-an-der-internet-nutzung-in-oesterreich/](https://de.statista.com/statistik/daten/studie/442514/umfrage/anteil-mobiler-geraete-an-der-internet-nutzung-in-oesterreich/)
- Suler, J. (Juni 2005). Contemporary Media Forum. *International Journal of Applied Psychoanalytic Studies*, 2(2), S. 184-188.
- Telfer, E. (1970). Friendship. *Proceedings of the Aristotelian Society*, 71, S. 223–241. Von <http://www.jstor.org/stable/4544810> abgerufen
- Thomas, L. (1993). Friendship and Other Loves. In L. Thomas, & N. K. Badhwar, *Friendship*. Ithaca, NY: Cornell University Press.
- TikTok. (Oktober 2023). *20,9 Millionen Menschen in Deutschland und 2,1 Millionen in Österreich nutzen TikTok jeden Monat*. Abgerufen am Februar 2024 von [newsroom.tiktok.com: https://newsroom.tiktok.com/de-de/mau-announcement](https://newsroom.tiktok.com/de-de/mau-announcement)
- Völker, D. (2015). *Kommunikation im Krisenmodus*. Springer.
- van Driel, I., Pouwels, J., Beyens, I., & Keijsers, L. (Februar 2020). *Posten, scrollen, appen en snappen: Jongeren (14-15 jaar) en social media in 2019*. Universiteit van Amsterdam. Amsterdam: Center for Research on Children, Adolescents, and the Media (CcaM).
- Wachmann, A. (2019). *Quantitative und Qualitative Forschung im Vergleich Denkweisen, Zielsetzungen und Arbeitsprozesse*. Springer.
- Wise, J. (2023). *HOW MANY PEOPLE USE BUMBLE IN 2023? (NEW STATS)* Read more at *EarthWeb: How Many People Use Bumble in 2023? (New Stats)* <https://earthweb.com/how-many-people-use-bumble/>. Abgerufen am Oktober 2023 von [earthweb.com: https://earthweb.com/how-many-people-use-bumble/](https://earthweb.com/how-many-people-use-bumble/)
- Witterauf, S. (14. Dezember 2021). Suche neue beste Freundin. *Zeit Online*.
- Zhou, L., Lin, J., Li, Y., & Zhang, Z. (April 2020). Innovation Diffusion of Mobile Applications in Social Networks: A Multi-Agent System. *sustainability*, 12(7), S. 2884. Von <https://doi.org/10.3390/su12072884> abgerufen
- Zillmann, D. (2016). Selbstdarstellung bei der Partnersuche im Internet. In D. Zillmann, *Von Kleinen lügen und Kurzen Beinen*. Germany: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH. Von doi: 10.1007/978-3-658-13881-3_4 abgerufen
- Zimmermann, D., Wehler, A., & Kasper, K. (2023). Self-representation through avatars in digital environments. *Current Psychology*, 42(25), S. 21775–21789. Von doi: 10.1007/s12144-022-03232-6 abgerufen

15 Anhang

Interviewleitfaden

Begrüßung und Rahmenbedingungen

1. Hallo und herzlichen Dank für deine Teilnahme an diesem Interview zum Bumble BFF. Prinzipiell geht es darum, welche Erfahrungen du mit dieser App gemacht hast. Ich freue mich gemeinsam mit dir über dieses Thema zu sprechen und habe einige Impulsfragen vorbereitet. Bevor es losgeht, möchte ich noch betonen, dass es in diesem Gespräch um deine eigenen Erfahrungen und Ideen geht und es in diesem Rahmen keine richtigen und keine falschen Antworten gibt. Du kannst gerne ausführlich erzählen und Beispiele nennen, Aspekte nennen, die dir wichtig sind, hinterfragen und bewerten. Solltest du eine Frage nicht verstehen, zögere nicht mir das mitzuteilen. Für das Interview ist ungefähr 1 Stunde vorgesehen - wenn du dich unwohl fühlst, können wir das Interview auch jederzeit abbrechen. Ich werde das Interview aufzeichnen und im Anschluss transkribieren, damit ich die Kernaussagen dieses Gesprächs unverfälscht in die Analyse miteinbeziehen kann. Die Aufnahme wird im Anschluss gelöscht. Ich garantiere dir absolute Anonymität – die Beiträge sind im Anschluss nicht auf dich persönlich rückführbar, weil ich Namen und andere personenbezogenen Daten im Transkript durch allgemeine, nicht identifizierende Begriffe ersetze beziehungsweise schwärze. Dein eigener Name wird durch ein Pseudonym ersetzt. Ist die Aufzeichnung dieses Gesprächs für dich in Ordnung?
2. Hast du noch generelle organisatorische Fragen?

Einstieg / psychodemografische Fragen / Freundschaft

3. Bevor es um das Thema Bumble BFF geht, erstmal einige allgemein Fragen. Meine erste Bitte wäre, dass du kurz vorstellst. Wie alt bist du? Dein Geschlecht? Wo bist du her? Was hast du für eine Ausbildung gemacht (Studium)? Bist du momentan berufstätig? Was machst du? Teilzeit oder Vollzeit?
 - 3.1. Alter, Geschlecht, Herkunft/Land, Stadt, Ausbildung/Berufstätigkeit (VZ/TZ)
4. Was ist für dich ein (gute*r) Freund/ eine Freundin? Wie definierst du Freundschaft? Was ist hier wichtig für dich? Ab wann ist jemand ein*e Freund*in?
5. Welche Arten von Freundschaften hast du mit deinen Freund*innen? Sind für dich alle gleich? Wie kategorisierst du deine Freundschaften? Wie definierst du diese Kategorien?
6. Wie sieht dein soziales Umfeld aus? Wie viele Menschen zählst du deinen gerade genannten Kategorien von Freundschaften? Schließt du schnell neue Bekanntschaften oder tust du dir da eher schwer?

7. Wie sind diese Freundschaften entstanden? Wo hast du deine Freund*innen, die du heute hast, kennengelernt?
8. Wo würdest du heute neue Freund*innen kennenlernen? Hast du in letzter Zeit eine neue Freundschaft geschlossen? Wen ja, wie und wo?
9. Wie würdest du dich selbst in 3-5 Worten beschreiben und wieso? Bist du eher introvertiert, extrovertiert?

Hauptblock 1: Bumble BFF Profil

10. Du hast ja einen Bumble BFF Account. Seit wann hast du diesen? wie ist es dazu gekommen?
 - 10.1. Benutzt du deinen Account jetzt noch aktiv?
 - 10.2. Zahlst du für Premium Leistungen? Wenn ja / nein, wieso?
11. Wieso hast du dich gerade dazu entschieden, Bumble BFF zu nutzen?
 - 11.1. Was ist dein Ziel der Nutzung? Also was suchst oder was willst du erreichen?
12. Könntest du mir dein Profil zeigen?
 - 12.1. Was hast du alles ausgefüllt? Wieso genau diese Informationen?
 - 12.2. Wenn Profilfragen: Wieso diese Reihenfolge?
 - 12.3. Wieso hast du bestimmte Sachen nicht genannt?
 - 12.4. Wieso hast du bestimmte Sachen nicht genannt?
 - 12.5. Kannst du mich durch den Erstellungsprozess vom Profil durchführen? Wie ging es dir dabei, welche Sachen sind dir durch den Kopf gegangen, was war dir wichtig?
13. Wenn du swipest, wonach entscheidest du dann ob rechts oder links?
 - 13.1. Wie beurteilst du, ob dir eine Person bzw. ein Profil gefällt?
 - 13.2. Welche Infos oder Profile swipest du sofort nach rechts?
 - 13.3. Welche Infos oder Profile swipest du sofort weg (links)?

Hauptblock 2: Bumble BFF Kommunikation

14. Wie erfolgreich bist du denn so? Bekommst du viele Matches? Schreibst du mit vielen Personen?
 - 14.1. Was passiert denn, wenn du ein Match bekommst? Was sind deine nächsten Schritte?
 - 14.2. Schreibst du Leute zuerst an oder wartest du bis zu angeschrieben wirst?
 - 14.3. Schreibst du Personen über Themen an, die sie auf ihrem Profil angeben oder über anders?
15. Gibt es Unterschiede, ob du jemanden gleich anschreibst oder wartest?
 - 15.1. Wie sprichst du Personen auf Bumble BFF an?
16. Über welche Themen unterhältst du dich auf Bumble BFF?

- 16.1. Hast du bestimmte Themen, die du gleich abklären willst?
- 16.2. Wie merkst du, dass du dich über die App mit einer Person gut verstehst?
- 17. Wie lange bleibt ihr in Kontakt über Bumble BFF? Wechselst du dann auch mal in eine andere App mit der Person zum Kommunizieren? Oder tauscht du gleich Handynummer aus?
- 17.1. Schreibst du dann jeden Tag mit diesen Personen? Wie fühlst du dich dabei?
- 18. Hast du dich schon mal mit Personen getroffen?
- 18.1. Ab wann entscheidet man, ob man jemanden Treffen will?
- 18.2. Frägst du oder die andere Person? Macht ihr euch das gleich auf Bumble aus oder wo anders?

Hauptblock 3: Bumble BFF Erfahrung

- 19. Wie waren deine Erfahrungen mit Bumble BFF bisher? Erzähle mir davon, positiv / negativ.
- 19.1. Hast du gefunden, was du gesucht hast?
- 19.2. Würdest du es anderen weiterempfehlen zu nutzen? Wenn ja, wozu? Wenn nein, wieso?
- 20. Welche Tipps würdest du anderen geben, wenn sie auf Bumble BFF auch nach neuen Freundschaften suchen? Wie klappt es deiner Meinung nach?
- 21. Wie unterscheidet sich deiner Meinung nach, die Kommunikation mit potenziellen Freund*innen in der Bumble BFF App im Vergleich zu offline?
- 21.1. Wie empfindest du das Schreiben mit anderen generell in der App? Fällt dir das leicht oder schwer?
- 22. Findest du Bumble BFF ist mit einem gewissen Aufwand von deiner Seite aus verbunden oder siehst du das ganz entspannt?
- 22.1. Hast du bei Matches Glücksgefühle oder generell, wenn du mit jemandem schreibst? Oder gings es dir dabei schlecht oder komisch?
- 23. Was würdest du dir von Bumble BFF noch wünschen?

Abspann

- 24. Hast du noch eine Anmerkung zum Thema Freundschaften auf Bumble BFF?
- 25. Vielen Dank für deine Zeit und deine Teilnahme. Solltest du dich dazu entscheiden, deine Aussagen zurückzunehmen, informiere mich gerne. Wenn du noch Fragen hast oder dir danach etwas einfällt, lass es mich gerne wissen.

Auswertungskriterien Bumble BFF Profile

Oberkategorie	Unterkategorie	Beschreibung
Profilnummer		Fortlaufende Nummer 1-50.
Fotos	Anzahl	Die Anzahl der Fotos auf dem Profil der Person.
	Art des Fotos	Beschreibung der Art der Fotos auf dem Profil der Person. - Party - Tier - Spaßfoto - Allein - Mit anderen - Allein & mit anderen - Draußen - Drinnen - Draußen & Drinnen - Abenteuer - Reisen - Sport
	Farbe	Angabe, ob Fotos in Farbe und/oder in Schwarz-Weiß (SW) sind.
Alter		Angabe des Alters der Person, welches im Profil angegeben wurde.
Job	Angabe	Angabe über einen Job im Profil - ja - nein
	Inhalt	Welcher Job wurde angegeben im Profil.
Über mich	Angabe	Angabe „Über mich“ im Profil, Beschreibung über die Person selbst - ja - nein
	Beschreibung	Angabe, wie lange die Beschreibung über sich selbst im Profil ist (und / oder) - kurz (bis 3 Zeilen) - lang (ab 3 Zeilen) - detailliert (detaillierte Angaben zur Person selbst)
	Emojis	Werden Emojis im Profil genutzt - ja - nein
Basics	Angabe „Ausbildung“	Wird eine Ausbildung im Profil angegeben - ja - nein
	Inhalt „Ausbildung“	Was ist der Inhalt der Ausbildung, was wird von der Nutzerin angegeben
	Angabe „Mein Leben“	Wird im Sektor „Mein Leben“ im Profil angegeben - ja - nein
	Inhalt „Mein Leben“	Welche Angabe(n) sind genannt im Profil, 3 Angaben aus 7 Kategorien sind möglich: - Reisen

		- Ausbildung - Arbeiten - Haus und Wohnen - LGBTQIA+ - Familienorientiert - Selbstliebe Insgesamt gibt es 47 Möglichkeiten zum Wählen
Geschlecht	Angabe „Geschlecht“	Hat die Person ein Geschlecht im Profil angegeben - ja - nein
	Inhalt „Geschlecht“	Welches Geschlecht wird angegeben
Standort	Angabe „Standort“	Ein Standort muss immer angegeben werden, daher Antwort immer „ja“
	Inhalt „Standort“	Welcher Standort wird angezeigt
Heimatort	Angabe „Heimatort“	Wird ein Heimatort von der Person angegeben, woher die Person ursprünglich herkommt - ja - nein
	Inhalt „Heimatort“	Welcher Heimatort wird angegeben
Infos	Angabe „Ich suche“	Wird Information zu „Ich suche“ angegeben - ja - nein
	Inhalt „Ich suche“	Folgende Inhalte sind wählbar, nur eine Angabe möglich - Leute IRL treffen - Pärchen-Freunde - Videospiele - Ehrenamtliche Arbeit - Sport - Reisen - Livemusik - Ausgehen - Coworking - Theologie - Kunst und Kultur - Neue Mitbewohner - Play Dates - Ich bin offen für alles
	Angabe „Beziehung“	Wird Information zu „Beziehung“ angegeben - ja - nein
	Inhalt „Beziehung“	Folgende Inhalte sind wählbar, nur eine Angabe möglich - Single - In einer Beziehung - Verlobt - Verheiratet - Es ist kompliziert - Geschieden

		- Verwitwet
	Angabe „Kinder“	Wird Information zu „Kinder“ angegeben - ja - nein
	Inhalt „Kinder“	Folgende Inhalte sind wählbar, nur eine Angabe möglich - Nein - Ich bin schwanger - Gerade Mutter geworden - Kleinkind(er) - In der Grundschule - Vorpubertär - Teenager - Studium/Ausbildung - Erwachsen
	Angabe „Rauchen“	Wird Information zu „Rauchen“ angegeben - ja - nein
	Inhalt „Rauchen“	Folgende Inhalte sind wählbar, nur eine Angabe möglich - in Gesellschaft - Nie - Regelmäßig
	Angabe „Alkohol“	Wird Information zu „Alkohol“ angegeben - ja - nein
	Inhalt „Alkohol“	Folgende Inhalte sind wählbar, nur eine Angabe möglich - Häufig - In Gesellschaft - Selten - Nie - Abstinenter
	Angabe „Sport“	Wird Information zu „Sport“ angegeben - ja - nein
	Inhalt „Sport“	Folgende Inhalte sind wählbar, nur eine Angabe möglich - Häufig - Manchmal - So gut wie nie
	Angabe „Heimat“	Wird Information zu „Heimat“ angegeben - ja - nein
	Inhalt „Heimat“	Folgende Inhalte sind wählbar, nur eine Angabe möglich - Gerade hergezogen - Ich bin von hier
	Angabe „Sternzeichen“	Wird Information zu „Sternzeichen“ angegeben - ja - nein

	Inhalt „Sternzeichen“	Folgende Inhalte sind wählbar, nur eine Angabe möglich, zur Auswahl stehen die 12 Sternzeichen
	Angabe „Religion“	Wird Information zu „Religion“ angegeben - ja - nein
	Inhalt „Religion“	Folgende Inhalte sind wählbar, nur eine Angabe möglich - Agnostizismus - Atheismus - Buddhismus - Katholizismus - Christentum - Hinduismus - Jainismus - Judentum - Mormonentum - Heilige der Letzten Tage - Islam - Zoroastrismus - Sikhismus - Spirituell - Sonstiges
Sprachen	Anzahl der Sprachen	Wie viele Sprachen werden von der Person im Profil angegeben, max. fünf sind möglich
	Sprachen	Welche Sprachen werden genannt
Verbundene Konten	Angabe	Werden verbundene Konten im Profil angezeigt - ja - nein
	Welche	Welche Konten werden angezeigt - Instagram und/oder - Spotify
Interessen	Anzahl „Interessen“	Wie viele Interessen werden auf dem Profil genannt, max. 5 Angaben sind möglich
	Inhalt „Interessen“	Welche Interessen werden genannt, Auswahl aus folgenden Themen möglich: - Kreativität - Sport und Fitness - Essen und Trinken - Ausgehen - Filme - Musik - Tiere - Soziales Engagement - Spiritualität - Zuhause - Reisen - Werte & Charakterzüge - Wellness
1. Profilfrage	Welche	Welche Profilfrage aus 47 wurde ausgewählt
	Inhalt	Welchen Inhalt hat die Frage - kurz (bis 2 Zeilen)

		- lang (ab 3 Zeilen)
2. Profilfrage	Welche	Welche Profilfrage aus 47 wurde ausgewählt
	Inhalt	Welchen Inhalt hat die Frage - kurz (bis 2 Zeilen) - lang (ab 3 Zeilen)
3. Profilfrage	Welche	Welche Profilfrage aus 47 wurde ausgewählt
	Inhalt	Welchen Inhalt hat die Frage - kurz (bis 2 Zeilen) - lang (ab 3 Zeilen)

Codebuch

1 Blumen am Wegesrand	1
2 Demographie	0
2.1 Geschlecht	2
2.2 Alter	6
2.3 Herkunft	6
2.4 Wohnort	4
2.5 Ausbildung	8
2.6 Berufstätigkeit	6
2.7 Anstellungsart	6
3 Freundschaft	0
3.1 Definition	26
3.2 Freundeskategorien	8
3.3 Soziales Verhalten und Umfeld	17
3.4 Freundschaftschließung	27
4 Online Freundschaften	5
4.1 Freundschaft über Bumble BFF	30
4.2 Unterschiede online vs offline	13
5 Nutzungsverhalten	0
5.1 Gründe der Nutzung	7
5.1.1 Externe Beeinflussung / Gründe	18
5.1.2 Persönliche / interne Gründe	21
5.2 Nutzungsziele	14
5.2.1 Erreichte Nutzungsziele	5
5.3 Nutzungsdauer	12
5.4 Nutzungsstatus	7
5.5 Verweildauer	11
5.6 Zahlungssysteme	6
6 Selbstdarstellung	0
6.1 Selbstbeschreibung	19
6.2 Profil Erstellungsprozess	21
6.3 Gedankengänge/emotionales Empfinden	22
7 Nutzungserfahrung	0
7.1 Erfahrungen	5
7.1.1 Negative Erfahrungen	6
7.1.2 Positive Erfahrungen	7
7.2 Emotionale Auswirkungen	10
7.3 Aufwandsempfinden	17
8 Diffusion	0
8.1 Empfehlungen / Tipps	13
8.2 Wünsche / Verbesserungen	6
9 Kommunikationsprozess	0

9.1 Auswahl-Kriterien	56
9.2 Kommunikationsumfeld (Wechsel)	17
9.3 Kommunikationserlebnisse	56
9.4 Themen	27
9.5 Treffen	28

1 Blumen am Wegesrand

Hier finden sich Aussagen oder Themen wieder, die zwar interessant sind bzw. andere Themen anregen, aber für diese Arbeit nicht direkt eine FF beantworten

2 Demographie

In dieser Kategorie finden sich alle relevanten demographischen Informationen zu den Teilnehmerinnen

2.1 Demographie >> Geschlecht

In dieser Kategorie wird das Geschlecht genannt, falls dieses im Gespräch nicht genannt wurde, wurde es vorab schon besprochen.

2.2 Demographie >> Alter

Das Alter der Teilnehmerinnen

2.3 Demographie >> Herkunft

Die Stadt oder das Land aus dem die Person ursprünglich kommt.

2.4 Demographie >> Wohnort

Derzeitiger Wohnort der Person.

2.5 Demographie >> Ausbildung

Aufnahme der beendeten oder momentan Ausbildung der Person.

2.6 Demographie >> Berufstätigkeit

Rolle, Berufsfeld

2.7 Demographie >> Anstellungsart

Stundenausmaß / Vollzeit, Teilzeit

3 Freundschaft

Diese Hauptkategorie beinhaltet alle relevanten Aspekte des Themas Freundschaft. Darunter fallen die Definition von Freundschaft, die relevanten Freundeskategorien, das soziale Verhalten und das soziale Umfeld von Teilnehmerinnen, Wege der Freundschaftsschließung, die Unterschiede von online vs. offline entstandenen Freundschaften und spezifisch auch Freundschaften über Bumble

3.1 Freundschaft >> Definition

In dieser Kategorie werden alle Aussagen die Freundschaft explizit oder implizit definieren und beschreiben zusammengefasst

3.2 Freundschaft >> Freundeskategorien

In dieser Kategorie werden verschieden Arten von Freundschaft bzw. unterschiedliche Kategorien von Freundschaften definiert und auch warum diese Unterschiede existieren bzw. was sie definiert und ob die Teilnehmerinnen so etwas überhaupt haben

3.3 Freundschaft >> Soziales Verhalten und Umfeld

In dieser Kategorie wird sich das soziale Verhalten von den Teilnehmerinnen angesehen, wie gehen sie mit Freundschaft um, welche Persönlichkeiten haben sie, sowie auch ihr soziales Umfeld, wie viele Freundschaften haben sie, wie viele pflegen sie regelmäßig.

3.4 Freundschaft >> Freundschaftsschließung

In dieser Kategorie wird zusammengefasst wie Freundschaften bisher von den Teilnehmerinnen geschlossen wurden, d.h. auf welchen Wegen, über welche Kanäle, welche Umstände, aber auch welche anderen Möglichkeiten sie nennen, die sie aber selbst nicht unbedingt erlebt haben

4 Online Freundschaften

In dieser Kategorie geht um Freundschaften, die Online geschlossen werden. Hier werden Hintergründe dieser Online Freundschaften aufgeführt, wie auch das Zustandekommen dieser. Unterschiede zwischen Online Freundschaften und herkömmlichen werden aufgenommen.

4.1 Online Freundschaften >> Freundschaft über Bumble BFF

In dieser Kategorie wird spezifisch auf den Freundschaftsaspekt auf Bumble BFF eingegangen. Dies können bestimmte Erfahrungen sein, Freundschaften, welche entstanden oder nicht entstanden sind, aber auch das Potenzial über Bumble BFF eine Freundschaft schließen zu können

4.2 Online Freundschaften >> Unterschiede online vs offline

Hier werden alle implizit und explizit genannten Unterschiede zwischen Freundschaften genannt, welche online vs. offline entstanden sind

5 Nutzungsverhalten

In dieser Hauptkategorie werden alle relevanten Aspekte zusammengefasst, welche sich spezifisch auf das Nutzungsverhalten der Teilnehmerinnen auf Bumble BFF beziehen. Hier wird jedoch nicht über das Kommunikationsverhalten oder die Darstellung geredet, sondern über Gründe der Nutzung, was ihre Nutzungsziele waren/sind, die Nutzungsdauer, wie auch die Verweildauer und ob sie Zahlungssysteme genutzt haben

5.1 Nutzungsverhalten >> Gründe der Nutzung

Welche Gründe geben Teilnehmer*innen an, wieso sie sich entschieden haben, Bumble BFF zu nutzen. Was waren ihre Motivations- bzw. Beweggründe für die Adaption der App - d.h. auch die tatsächliche Nutzung

5.1.1 Nutzungsverhalten >> Gründe der Nutzung >> Externe Beeinflussung / Gründe

Welche externen Einflussfaktoren unterstützen den Diffusions- und Adaptionsprozess der App.

5.1.2 Nutzungsverhalten >> Gründe der Nutzung >> Persönliche / interne Gründe

Welche intrinsischen Einflussfaktoren unterstützen den Diffusions- und Adaptionsprozess der App.

5.2 Nutzungsverhalten >> Nutzungsziele

Welche Ziele haben die Teilnehmerinnen mit der Nutzung von Bumble BFF, was wollen sie erreichen

5.2.1 Nutzungsverhalten >> Nutzungsziele >> Erreichte Nutzungsziele

Anmerkung, ob genannte Ziele der Teilnehmerinnen durch die Nutzung von Bumble BFF erreicht wurden.

5.3 Nutzungsverhalten >> Nutzungsdauer

Seit wann bzw. wie lange nutzen die Teilnehmer*innen die App Bumble BFF, bzw. wie lange haben sie diese aktiv genutzt? Nutzen sie diese auch aktiv momentan? Hier geht es nur um den gesamten Zeitraum der Nutzung

5.4 Nutzungsverhalten >> Nutzungsstatus

Zum Zeitpunkt des Interviews aktive oder inaktive Nutzung der Bumble BFF App.

5.5 Nutzungsverhalten >> Verweildauer

Wie lange nutzen die Teilnehmer*innen die App im Durchschnitt pro Tag bzw. pro Nutzung. Hier wird beschrieben bzw. zusammengefasst, wie lange Teilnehmerinnen die App am Stück genutzt haben, also wie lange die Verweildauer durchschnittlich war. Auch welche Rahmenbedingen das beeinflusst haben oder ob sie sich hier selbst Grenzen gesetzt haben - auch relevant hierfür: Das Suchtgefühl der App

5.6 Nutzungsverhalten >> Zahlungssysteme

In dieser Kategorie geht es darum, ob Teilnehmerinnen Zahlungssysteme über die App genutzt haben, ja /nein und wenn dann wieso

6 Selbstdarstellung

In dieser Kategorie wird zusammengefasst, wie sich die Teilnehmerinnen selbst beschreiben, ihre Persönlichkeit zeigen und sich selbst in Freundschaften einschätzen, dazu kommen auch die Beschreibung des Erstellungsprozesses des Bumble BFF Profils und die emotionale Ebene, bzw. die Gedankengänge die bestimmte Entscheidungen unterstützt haben zum Teilen von Informationen - interpersonale Kommunikationsebene

6.1 Selbstdarstellung >> Selbstbeschreibung

Hier beschreiben sich die Teilnehmerinnen selbst, in Bezug auf ihr soziales Verhalten, wie sich selbst empfinden und anderen gegenüber präsentieren, was sie von sich zeigen wollen und wie sie sich auch impliziert durch bestimmte Kommunikationsmuster selbst beschreiben bzw. darstellen

6.2 Selbstdarstellung >> Profil Erstellungsprozess

Es wird durch den Erstellungsprozesses des Bumble BFF Profils geführt, bestimmte Entscheidung Informationen zu teilen und welche nicht geteilt wurde werden erklärt - interpersonale Kommunikation, auch der technische Aspekt wird hier mitreingenommen

6.3 Selbstdarstellung >> Gedankengänge/emotionales Empfinden

Hier werden alle Gedankengänge wie auch das emotionale Empfinden bzw. Befinden, welche während der Profilerstellung bei den Teilnehmerinnen anwesend waren

7 Nutzungserfahrung

In dieser Hauptkategorie geht es prinzipiell darum, zu erfahren, welche internen und externen Faktoren, die eine Person beeinflussen können (PESTEL Faktoren z.B.) auch die Nutzung bzw. das Erlebnis der Nutzung der Bumble BFF beeinflussen können bzw. tatsächlich auch beeinflussen. Hier werden auch Erfahrungen mit der Bumble BFF und ihrer aktiven Nutzung gesammelt

7.1 Nutzungserfahrung >> Erfahrungen

Zusammenfassung der allgemeinen Erfahrungen, die Nutzerinnen über die Bumble BFF gemacht haben

7.1.1 Nutzungserfahrung >> Erfahrungen >> Negative Erfahrungen

Hier werden einzelne berichtete negative Erfahrungen beschrieben, welche die Nutzer*innen mit Bumble BFF gemacht haben

7.1.2 Nutzungserfahrung >> Erfahrungen >> Positive Erfahrungen

Hier werden einzelne berichtete positive Erfahrungen beschrieben, welche die Nutzer*innen mit Bumble BFF gemacht haben

7.2 Nutzungserfahrung >> Emotionale Auswirkungen

Welche emotionalen Auswirkungen (positiv und negativ) hat die Nutzung von Bumble BFF auf Nutzerinnen

7.3 Nutzungserfahrung >> Aufwandsempfinden

Hier wird beschrieben, inwiefern die Nutzerinnen einen Aufwand in der Nutzung von Bumble BFF sehen, zeitlicher Aufwand, physischer Aufwand,...

8 Diffusion

In der Diffusion geht es um die Verbreitung von Innovation. Diese Hauptkategorie beinhaltet Informationen über welche Wege und durch welche Beweggründe Bumble BFF an weitere Personen kommt.

8.1 Diffusion >> Empfehlungen / Tipps

In dieser Kategorie wird zusammengefasst, ob die Teilnehmerinnen die Nutzung von Bumble BFF an andere Personen weiterempfehlen würden und welche Tipps sie hier für eine erfolgreiche Nutzung mitgeben

8.2 Diffusion >> Wünsche / Verbesserungen

Hier geht es darum, zu erfahren, welche Wünsche und Verbesserungsvorschläge die Teilnehmerinnen von und für die App Bumble BFF haben

9 Kommunikationsprozess

In dieser Kategorie geht es um den gesamten zwischenmenschlichen Kommunikationsprozess der Teilnehmerinnen über Bumble BFF

9.1 Kommunikationsprozess >> Auswahl-Kriterien

Durch welche Kriterien wählen Teilnehmerinnen ihre Swipes aus, also wie entscheiden sie, ob ihnen ein Profil interessant ist, daher auch Wert ist nach rechts zu wischen oder doch nicht, auch wird hier beschrieben, welche Auswahlkriterien sie implizit und explizit nennen, wenn es darum geht, ob sie sich mit einer Person gut verstehen oder nicht und wann sie bereit wären für ein Treffen

9.2 Kommunikationsprozess >> Kommunikationsumfeld (Wechsel)

Auf welchem Kommunikationsumfeld befinden sich die Teilnehmerinnen - Bumble BFF oder doch etwas anderes, was motiviert einen Wechsel?

9.3 Kommunikationsprozess >> Kommunikationserlebnisse

Welche Erlebnisse hatten die Teilnehmerinnen bisher, wenn es um die Kommunikationsprozesse in der App geht

9.4 Kommunikationsprozess >> Themen

Über welche Themen wird sich in der zwischenmenschlichen Kommunikation über die App unterhalten

9.5 Kommunikationsprozess >> Treffen

Hier werden alle Aspekte rund um das Treffen, welche man von Bumble BFF kennt genannt