



# MASTERARBEIT | MASTER'S THESIS

Titel | Title

Austria's time to BeReal: Eine qualitative Untersuchung der  
Nutzererfahrung junger Menschen mit BeReal

verfasst von | submitted by  
Alexandra Danreiter BA

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

Wien | Vienna, 2025

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:

Univ.-Prof. Dr. Jörg Matthes

## **Abstract (DE)**

Die Social Media App BeReal brachte eine neue Form der Authentizität hervor, die sich auf Zeit und Spontanität fokussiert. Inwiefern die temporäre Authentizität Nutzer:innen dazu bringt, sich authentisch zu präsentieren, und inwiefern die App einen Druck ausübt oder verringert, wird in der Forschung kontrovers diskutiert. Daher verfolgt die vorliegende Arbeit das Ziel herauszufinden, wie junge Menschen die temporäre Authentizität erleben und ausleben und wie die Authentizität der Freund:innen auf BeReal wahrgenommen und aufgenommen wird. Vor dem Hintergrund der Selbstbestimmungstheorie, der Selbstpräsentationstheorie und der Theorie des sozialen Vergleichs wurden zehn qualitative Leitfadeninterviews mit in Österreich lebenden Frauen der Generation Z durchgeführt. Die Ergebnisse der inhaltlich strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse zeigen auf, dass es abhängig von Person und Situation zu spontaner als auch kuratierter Selbstpräsentation kommen kann. Die Selbstpräsentation wird bei einem erlebten Druck teilweise strategisch kuratiert. Die Authentizität anderer Nutzer:innen wird kontextabhängig wahrgenommen, wobei es zu lateralen sozialen Vergleichen kommen kann. Sowohl beim Ausleben der temporären Authentizität als auch bei der Wahrnehmung der Authentizität anderer und wie diese aufgenommen wird, konnte ein Positivity Bias festgestellt werden.

## **Abstract (EN)**

The social media app BeReal created a new form of authenticity that focuses on time and spontaneity. The extent to which temporary authenticity encourages users to present themselves authentically and the extent to which the app exerts or reduces pressure is subject of controversial debate in research. This study therefore aims to find out how young people experience and act out temporary authenticity and how the authenticity of friends on BeReal is perceived and received. In the context of self-determination theory, self-presentation theory and social comparison theory, ten qualitative interviews were conducted with women of Generation Z living in Austria. The results of the content-structuring qualitative content analysis show that, depending on the person and situation, spontaneous as well as curated self-presentation can occur. Self-presentation is sometimes strategically curated when pressure is experienced. The perception of authenticity of other users depends on the context, whereas lateral social comparisons can occur. A positivity bias could be identified both in acting out temporary authenticity and in the perception of the authenticity of others and how it is received.



# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung .....</b>	<b>7</b>
<b>2</b>	<b>Forschungsstand und Theorie .....</b>	<b>9</b>
2.1	<i>Funktionsweisen und Nutzung von BeReal .....</i>	9
2.2	<i>Authentizitätsforschung .....</i>	10
2.3	<i>Authentizität auf Social Media .....</i>	11
2.4	<i>BeReal und temporäre Authentizität .....</i>	14
2.4.1	Selbstpräsentation auf BeReal .....	19
2.4.2	Druck und Selbstbestimmungstheorie .....	21
2.4.3	Sozialer Vergleich .....	23
<b>3</b>	<b>Forschungsfragen .....</b>	<b>26</b>
<b>4</b>	<b>Untersuchungsanlage und Methode .....</b>	<b>29</b>
4.1	<i>Methode .....</i>	29
4.2	<i>Leitfaden .....</i>	29
4.3	<i>Interviewpartner:innenauswahl .....</i>	30
4.4	<i>Durchführung der Interviews .....</i>	31
4.5	<i>Auswertungsverfahren und Analyse .....</i>	32
<b>5</b>	<b>Ergebnisse .....</b>	<b>34</b>
5.1	<i>Erleben und Ausleben von BeReal .....</i>	34
5.1.1	Positives Erleben .....	34
5.1.2	Negatives Erleben .....	36
5.1.3	Spontane Selbstpräsentation .....	38
5.1.4	Kuratierte Selbstpräsentation .....	39
5.1.5	Positivity Bias .....	42
5.2	<i>Wahrnehmung der Authentizität von Freund:innen .....</i>	43
5.2.1	Kontextabhängige Authentizitätswahrnehmung .....	43
5.2.2	Sozialer Vergleich .....	45
5.2.3	Positivity Bias .....	47
<b>6</b>	<b>Diskussion .....</b>	<b>49</b>
<b>7</b>	<b>Fazit .....</b>	<b>54</b>
	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>55</b>
	<b>Anhang .....</b>	<b>61</b>



# 1 Einleitung

Das Anti-TikTok und Anti-Instagram (Maddox, 2023, S. 1183), ein Gegengift für Fake Social Media (Duffy, 2022) oder doch nur kapitalistisches Branding (Fallon, 2024, S. 37) – seit die Social Media App BeReal 2022 seinen Durchbruch feierte (Rovira Martorell et al., 2024, S. 4), zeigen sich viele verschiedene Ansichten zur App, seiner Authentizität und die möglichen Auswirkungen auf die Social Media Welt. In der Forschungsliteratur wird die Authentizität von BeReal kontrovers diskutiert. Während die spontane, temporäre Authentizität als Folge des spezifischen Designs und der Features der App identifiziert wird (Highfield, 2023; Reddy & Kumar, 2024, S. 4; Snyder, 2024, S. 408; Vaterlaus & Chow, 2024; Z. Taylor, 2023, S. 7, 8), gehen die Meinungen hinsichtlich der Authentizität der Nutzer:innen auseinander. Die Frage, ob BeReal einen Druck ausübt (Kim et al., 2024, S. 17; Reddy & Kumar, 2023; Reddy & Kumar, 2024, S. 8; Snyder, 2024, S. 409; Tirocchi, 2024) oder diesen verringert (Boffone, 2022; Kim et al., 2024, S. 14; Li, 2023, S. 8; Pinch et al., 2024, S. 15; Vaterlaus & Chow, 2024, S. 9; Wisniewski-Parks, 2023), wird von Forscher:innen ebenfalls unterschiedlich beantwortet. Insgesamt steht die Forschung zu BeReal und zu authentischem Social Media noch am Anfang.

Aufgrund der Popularität der App insbesondere bei der Generation Z (Boffone, 2022, S. 3; Duffy, 2022; Fallon, 2024, S. 31) und des Einflusses auf konkurrierende Plattformen (Pinch et al., 2024, S. 3; Reddy & Kumar, 2024, S. 1) ist es von Relevanz, das Thema zu erforschen. Daher liegt das Erkenntnisinteresse der vorliegenden Arbeit darin herauszufinden, wie junge Menschen in Österreich die temporäre Authentizität auf BeReal erleben und ausleben, sowie die Authentizität der Freund:innen auf BeReal wahrnehmen und aufnehmen. Die Forschungsfragen werden vor dem Hintergrund der Selbstpräsentationstheorie (Goffman, 1956), der Selbstbestimmungstheorie (Deci & Ryan, 2000; Deci & Ryan, 2008) und der Theorie des sozialen Vergleichs (Festinger, 1954) untersucht. Mittels qualitativer Leitfadeninterviews und einer inhaltlich strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse nach Kuckartz und Rädiker (2022) sollen die Fragen beantwortet werden.

Im ersten Kapitel werden der Forschungsstand zu BeReal und Authentizität mit Fokus auf Social Media aufgezeigt, die Relevanz des Themas hervorgehoben sowie wichtige Begriffe definiert. Im nächsten Kapitel werden die Forschungsfragen hergeleitet und das Ziel der Arbeit genauer vorgestellt. Danach wird die Untersuchungsanlage erläutert, wobei die methodische Vorgehensweise argumentiert und die Auswahl von Interviewpartner:innen dargelegt werden. Nach der Schilderung des Analysevorgangs werden die Ergebnisse der Arbeit aufgezeigt und anschließend im Kontext des bisherigen Forschungsstandes diskutiert und interpretiert. Zuletzt

wird die Arbeit in einem Fazit resümiert und ein Ausblick auf zukünftige Forschungsmöglichkeiten dargelegt.



## **2 Forschungsstand und Theorie**

In diesem Kapitel soll ein Überblick über den aktuellen internationalen Forschungsstand geliefert werden. Dabei werden zuerst BeReal und seine Funktionsweisen erläutert. Danach wird Authentizität für diese Arbeit definiert und Forschungen zum Thema dargestellt. Anschließend wird ein Überblick zu Studien über Authentizität auf Social Media gegeben. Zuletzt werden aktuelle und relevante Arbeiten zu BeReal mit Fokus auf Selbstpräsentation, Druck, Selbstbestimmungstheorie und sozialen Vergleich dargelegt.

### **2.1 Funktionsweisen und Nutzung von BeReal**

BeReal unterscheidet sich von anderen Social Media Apps durch einzigartige Features, die zum Teil bereits von der Konkurrenz kopiert wurden (Pinch et al., 2024, S. 3; Reddy & Kumar, 2024, S. 1). BeReal sendet einmal pro Tag eine Benachrichtigung, die Nutzer:innen über den Beginn der sogenannten BeReal Time informiert. Die Nachricht kommt spontan und jeden Tag zu einer anderen Zeit, jedoch erhalten alle Nutzer:innen einer Zeitzone sie gleichzeitig. Die Nachricht kennzeichnet den Anfang des zwei Minuten Zeitfensters, in welchem Nutzer:innen einen Post erstellen sollen. Wird das Zeitfenster verpasst, wird der Post als Late BeReal gekennzeichnet und die Verspätung für die anderen Nutzer:innen in Minuten beziehungsweise Stunden angezeigt. Ein BeReal stellt eine Kombination aus einem Selfie und einem Weitwinkelfoto der Rückkamera dar, welche kurz nacheinander geschossen werden. Wird das BeReal wiederholt, wird die Anzahl der Wiederholungen ebenfalls für andere Nutzer:innen angezeigt (Boffone, 2022, S. 3; Maddox, 2023, S. 1185-1186; Pinch et al., 2024, S. 2; Reddy & Kumar, 2024, S. 1; Rovira Martorell et al., 2024, S. 4; Snyder, 2024, S. 405; Z. Taylor, 2023, S. 2; Vanhoffelen et al., 2023, S. 2). BeReal erkennt, ob Personen auf dem Bild zu sehen sind und fordert Nutzer:innen gegebenenfalls mit einem eingeblendeten Text dazu auf, Gesicht zu zeigen (A. Taylor, 2023) und zu lächeln (Z. Taylor, 2023, S. 8). Die Fotos können weder bearbeitet werden, noch gibt es Filter. Die Posts der anderen Nutzer:innen, den BeReal Freund:innen, können nur gesehen werden, wenn Nutzer:innen selbst posten (Boffone, 2022, S. 3; Maddox, 2023, S. 1184; Rovira Martorell et al., 2024, S. 4; Snyder, 2024, S. 406; Z. Taylor, 2023, S. 1; Vanhoffelen et al., 2023, S. 2). Auf BeReal setzen sich die hinzugefügten Nutzer:innen eher aus dem engen Freundeskreis als aus fremden Personen zusammen, was BeReal ebenfalls von anderen Apps unterscheidet (Edwards, 2023; Kim et al., 2024, S. 14; Vanhoffelen et al., 2023, S. 2). Dabei wird BeReal oft verwendet, um mit Freund:innen und Familie in Kontakt zu bleiben, was durch das tägliche Posten möglich gemacht wird (Vaterlaus & Chow, 2024, S. 10). BeReal Posts von Freund:innen sind nur so lange sichtbar, bis die

nächste BeReal Time beginnt (Reddy & Kumar, 2024, S. 1). Die eigenen BeReal Posts hingegen sind jederzeit als Erinnerungen sichtbar (Li, 2023, S. 8). Bei einem pünktlichen BeReal können Nutzer:innen seit einiger Zeit fünf BeReal Posts erstellen (Z. Taylor, 2023, S. 9) und so mehrere Erinnerungen an einem Tag sammeln. Bei verspätetem Posten können Nutzer:innen noch ein weiteres BeReal und somit zwei an diesem Tag posten.

Nutzer:innen verbringen im Vergleich zu anderen Social Media Apps jeden Tag nur kurze Zeit auf BeReal (Fallon, 2023, S. 30; Kaňková et al., 2025, S. 5; Rovira Martorell et al., 2024, S. 4). Der Fokus von BeReal liegt auf der Generation Z (Gen Z) und aus dieser stammt auch die Mehrheit der Nutzer:innen (Boffone, 2022, S. 3; Duffy, 2022; Fallon, 2024, S. 31). Die anfängliche Beliebtheit im Jahr 2023 hat mittlerweile wieder abgenommen (Fallon, 2024; Reddy & Kumar, 2024, S. 1). Im Jänner 2024 wies BeReal insgesamt 23 Millionen aktive Nutzer:innen auf (Shepherd, 2025), während es Ende 2024 nur noch 16 Millionen aktive Nutzer:innen waren (Curry, 2025). Auch in Österreich sanken die Nutzerzahlen. 2024 verwendeten 31 Prozent der elf bis 17-Jährigen BeReal (Saferinternet.at, 2024). 2025 sank die Zahl auf 24 Prozent (Saferinternet.at, 2025). Trotz der sinkenden Nutzerzahlen ist die App dennoch für die Kommunikationswissenschaft von Interesse. Denn Authentizität auf Social Media wird weiterhin eine Rolle spielen, was sich an dem anfänglichen Interesse an der App einerseits der Nutzer:innen und andererseits der Konkurrenz (Pinch et al., 2024, S. 3; Reddy & Kumar, 2024, S. 1) erkennen lässt.

Im Geschlechtervergleich zeigt sich, dass die App eher von Mädchen und Frauen als von Jungen und Männern verwendet wird (Anderson et al., 2023, S. 7; Orsolini et al., 2024, S. 6; Vanhoffelen et al., 2023, S. 10). Diese Tatsache zeigt sich auch in den Teilnehmer:innen der Studien von Pinch et al. (2024, S. 6), Kaňková et al. (2025, S. 15) und Tirocchi (2024), welche Großteils Frauen waren, die BeReal verwendeten.

## **2.2 Authentizitätsforschung**

Authentizität ist nicht nur seit der Social Media App BeReal ein Begriff von Interesse. Bereits geraume Zeit beschäftigt Menschen Authentizität und was dahintersteht. Synonyme wie real, genuin, original und wahr, versuchen, sich der Bedeutung anzunähern (Hazlett, 2023, S. 4). Fleeson und Wilt (2010) untersuchten subjektive Authentizität und verglichen zwei konkurrierende Hypothesen, welche jeweils einen Erklärungsversuch darstellten. Während die „trait consistency“ (Fleeson & Wilt, 2010, S. 1353) Hypothese davon ausgeht, dass eine Person authentisch ist, wenn ihr Verhalten mit ihren Charakterzügen übereinstimmt, so geht die „state-content consistency“ (Fleeson & Wilt, 2010, S. 1353) Hypothese einem Ansatz nach, der

unabhängig von den Eigenschaften eines Menschen Authentizität erklärt. Nach dieser fühlt sich das eigene Verhalten aufgrund des Inhalts und der Konsequenzen authentisch an, unabhängig von den entsprechenden Charakterzügen, sondern eher abhängig von der Situation. In ihrer Studie konnten die Autoren zeigen, dass die zweite Hypothese sich bewähren konnte (Fleeson & Wilt, 2010). Sedikides et al. (2019) greifen eben diese „state authenticity“ (Sedikides et al., 2019, S. 73) auf und argumentieren, dass „the experience of authenticity differs across situations, above and beyond a person’s standing on trait authenticity“ (Sedikides et al., 2019, S. 74) und daher die State Authenticity für die Forschung interessanter sei. Sie definieren State Authenticity als “the experience of being currently in sync with one’s real or genuine self” (Sedikides et al., 2019, S. 73). Hazlett (2023) argumentiert zudem, dass Authentizität Transparenz bedeutet und die eigenen Gedanken und Gefühle so dargestellt und präsentiert werden, wie sie tatsächlich sind (S. 19).

Die State Authenticity wurde von Kreling et al. (2022) aufgegriffen und in ihrer Studie zu Authentizität auf Instagram angewandt, was zeigt, dass diese Definition von Authentizität in der Forschung relevant ist. Lim et al. (2015) haben in ihrer Studie ein Modell für Online-Authentizität entwickelt. Dieses setzt sich aus zwei Faktoren zusammen, einerseits die eigene Wahrnehmung des Selbst und andererseits das Verhalten entsprechend dieser Wahrnehmung. Das Modell deckt sich mit den Definitionen von Sedikides et al. (2019) und Hazlett (2023) und zeigt nochmals die Relevanz auf. Für die vorliegende Arbeit wird somit die Definition von Sedikides et al. (2019) für Authentizität herangezogen sowie um die Transparenz laut Hazlett (2023) ergänzt.

Mit der Frage, was Menschen dazu bringt, sich authentisch oder unauthentisch wahrzunehmen, beschäftigten sich Jongman-Sereno und Leary (2016) in ihrer Studie. Die Autor:innen zeigten auf, dass die wahrgenommene eigene Authentizität zum Teil verzerrt ist. Teilnehmer:innen der Studie bewerteten Verhaltensweisen, die positive Merkmale widerspiegeln, authentischer als Verhaltensweisen, die negative Merkmale widerspiegeln (Jongman-Sereno & Leary, 2016, S. 289).

### **2.3 Authentizität auf Social Media**

Viele Studien, die sich mit dem Thema der Authentizität auf Social Media beschäftigen, untersuchten den Zusammenhang zu Wohlbefinden und Lebenszufriedenheit (Bailey et al., 2020; Grieve & Watkinson, 2016; Reinecke & Trepte, 2014) insbesondere vor dem Kontext der Selbstpräsentationstheorie von Goffman (1959) (Bailey et al., 2020; Choi et al., 2020; Grieve & Watkinson, 2016; Kreling et al., 2022). Goffman argumentiert, wenn eine Person vor

anderen Menschen auftritt, gemeint ist eine Interaktion zwischen Menschen, wird sie versuchen, die Eindrücke der anderen zu kontrollieren (Goffman, 1959, S. 8). Goffman vergleicht diese Selbstpräsentation mit einem Bühnenspiel, bei dem es eine Vorder- und eine Hinterbühne gibt. Je nach Umfeld und Kontext wird die Performance angepasst (S. 13). Dabei wollen Menschen stets ihr bestes Gesicht zeigen, um ein soziales Stigma zu vermeiden (Duffy, 2022). Die Art und Weise, wie das Selbst präsentiert wird, kann sich somit von der eigenen Wahrnehmung des Selbst unterscheiden. In Bezug auf die Definition von Authentizität (Hazlett, 2023; Sedikides et al., 2019) ist eine Person umso authentischer, je mehr sich die Selbstpräsentation und die eigene Wahrnehmung des Selbst sich annähern. Diese authentische Selbstpräsentation wurde im Kontext von Social Media erforscht. So konnte Hollenbaugh (2021) aufzeigen, dass Nutzer:innen auf Social Media eher ihr wahres Ich zeigen, wenn auf der Plattform weniger Anonymität, mehr Persistenz der Inhalte sowie mehr Sichtbarkeit der Inhalte herrscht (Hollenbaugh, 2021).

Bei Untersuchungen zu Facebook konnte herausgefunden werden, dass eine authentische Selbstpräsentation mit einer höheren Lebenszufriedenheit einhergeht (Bailey et al., 2020) sowie mit positiven psychologischen Auswirkungen verbunden sein kann (Grieve & Watkinson, 2016). Eine Diskrepanz zwischen dem wahren Selbst und dem präsentierten Selbst auf Facebook hing mit erhöhtem Stress und geringerer sozialer Verbundenheit zusammen (Grieve & Watkinson, 2016, S. 423). Diese Ergebnisse konnte eine Längsschnittstudie teilweise bestätigen. Authentizität auf Social Media kann signifikant zu einem subjektiven Wohlbefinden beitragen (Reinecke & Trepte, 2014). Dies trifft jedoch nicht auf Menschen mit bereits geringem Wohlbefinden zu. Demnach liegt auf Social Media ein Positivity Bias vor, aufgrund dessen eine positiv konnotierte Authentizität erwartet wird. Diese Erwartung kann von jenen Menschen nicht erfüllt werden, was sich negativ auf ihr bereits geringes Wohlbefinden auswirkt (Reinecke & Trepte, 2014, S. 100).

Die wahrgenommene Authentizität auf Social Media ist nicht in Stein gemeißelt, sondern kann sich innerhalb einer Plattform und ihrer Nutzer:innen unterscheiden. Kreling et al. (2022) verglichen zwei Features auf Instagram miteinander, die Story-Funktion und die herkömmlichen Posts. Die Ergebnisse zeigen, dass die wahrgenommene Authentizität bei Stories höher ist (Kreling et al., 2022, S. 11). Spontanität konnte den Effekt der erhöhten Authentizität bei Stories am ehesten erklären (Kreling et al., 2022, S. 10), denn sie ermöglichen eine spontanere Selbstpräsentation. Authentizität kann dabei stark bei Nutzer:innen selbst und bei verschiedenen Posts je nach Situation variieren (S. 10).

Authentizität auf Social Media kann auch aus einer strategischen Perspektive betrachtet werden. Schließlich wird Authentizität für eine erfolgreiche Online-Präsentation von Politiker:innen angewandt (Gaden & Dumitrica, 2014). Aber nicht nur im Bereich der Politik spielt Authentizität eine strategische Rolle. Influencer:innen, insbesondere Mikroinfluencer:innen, wenden die Strategie einer authentischen Präsentation auf Social Media an, um einen kommerziellen Erfolg zu erzielen (Arriagada & Bishop, 2021; Dunn & Falkof, 2021; Maddox, 2023). Sie wollen sich online für ihre Follower:innen normal und erreichbar zeigen, gleichzeitig aber achten sie auf ihr Aussehen und die Ästhetik. Authentizität bedeutet für sie, die eigene Individualität und Einzigartigkeit zum Ausdruck zu bringen und aufrichtig nach den eigenen Überzeugungen und Wünschen zu handeln (Balaban & Szambolics, 2022; Dunn & Falkof, 2021). Spontanität stellt auch hier einen relevanten Aspekt von Authentizität dar (Balaban & Szambolics, 2022, S. 242). Dies steht jedoch der sorgfältig kreierten Persona entgegen, die attraktiv und kommerziell erfolgreich sein muss (Dunn & Falkof, 2021). Infolge dieser Diskrepanz weichen einige Influencer:innen auf einen Zweitaccount auf Instagram aus, dem sogenannten Fake-Account bzw. Finstagram. Auf Finsta können Influencer:innen Inhalte teilen, die nicht zum Hauptaccount passen, ohne dabei ihre Marke zu gefährden (Goode et al., 2023). Sie sind kreativer und spontaner und können eine engere und intensivere Beziehung zu ihren Follower:innen aufbauen (Goode et al., 2023). Für Goode et al. (2023) stellt Finstagram „a momentary escape from the digital attention economy“ (S. 1071) für Influencer:innen dar. Aber nicht nur Influencer:innen weichen auf Finstagram aus, um ein authentisches Selbst darstellen zu können.

Die Forschung zeigt, dass auch jugendliche Nutzer:innen Finstaaccounts verwenden, um sich dort authentischer zeigen zu können. Auf Finsta wird lediglich ein kleiner Freundeskreis als Follower:innen zugelassen, wodurch ein Kontext Kollaps vermieden wird (Dewar et al., 2019). So können sie Inhalte, wie z.B. Alkoholkonsum, mit ihren engen Freund:innen teilen, ohne dass es unerwünschte Personen zu Gesicht bekommen (LaBrie et al., 2023, S. 750; Xiao et al., 2020). Jugendliche fühlen sich folglich auf Finsta freier in ihrer Selbstpräsentation (Darr & Doss, 2022). Gleichzeitig müssen sie, anders als bei den Hauptaccounts auf Instagram, nicht auf Ästhetik hinsichtlich des Feeds achten. Durch den Druckabfall empfinden Jugendliche auf Finsta insgesamt weniger Stress (Dewar et al., 2019). Darr und Doss (2022) argumentieren, dass die Fake-Instagram-Accounts somit die realeren Accounts sind. Dies lässt sich mit der Studie von Huang und Vitak (2022) in Einklang bringen, die aufzeigte, dass die Selbstpräsentation auf Finsta authentischer als auf den Hauptaccounts auf Instagram ist. Laut

den Autorinnen stellt Finsta die Hinterbühne aus Goffmans Selbstpräsentationstheorie dar, auf welcher sich die Personen mehr auf sich und weniger auf das Publikum konzentrieren. Nutzer:innen können auf Finsta ihrer Wut zu Themen, die sie beschäftigen, freien Lauf lassen, ohne von ihren Follower:innen verurteilt zu werden (Huang & Vitak, 2022, S. 18). Für Fallon (2024) hat die Authentizität auf Finstagram viel mehr mit der Nutzungsweise als mit der Plattform selbst zu tun (S. 36). Schließlich werden auf Finsta nur enge Freund:innen als Follower:innen zugelassen. Aufgrund dieser Tatsache vergleichen Vanhoffelen et al. (2023) Finstagram mit der App BeReal. Sie argumentieren, dass es durch den engen Freundeskreis einen geringeren Positivity Bias gibt, da auch andere Aspekte des Lebens gezeigt werden (Vanhoffelen et al., 2023, S. 6).

BeReal hat bereits große Wellen geschlagen und es weitreichend in den Diskurs geschafft. Einige Marken wollen auf BeReal eine Community aufbauen, um sich in ihren Zielgruppen als nachhaltig zu positionieren, mit dem Ziel, ihre Produkte zu verkaufen (Moir, 2023). Sogar im Tourismusbereich gibt es bereits Überlegungen, wie authentische Social Media Plattformen und eben auch BeReal eingesetzt werden könnten (Bulchand-Gidumal, 2024). Denn die Authentizität, mit der BeReal wirbt, hebt die Social Media App von allen anderen großen Plattformen ab und macht die App zu etwas Neuem und Einzigartigem. Manche Autor:innen sehen die Authentizität von BeReal als eine Art nostalgische Rückkehr zu früherer Social Media Nutzung mit authentischen Inhalten aus dem alltäglichen Leben (Banks et al., 2023; Highfield, 2023), wie beispielsweise die Monotonie des Arbeitslebens (Edwards, 2023). Für viele Autor:innen ist jedoch klar, dass BeReal durch sein Design und den dazugehörigen Features eine bestimmte Form von Authentizität bildet (Highfield, 2023; Maddox, 2023, S. 1184; Snyder, 2024; Z. Taylor, 2023).

## **2.4 BeReal und temporäre Authentizität**

Die App BeReal verfolgt mit seinen Features das Ziel, dass seine Nutzer:innen möglichst authentisch sind (Kaňková et al., 2025, S. 12). Durch sein simples und minimalistisches Design kann einerseits dieses Ziel durchaus erreicht werden (Kim et al., 2024, S. 15; Rovira Martorell et al., 2024, S. 6). Andererseits ermöglicht es die Entwicklung von Gewohnheit und Routine (Reddy & Kumar, 2024, S. 9; Rovira Martorell et al., 2024, S. 4-5) und eine lockere Atmosphäre stellt sicher, dass Nutzer:innen die App gern verwenden und persistent werden (Reddy & Kumar, 2024, S. 10). BeReal ermöglicht durch das tägliche Posten mit Front- und Rückkamera eine höhere, aber dennoch zeitlich begrenzte Sichtbarkeit für andere in das Leben der Nutzer:innen (S. 2, 9). Die Benachrichtigung für BeReal Time, die Benachrichtigung, dass

Freunde bereits gepostet haben, und Bonusposts bei Pünktlichkeit stellen für Rovira Martorell et al. (2024) drei Faktoren dar, die ein Pflichtgefühl für BeReal auslösen (S. 4). Sogar in Umgebungen, in denen normalerweise gar nicht auf Social Media gepostet wird, wie beispielsweise im Klassenzimmer (Boffone, 2022) oder am Arbeitsplatz (Edwards, 2023), kreiert BeReal zumindest für kurze Zeit eine Atmosphäre, die das Posten zulässt (Rovira Martorell et al., 2024, S. 5).

Die Features, mit denen BeReal sicherstellen möchte, dass Nutzer:innen authentisch sind, führen zu einer bestimmten Form von Authentizität, in der Zeit eine zentrale Rolle spielt (Snyder, 2024, S. 408; Z. Taylor, 2023, S. 7). Durch die spontane Benachrichtigung, die begrenzte Zeit und die Anzeige von Verspätungen ist die Authentizität auf BeReal temporär, zeitlich situiert (Highfield, 2023), sporadisch (Z. Taylor, 2023, S. 8) und spontan (Reddy & Kumar, 2024, S. 4; Snyder, 2024, S. 408; Vaterlaus & Chow, 2024). Aufforderungen, wie Gesicht zu zeigen (Z. Taylor, 2023, S. 8) und zu lächeln, lenken die Authentizität in eine positivistische Richtung, eine Art Glücksverordnung (A. Taylor, 2023). Die temporäre Authentizität auf BeReal basiert darauf, dass im Moment gepostet wird und dass Nutzer:innen auch bereit sind, jederzeit zu posten (Highfield, 2023; Maddox, 2023, S. 1189; Snyder, 2024, S. 408). Durch die Spontanität und das Zeitlimit versteht Maddox (2023) die Authentizität auf BeReal eher als Echtheit und weniger als Performance Strategie, wie auf anderen Social Media Plattformen. Weniger der Inhalt des Posts oder die besten Momente zu zeigen, sondern der Akt des Postens selbst und alltägliche Momente besonders zu machen sind auf BeReal wichtig (Reddy & Kumar, 2023). BeReal will Kuration entgegensteuern, alles soll realer und echter auf BeReal dargestellt werden (Z. Taylor, 2023, S. 4).

In der Frage, wie authentisch BeReal und seine Nutzer:innen tatsächlich sind und sein können, zeigt sich ein uneiniges Bild in der Forschung. Banks et al. (2023) stimmen zwar zu, dass BeReal aufgrund seines Designs und seiner Features eigentlich eine Flucht aus der kuratierten Performance im Digitalen sein soll. Aber für die Autor:innen sind die Features, dass Posts nur sichtbar sind, wenn selbst gepostet wird, sowie die Anzeige von Verspätungen eine soziale Normerzwingung nach Deutsch und Gerard (1955) Sie sollen die Nutzer:innen dazu bringen, Regeln zu befolgen und die App auf eine bestimmte Art zu verwenden. Das sei wiederum keine Flucht aus der Performance (Banks et al., 2023).

Snyder (2024) sieht die Authentizität auf BeReal ebenfalls kritisch. Sie führte eine Walk Through Methode durch und argumentiert, dass der Versuch der App, die Nutzung von Social Media authentischer zu gestalten, eine Form der Authentizität ergibt, die darin besteht,

pünktlich interessant zu sein (S. 405). Während für Highfield (2023) aufgrund der BeReal Time, die immer nur zu einem spezifischen Zeitpunkt ist, BeReal im Gegensatz zu anderen Plattformen keine Always On Mentalität bewirkt, ist für Snyder (2024) klar, dass die Features zu einer Always on Mentalität führen, da Nutzer:innen jederzeit bereit sein müssen, um nicht verspätet zu posten. Die Authentizität auf BeReal stellt auch aufgrund der Memory-Funktion einen Balanceakt zwischen pünktlich posten und der Erstellung interessanter erinnerungswürdiger Inhalte dar. Das steht für die Autorin im Gegensatz zu der vermeintlichen Authentizität (Snyder, 2024). Manche Nutzer:innen sehen in BeReal durchaus eine Quelle für Erinnerungen aufgrund der Memory-Funktion (Pinch et al., 2024, S. 10). Unklar ist jedoch, ob es der Authentizität schadet. Für Fallon (2024) kann BeReal nicht authentisch sein. Er bemerkt, dass BeReal mehr Authentizität will, dieser Wunsch aber nicht erfüllt werden kann, weil es auf Social Media keine Authentizität geben könne (S. 31). BeReal möchte Nutzer:innen authentischer werden lassen, indem es ihre Freiheit eingrenzt, sie selbst zu sein, und das ist laut dem Autor ironisch (S. 37).

Für andere Autor:innen ist klar, dass BeReal sein Ziel, authentisch zu sein, erreicht. So sieht Wisniewski-Parks (2023) beispielweise in BeReal die Chance, Nutzer:innen eine digitale Umgebung für Vernetzung zu bieten und dabei authentisch sein zu können. Im Gegensatz zu anderen Social Media Plattformen werden auf BeReal Momente aus dem Alltag geteilt und gepostet. Dies spricht für die Authentizität der App und der Nutzer:innen. So zeigt Edwards (2023) auf, während bisher auf Social Media Plattformen lediglich die Nachricht einer Beförderung gepostet wurde, finden sich auf BeReal diverse Momente aus dem Büroalltag. Nutzer:innen können somit sehen, “what [their] friends are doing behind the scenes of their curated digital presence“ (Edwards, 2023, Abs. 10). Maddox (2023) schildert in ihrer Studie ihre Erfahrungen mit BeReal, welche diesem Argument entsprechen. Sie schreibt, dass sie Momente auf BeReal postete, die sie auf anderen Plattformen niemals posten würde (S. 1194). Auch im Schulkontext werden Momente aus dem Alltag auf BeReal gezeigt. Boffone (2022) erlaubt seinen Schüler:innen, während des Unterrichts BeReals zu posten, denn er sieht darin eine Möglichkeit, die Klassengemeinschaft zu stärken (S. 5). Für ihn bewirken die Features von BeReal, dass Nutzer:innen keine Zeit für die Planung eines Posts haben, sondern das Leben in einem bestimmten Moment einfangen und so authentisch sind (S. 3). Studienteilnehmer:innen aus der Studie von Vaterlaus und Chow (2024) zu Nutzung und Erfahrungen mit BeReal unter College-Studierenden sagten mehrheitlich aus, dass BeReal aufgrund seiner Features authentischer als andere Social Media Apps ist, da die Postings persönlicher sind. Eine



Teilnehmerin gab beispielsweise an, dass sie Bilder von weinenden Freund:innen auf BeReal gesehen hat (Vaterlaus & Chow, 2024, S. 8).

Maddox (2023) und Banks et al. (2023) vertreten einen anderen kritischen Standpunkt. Maddox (2023) analysierte BeReal ebenfalls mithilfe der Walk Through Methode. Sie zeigt zwar auf, dass Nutzer:innen auf BeReal mehr sie selbst sein können, authentischer und echter sind. Die App fördert für die Autorin aber aufgrund ihres Designs und ihrer Features den Panoptismus und die soziale Überwachung (Maddox, 2023, S. 1184). Auch für Banks et al. (2023) konstruiert BeReal eine Form der Authentizität, die Nutzer:innen dazu bringt, sich an ihrer eigenen Selbstüberwachung zu beteiligen. Durch die Preisgabe des Privaten und Alltäglichen rücken Fragen zu Privatsphäre und Überwachung in den Fokus (Banks et al., 2023).

Seit BeReal veröffentlicht wurde und seinen Durchbruch hatte, wurde die App weiterentwickelt. Dadurch veränderte sich auch die Authentizität aus der Sicht mancher Autor:innen und auch aus der Sicht der Nutzer:innen. Vor einiger Zeit wurde auf BeReal das Feature hinzugefügt, dass Nutzer:innen mehrere Posts auf BeReal stellen können, sogar bei Verspätung kann ein weiterer Post hochgeladen werden (Z. Taylor, 2023, S. 9). Wenn Nutzer:innen jedoch wieder posten können, wann und in welchen Momenten sie wollen, könnte das der Authentizität der App schaden, wie Z. Taylor (2023) bemerkt. BeReal suggeriert schließlich, dass verspätete Posts nicht authentisch sind (Pinch et al., 2024, S. 5). So ergab die Analyse einer Reddit-Diskussion von Snyder (2024), dass BeReal als fake wahrgenommen wird, da Nutzer:innen nicht pünktlich sein müssen, sondern auch später posten können. BeReal Nutzer:innen auf Reddit schrieben jedoch, dass die Fakeness nicht der App, sondern den Freund:innen auf BeReal verschuldet ist (Snyder, 2024, S. 410). Insbesondere arbeitende Nutzer:innen seien in der Wahrnehmung der Reddit-Diskutierenden langweilig und unauthentisch, weil sie das Smartphone während der Arbeit nicht nutzen und dadurch verspätet sind. Nutzer:innen müssen laut Snyder somit immer bereit sein, ein interessantes BeReal posten zu können (S. 412).

Andererseits wirken außergewöhnliche Inhalte wiederum verdächtig (Maddox, 2023, S. 1190). In der Studie von Tirocchi (2024) wurden Fokusgruppen durchgeführt, um die für die Generation Z relevanten Werte mit den Werten der bevorzugten Medien zu vergleichen. BeReal wird von den Teilnehmer:innen als fake wahrgenommen, weil Nutzer:innen auf BeReal nicht unbedingt ein Foto zum angegebenen Zeitpunkt aufnehmen müssen, sondern auch einfach warten können, bis sie etwas Spannendes machen (Tirocchi, 2024, S. 8). Interviewpartner:innen in der Studie von Pinch et al. (2024) wiederum differenzierten zwischen Authentizität und Realität. Wenn Nutzer:innen auf einen besonderen Moment warten und dadurch verspätet

posten, wird es einerseits fake, andererseits aber auch authentisch wahrgenommen, weil es bedeutet, dass sie diesen Moment zeigen wollten (Pinch et al., 2024, S. 12). Die spontane Benachrichtigung stellt für Reddy und Kumar (2024) nicht unbedingt einen Authentizitätsfaktor dar. Das Posten ist schließlich eine Reaktion auf die Benachrichtigung und weniger ein Wunsch der Nutzer:innen selbst, der Anreiz ist extern (S. 9). Ruf und Vujadinovic (2023) argumentieren, dass die Authentizität auf BeReal mit Unkontrollierbarkeit gleichgesetzt wird und BeReal in das reale Leben eingreift (S. 136). Es gibt jedoch Momente, in denen Nutzer:innen aus verschiedenen Gründen nicht fähig sind zu posten und deshalb verspätet posten. Das muss aber nicht bedeuten, dass sie nicht authentisch sind (Reddy & Kumar, 2024, S. 9).

Manche Studienteilnehmer:innen in der Online-Umfrage und den Tiefeninterviews von Vaterlaus und Chow (2024) bemerkten, dass BeReal das Feature der LatePost Möglichkeit entfernen könnte, damit die App authentischer wird (S. 9). Andere Studienteilnehmer:innen fanden jedoch, dass BeReal und allgemein Social Media Authentizität nicht erreichen kann (Vaterlaus & Chow, 2024, S. 8). Nutzer:innen können schließlich selbst bei pünktlichen Posts die Situation für den Post verändern und somit kuratieren (S. 9). Auf dieses Ergebnis kamen Reddy und Kumar (2023) in ihrer Studie, denn Nutzer:innen versuchten trotz der spontanen Benachrichtigung interessante Posts pünktlich zu erstellen. Manche freuten sich, wenn BeReal Time war, als sie etwas Spannendes gemacht haben. Dieses Ergebnis deckt sich mit den Schilderungen der Nutzererfahrungen von Maddox (2023, S. 1194). Kim et al. (2024) fanden mithilfe von Interviews heraus, dass BeReal das Verhalten von manchen Nutzer:innen teilweise beeinflussen konnte. Der Gedanke, einen Moment der Produktivität auf BeReal zeigen zu können, sofern die BeReal Time zu diesem Zeitpunkt stattfindet, motivierte die 13- bis 18-Jährigen aufzustehen und zu lernen (Kim et al., 2024, S. 16). Das zeigt also, dass bestimmte Momente immer noch eher wert sind, gepostet zu werden (Reddy & Kumar, 2023). Dies könnte mit dem Positivity Bias (Jongman-Sereno & Leary, 2016, S. 289; Reinecke & Trepte, 2014, S. 100) in Verbindung gebracht werden.

Neben dem Feature der BeReal Time und der Anzeige der Verspätung, sofern die Zeit nicht eingehalten wurde, soll auch die Anzeige von Wiederholungen eines BeReals sicherstellen, dass Nutzer:innen spontan und dadurch authentisch sind (Kim et al., 2024, S. 13; Snyder, 2024, S. 409). In Einklang mit der Vorstellung der App von Authentizität empfanden einige Teilnehmer:innen der Studie von Pinch et al. (2024) BeReal Posts, die wiederholt wurden, unauthentisch. Sie bewerteten die Nutzer:innen als fake. Folglich machten sie sich Gedanken

darüber, ob andere sie ebenfalls dafür verurteilen (Pinch et al., 2024, S. 11). Eine Interviewpartnerin erzählte jedoch, dass sie transparent und ehrlich zugibt, dass sie die Bilder wiederholt, weil sie sich nicht schön fand (S. 12). Insgesamt kommen Pinch et al. (2024) zu dem Ergebnis, dass die Authentizität auf BeReal sich langsam von der Authentizität als Echtheit wieder in Richtung Authentizität als Performance, wie es Maddox (2023) definierte, entwickelt. Authentizität auf BeReal ist also dynamisch und verändert sich mit der Zeit (Pinch et al., 2024, S. 13).

#### *2.4.1 Selbstpräsentation auf BeReal*

Die Selbstpräsentationstheorie von Goffman (1956) wurde bereits im Kontext von Authentizitätsforschung auf Social Media erläutert, da einige Autor:innen auf sie Bezug nehmen (Bailey et al., 2020; Darr & Doss, 2022, S. 2; Dewar et al., 2019, S. 5; Grieve & Watkinson, 2016; Hollenbaugh, 2021, S. 81; Huang & Vitak, 2022, S. 3; Kreling et al., 2022). Auch in der Forschung zu BeReal wird die Theorie diskutiert und untersucht. Reddy und Kumar (2024) vertreten den Standpunkt, dass die Metapher der Vorder- und Hinterbühne im Kontext der Selbstpräsentation auf BeReal nicht angewendet werden sollte, sondern Selbstpräsentation schlicht als Performance untersucht werden sollte, weil in der digitalen Welt die Grenzen eventuell verschwimmen (S. 3). Studien zu Instagram ergaben, dass Finsta die Hinterbühne ist, auf der Nutzer:innen authentisch sind, während der Hauptaccount die Vorderbühne darstellt (Huang & Vitak, 2022, S. 18). Finsta und BeReal weisen viele Ähnlichkeiten auf (Fallon, 2024, S. 36; Vanhoffelen et al., 2023, S. 6), folglich kann BeReal als die Hinterbühne gesehen werden. Wird Selbstpräsentation jedoch ausschließlich auf BeReal untersucht, ist es sinnvoll, den Fokus nicht auf die Metapher zu legen, wie Reddy und Kumar (2024) argumentieren, sondern die Selbstpräsentation als solche zu fokussieren und inwiefern sie kontrolliert wird oder authentisch ist (S. 3).

Hollenbaugh (2021) führte ein Review zum Thema Selbstpräsentation auf Social Media durch und arbeitete drei Affordanzen heraus, die Selbstpräsentation von Nutzer:innen moderieren: Anonymität, Persistenz und Sichtbarkeit. Es ist unklar, ob Anonymität dazu führt, dass Nutzer:innen sich authentisch präsentieren. Werden Selfies gepostet, wird die Anonymität jedenfalls reduziert (Hollenbaugh, 2021, S. 86), somit ist die Anonymität auf BeReal sehr niedrig. Je höher die Persistenz ist, je länger also die Posts sichtbar bleiben, desto mehr Aufwand wenden Nutzer:innen bei ihrer Auswahl der Postings auf (S. 86). Auf BeReal ist die Persistenz gering, andere Nutzer:innen sehen nur etwa 24 Stunden die Posts. Für Nutzer:innen selbst werden die Posts aber archiviert, somit ist die Persistenz für Nutzer:innen selbst hoch. Je

leichter Inhalte für andere Nutzer:innen zu finden sind, die Sichtbarkeit also höher ist, desto genauer wählen Nutzer:innen ihre Posts aus (S. 86). Auf BeReal können Nutzer:innen mittels der Telefonnummer oder eines selbstgewählten Nutzernamens gefunden werden, der nicht dem tatsächlichen Vollnamen entsprechen muss. Naheliegend ist somit eine geringe Sichtbarkeit für andere Nutzer:innen.

Choi et al. (2020) führten ein Online-Experiment durch, um herauszufinden, inwiefern Selbstpräsentation auf Social Media das Selbstbild beeinflusst. Sie verglichen dabei vergängliche Inhalte, die nach 24 Stunden entfernt werden, wie bei Instagram, bei Snapchat oder auch bei BeReal der Fall, und dauerhafte Inhalte. Die Ergebnisse zeigen, dass die Verinnerlichung des präsentierten Selbst erleichtert wird, wenn die Inhalte vergänglich sind (Choi et al., 2020, S. 13). Dies lässt sich dadurch erklären, dass die Selbstdarstellung weniger strategisch ist und sich Nutzer:innen zudem weniger Gedanken über den Eindruck, den sie bei anderen wecken, machen (Choi et al., 2020). Auf dieses Ergebnis kommen Reddy und Kumar (2024) bei BeReal. Nutzer:innen denken nicht lange darüber nach, was sie posten, sondern sind spontan und authentisch (Reddy & Kumar, 2024, S. 4). Sie heben zudem die Sichtbarkeit durch Front- und Rückkamera hervor. Für Interviewpartner:innen ihrer Studie zeugt es von Authentizität, wenn Nutzer:innen einen schlechten Tag haben und dennoch posten (S. 7).

Authentische Selbstpräsentation kann Beziehungen und so die mentale Gesundheit fördern. Junge Menschen haben jedoch weniger gute Beziehungen zu anderen als früher (Kim et al., 2024, S. 2), weshalb Kim et al. (2024) in ihrer Studie untersuchten, inwiefern BeReal und sein Design das Selbstpräsentationsverhalten von 13- bis 18-Jährigen beeinflussen. Die temporäre Authentizität sowie die Wiederholungsanzeige erfordern eine gewisse Fähigkeit, sich selbst in kurzer Zeit adäquat zu präsentieren (S. 22) und führt zu einer bestimmten Form der Selbstpräsentation, nämlich Gesicht zu zeigen. Die Interviewpartner:innen meinten, dass BeReal authentische Selbstpräsentation fördert und inszenierte Posts abnehmen, das aber auch von anderen Nutzer:innen erwartet wird (S. 13). Kaňková et al. (2025) kamen im Zuge ihres Quasi-Experiments zu dem Ergebnis, dass eine langfristige Nutzung von BeReal die Zufriedenheit mit Freundschaften und in Folge die Lebenszufriedenheit erhöht (S. 12,13).

Manche Nutzer:innen auf BeReal versuchen, eine möglichst vorteilhafte, aber authentische Selbstpräsentation durchzuführen, weshalb manche von ihnen Bilder oft wiederholen (Vanhoffelen et al., 2023, S. 5). Authentizität auf BeReal ist soziotechnisch und wird von der Plattform selbst und von Normen der Selbstpräsentation beeinflusst. Verspätungen wurden irgendwann akzeptiert, Wiederholungen jedoch nicht (Pinch et al., 2024, S. 13). BeReal

schränkt die Freiheit ein, zu posten, wann Nutzer:innen wollen und will stattdessen die Selbstpräsentation der Nutzer:innen mithilfe der Features kontrollieren (Pinch et al., 2024, S. 2). Das könnte jedoch zu einem wahrgenommenen Druck führen (S. 15).

#### *2.4.2 Druck und Selbstbestimmungstheorie*

Inwiefern BeReal und seine Features einen Druck auf Nutzer:innen in ihrer Selbstpräsentation und allgemein ausüben oder nicht, sind sich Autor:innen in der Forschung erneut uneinig. Der Druck, authentisch auf Social Media sein zu müssen, kann Ängste erhöhen (Gorea, 2021, S. 3). Wisniewski-Parks (2023) vermutet, dass BeReal aufgrund seines Designs, in welchem Profile nicht im Fokus stehen, eine weniger angstausslösende Nutzererfahrung ermöglichen könnte. Für Li (2023) ist klar, dass BeReal den Druck nimmt, sich anderen auf eine gewisse Weise präsentieren zu müssen, da die Posts nur kurz sichtbar sind. Das Archiv ist schließlich nur für Nutzer:innen selbst einsehbar (S. 8). Im Gegensatz zu anderen Social Media Plattformen müssen auf BeReal Fotos nicht perfekt sein, sondern sie sollen das Leben widerspiegeln, wie es tatsächlich ist. Daher argumentiert Boffone (2022), dass Nutzer:innen auf BeReal weniger Stress empfinden. Die Nutzer:innen aus seiner Schulklasse konnten durch den Druckwegfall BeReal auf eine humoristische Art und Weise verwenden und kreierten eine Parodie des Teenager Lebens. Auch Kim et al. (2024) schreiben, dass BeReal Postingdruck reduziert. Ein Interviewpartner verglich seine Erfahrungen mit Instagram, insbesondere mit seinem Finstaaccount. Für ihn gibt es keinen Druck auf BeReal, etwas Besonderes zeigen zu müssen, weil der einzige Grund für das Posten die Benachrichtigung ist. So postet er Bilder auf BeReal, die er nicht auf Finsta posten würde, weil sie zu langweilig wären (S. 14). Auch Studienteilnehmer:innen bei Vaterlaus und Chow (2024) waren der Meinung, dass auf BeReal im Vergleich zu anderen Social Media Plattformen weniger Druck herrscht. Insbesondere der verringerte soziale Druck und der zeitlichen Bindung wurden hervorgehoben (Vaterlaus & Chow, 2024, S. 9).

Einige Interviewpartner:innen in der Studie von Kim et al. (2024) schilderten hingegen einen verspürten Druck, posten zu müssen (S. 17). Features, wie die Wiederholungsanzeige oder die Verspätungsanzeige, wurden als Stressauslöser identifiziert (S. 17). Zudem haben manche Angst, langweilig zu wirken, wenn die Benachrichtigung für BeReal Time stets zu einem Zeitpunkt kommt, zu welchem sie zu Hause sind (S. 18). Eine ähnliche Erfahrung schilderte eine Person in der Studie von Reddy und Kumar (2023). Kommt die Benachrichtigung immer dann, wenn sie Hausaufgaben schreibt, aber nie bei Aktivitäten mit Freund:innen, ist die Darstellung einseitig. Sie will aber auch andere Aktivitäten zeigen. Es gibt also einen Druck,

interessant zu sein (Reddy & Kumar, 2023; Reddy & Kumar, 2024, S. 8). BeReal löst für manche zugleich einen Druck aus, sich authentisch zu zeigen (Tirocchi, 2024). Auch fühlen sich manche Nutzer:innen durch die Benachrichtigung für BeReal Time gestresst (Reddy & Kumar, 2024, S. 8). Snyder (2023) bemerkt, dass neben dem Druck, pünktlich interessant zu sein, auch der Druck durch die Erinnerungsfunktion hinzukommt, erinnerungswürdige Inhalte posten zu müssen (S. 409) und vertritt somit eine gegenteilige Meinung zu Li (2023). Hinsichtlich der Frage, ob BeReal einen Druck auf seine Nutzer:innen ausübt oder nicht, zeigen sich also unterschiedliche Ergebnisse in der Forschung.

Pinch et al. (2024) führten eine Studie zur Authentizität auf BeReal durch und wie Nutzer:innen diese Authentizität verstehen, durchführen und bewerten. Die Ergebnisse zeigen, dass die Features auf BeReal einen Druck ausüben, eine spezielle Authentizität zu praktizieren, welche nicht unbedingt mit den eigenen Vorstellungen von Selbstpräsentation übereinstimmen. Dies führt zu einem Spannungsverhältnis (S. 15). Nutzer:innen entwickeln jedoch Strategien, um mit den Features von BeReal umzugehen und wieder mehr Kontrolle über ihre Selbstpräsentation zu erlangen. Sie posteten beispielsweise verspätet, um eine interessante Aktivität zu zeigen, oder sie passten ihre Umgebung an, um etwas anderes oder etwas Bestimmtes nicht zu zeigen (S. 9). Durch diese Strategien, die gegen die Regeln von BeReal verstoßen, sehen sie sich und andere jedoch als unauthentisch. Einerseits versuchen Nutzer:innen wieder mehr Kontrolle zurückzugewinnen und handeln wider die Regeln, andererseits prägen jene Regeln ihre Vorstellungen von Authentizität (S. 3).

Diese Studien und ihre Ergebnisse, insbesondere die Studie von Pinch et al (2024), können mit der Selbstbestimmungstheorie in Verbindung gebracht werden. Die Theorie beschäftigt sich mit der Motivation von menschlichen Handlungen. Es gibt einerseits die autonome Motivation, welche von innen aus eigener Willenskraft kommt, und andererseits die kontrollierte Motivation, welche durch externe Belohnungen und Bestrafungen sowie Regelungen zu bestimmtem Denken und Handeln führen soll (Deci & Ryan, 2008, S. 182). Die autonome Motivation wirkt sich positiver auf Gesundheit und Wohlbefinden aus (Deci & Ryan, 2000, S. 243). Um diese zu entwickeln, müssen die drei psychologischen Grundbedürfnisse Autonomie, Kompetenz und soziale Verbundenheit erfüllt sein (Deci & Ryan, 2000; Deci & Ryan, 2008). Werden diese Grundbedürfnisse vereitelt, kommt es zu defensiven, kontrollierten und unauthentischen Verhaltensweisen (Deci & Ryan, 2000, S. 258). Werden Menschen kontrolliert, fühlen sie Druck, auf eine bestimmte Art zu denken, zu handeln oder zu fühlen (Deci & Ryan, 2008, S. 182).

West et al. (2024) führten ein systematisches Scoping Review hinsichtlich der Frage, wie die Nutzung von Social Media durch Jugendliche die Grundbedürfnisse unterstützt oder vereitelt, durch, wobei jedoch keine Studien explizit zu BeReal miteinbezogen wurden. Die Ergebnisse zeigen, dass die Nutzung von Social Media das Bedürfnis der sozialen Verbundenheit erfüllen kann, indem soziale Beziehungen erleichtert werden (S. 9). Jedoch können auch negative Konsequenzen auftreten, beispielsweise durch den Druck, ständig online erreichbar sein zu müssen (S. 10). Auf BeReal pflegen Nutzer:innen in der Regel lediglich einen kleinen Freundeskreis (Edwards, 2023; Kim et al., 2024; Vanhoffelen et al., 2023). Dadurch könnten aber Beziehungen gestärkt oder Bekanntschaften zu Freundschaften werden und so die soziale Verbundenheit positiv beeinflusst werden. Social Media kann die Autonomie stärken, da Nutzer:innen selbst ihre Posts kreieren und ihre Identität entdecken können. Bei einer gefühlten Abhängigkeit von Social Media zeigen sich jedoch negative Folgen. Hinzu kommen Erwartungen von anderen Nutzer:innen, die zu einer Anpassung des eigenen Verhaltens führen, um mögliche negative Auswirkungen zu verhindern, und so die Autonomie einschränken. Die Posts von anderen können nicht beeinflusst werden, was ebenfalls zu einer Verringerung der Autonomie führen kann (West et al., 2024, S. 11). Auf BeReal könnten sich Nutzer:innen in ihrer Autonomie eingeschränkt fühlen, weil sie die Posts nicht bearbeiten können. Studienergebnisse dazu gibt es jedoch nicht. Zuletzt kann Social Media die eigene Bildung und somit die Kompetenz positiv beeinflussen (West et al., 2024, S. 11), aber auch hemmen. Auch die Kompetenz in Bezug auf das Selbstbewusstsein von Jugendlichen kann durch Feedback beeinflusst werden (S. 12). Die Selbstbestimmungstheorie wurde in der bisherigen Forschung zu BeReal nicht angewandt. Somit ist unklar, wie sich die App auf die sozialen Grundbedürfnisse und in Folge auf die Authentizität auswirkt.

#### *2.4.3 Sozialer Vergleich*

Durch den engen Freundeskreis auf BeReal wird die Interaktion mit kleineren sozialen Kreisen gefördert, wie die Studienergebnisse von Kim et al. (2024) zeigen (S. 13). Mithilfe der RealMoji-Funktion interagieren Nutzer:innen mit den Freund:innen und es können Emotionen ausgetauscht werden (Rovira Martorell et al., 2024, S. 5). Die soziale Belohnung, die nur bei Nutzung der App erhalten werden kann, führt zudem zu einer Bindung der Nutzer:innen an BeReal (S. 6). Interviewpartner:innen von Reddy und Kumar (2023) erzählten, dass sie Freude daran haben zu sehen, was ihre Freund:innen unternehmen. Dadurch kann die Verbindung gehalten werden, was sich mit den Ergebnissen von Kim et al. (2024) deckt. Die Informationen

zu Freund:innen, die täglich auf BeReal geliefert werden, können zu sozialen Vergleichsprozessen führen (Vanhoffelen et al., 2023, S. 5).

Menschen haben das Bedürfnis danach, sich selbst einzuschätzen, und vergleichen sich daher mit anderen Menschen (Festinger, 1954, S. 1,2). Wenn eine Diskrepanz in Bezug auf Meinungen oder Fähigkeiten besteht, gibt es die Tendenz, die eigene Position zu ändern, um sich den anderen in der Gruppe anzunähern (S. 6). Durch Social Media kommt es allgemein häufiger zu sozialen Vergleichsprozessen (Verduyn et al., 2020). Dabei kann es zu Vergleichen nach unten, nach oben (Lewin et al., 2022, S. 2; Verduyn et al., 2020, S. 33) oder im Fall von BeReal auf gleicher Ebene, also lateral, kommen (Vanhoffelen et al., 2023, S. 5). Studien zu sozialen Vergleichsprozessen auf Social Media zeigen, dass das Auftreten von sozialen Vergleichen von der Persönlichkeit der Nutzer:innen sowie von der Nutzungsweise abhängt, wie das Review von Verduyn et al. (2020) zur Rolle sozialer Vergleichsprozesse im Zusammenhang mit Wohlbefinden aufweist (S. 33). Bei aktiver Nutzung werden Informationen erstellt, bei passiver Nutzung werden sie konsumiert. Sozialer Vergleich auf Social Media ist dabei meist mit einem Rückgang des Wohlbefindens verbunden (S. 33, 34). BeReal unterscheidet sich von anderen Social Media Plattformen darin, dass eine aktive Nutzung Voraussetzung für eine passive Nutzung ist. Zudem kann es auf BeReal zu lateralen sozialen Vergleichen kommen. Diese Art des Vergleichs wurde bisher im Kontext von authentischen Social Media Inhalten nicht erforscht, da sie bisher nicht aufgetreten ist (Vanhoffelen et al., 2023, S. 6).

Vanhoffelen et al. (2023) führten im Zuge ihrer Studie zu authentischer Selbstpräsentation auf BeReal und dem Selbstwertgefühl junger Menschen eine Querschnittsbefragung durch. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass es zu sozialen Vergleichen nach oben kommen kann, auch wenn nur enge Freund:innen auf BeReal hinzugefügt werden. Nutzer:innen versuchen schließlich sich zwar authentisch, aber dennoch möglichst gut zu präsentieren, indem sie beispielsweise das Bild wiederholen. Der Vergleich nach oben ist laut bisheriger Forschung meist schädlich, kann aber auch positive Auswirkungen haben, wenn die Inhalte inspirierend wirken (Vanhoffelen et al., 2023, S. 5). Vergleich nach oben hing signifikant negativ mit dem Selbstwertgefühl zusammen, während lateraler Vergleich positiv mit dem Selbstwertgefühl zusammenhing (S. 12). Verglichen sich Nutzer:innen mit gleichen Leuten, fühlten sie sich also selbstbewusster (S. 15). Verglichen sie sich jedoch mit Nutzer:innen, die täglich besondere Aktivitäten durchführten oder attraktiver wahrgenommen wurden, wirkte sich das negativ auf das Selbstwertgefühl aus. Der tägliche Vergleich mit Gleichaltrigen könnte bei Vergleich nach



oben zu Neid und fear of missing out führen (S. 15). Eine langfristige Nutzung von BeReal hängt jedoch negativ mit fear of missing out zusammen (Kaňková et al., 2025, S. 13). Insgesamt ist festzustellen, dass durch den kleinen Freundeskreis und die Tatsache, dass laterale soziale Vergleiche auftreten, bisherige Erkenntnisse hinsichtlich Vergleichsprozesse auf Social Media nicht auf BeReal zutreffen und nicht übertragen werden können (Vanhoffelen et al., 2023, S. 15). Zudem könnte eine sich verändernde Nutzung von BeReal (Pinch et al., 2024, S. 13) Veränderungen hinsichtlich der sozialen Vergleichsprozesse herbeiführen (Kaňková et al., 2025, S. 14), weshalb ein Forschungsbedarf besteht.

### 3 Forschungsfragen

BeReal sticht mit seinen Features aus der Social Media Umgebung hervor und kreiert damit eine temporäre Authentizität, die den Fokus auf Spontanität (Reddy & Kumar, 2024, S. 4; Snyder, 2024, S. 408; Vaterlaus & Chow, 2024) und Zeit legt (Snyder, 2024, S. 408; Z. Taylor, 2023, S. 7). Hinsichtlich der Frage, ob die App sein Ziel der Authentizität erreichen kann, gehen die Meinungen in der bisherigen Forschung auseinander. Die Spontanität steht der eingegrenzten Freiheit entgegen (Pinch et al., 2024, S. 2), Alltagsmomente (Boffone, 2022; Edwards, 2023) und persönliche Inhalte (Vaterlaus & Chow, 2024, S. 8) widersprechen sich mit spannenden Momenten und erinnerungswürdigen interessanten Inhalten, die pünktlich gezeigt werden (Reddy & Kumar, 2023; Snyder, 2024, S. 405; Tirocchi, 2024, S. 8). Die Memory-Funktion wird unterschiedlich bewertet (Li, 2023, S. 8; Snyder, 2024) und auf die Gefahr von sozialer Überwachung wird aufmerksam gemacht, gleichzeitig aber die Authentizität bejaht (Banks et al., 2023; Maddox, 2023, S. 1184).

Einige Studien legen nahe, dass die Selbstpräsentation auf BeReal authentisch ist (Kim et al., 2024, S. 13; Reddy & Kumar, 2024, S. 4). Dabei ist aber zu unterscheiden, ob Nutzer:innen die Selbstpräsentation von sich und anderen authentisch wahrnehmen oder ob die Selbstpräsentation tatsächlich authentisch ist, sich das gezeigte Selbst also mit dem wahren Selbst deckt und der Moment transparent gezeigt wird (Hazlett, 2023, S. 19; Sedikides et al., 2019, S. 73, 74). BeReal könnte zudem einen Druck auf verschiedenen Ebenen erzeugen (Kim et al., 2024, S. 17; Reddy & Kumar, 2023; Reddy & Kumar, 2024, S. 8; Snyder, 2024, S. 409; Tirocchi, 2024) oder den Druck verringern (Boffone, 2022; Kim et al., 2024, S. 14; Li, 2023, S. 8; Pinch et al., 2024, S. 15; Vaterlaus & Chow, 2024, S. 9; Wisniewski-Parks, 2023). Sowohl Forscher:innen als auch Nutzer:innen sind sich zu diesem Thema nicht einig.

Aus diesen Forschungslücken heraus ergibt sich die erste Forschungsfrage, die im Zuge der vorliegenden Arbeit zu BeReal beantwortet werden soll:

FF1: Wie wird die temporäre Authentizität auf BeReal und die dazugehörenden Features von jungen Menschen in Österreich erlebt und ausgelebt?

Die Forschungsfrage zielt darauf ab herauszufinden, welche Erfahrungen Nutzer:innen mit BeReal auf mehreren Ebenen gesammelt haben. Einerseits soll aufgeklärt werden, wie die verschiedenen Features und damit die temporäre Authentizität von den Nutzer:innen wahrgenommen werden. Dazu zählt die Frage, ob BeReal einen Druck auslöst oder nicht und wie gegebenenfalls mit dem Druck umgegangen wird und welche Strategien entwickelt werden,

um ihn zu verringern. Andererseits soll erforscht werden, wie BeReal in den Alltag der Nutzer:innen eingebaut wird und wie BeReal Posts erstellt und die Features angewandt werden. Es wird erforscht, wie posiert wird, welche Mimik und Gestik gezeigt werden, was auf den jeweiligen Fotos zu sehen ist oder was nicht zu sehen sein soll, und schließlich, ob die Darstellung auf BeReal mit der tatsächlichen Situation übereinstimmt. Somit soll herausgefunden werden, wie authentisch Nutzer:innen auf BeReal sind. Die Nutzung von BeReal und die Wahrnehmung des Drucks und sein Umgang werden in einer Frage zusammengeführt, da diese zwei Ebenen schwer zu trennen sind. Schließlich kann ein wahrgenommener Druck Auswirkungen auf die Nutzung von BeReal und das Erleben haben. Für die Beantwortung der ersten Forschungsfrage werden die Selbstpräsentationstheorie (Goffman, 1956) und die Selbstbestimmungstheorie (Deci & Ryan, 2000; Deci & Ryan, 2008) herangezogen.

Studien zu BeReal zeigen auf, dass die Vorstellung von Authentizität von der Plattform und von Normen, die sich unter Nutzer:innen entwickeln, beeinflusst wird (Pinch et al., 2024, S. 13). Es gibt somit unterschiedliche Wahrnehmungen der Authentizität anderer Nutzer:innen (Maddox, 2023, S. 1190; Pinch et al., 2024, S. 11, 12; Snyder, 2024, S. 410; Tirocchi, 2024, S. 8; Vaterlaus & Chow, 2024, S. 8,9). Aufgrund der täglichen Nutzung von BeReal, die durch die Benachrichtigung angeregt wird, liefert die App viele Informationen über die Freund:innen auf BeReal. Dadurch kommt es zu sozialen Vergleichen (Vanhoffelen et al., 2023, S. 5). Neben den bekannten Vergleichen nach unten und oben (Lewin et al., 2022, S. 2; Verduyn et al., 2020, S. 33) kommt es bei BeReal zusätzlich zu lateralen Vergleichen, welche in der Forschung bislang unerforscht sind (Vanhoffelen et al., 2023, S. 5). Zudem können bisherige Forschungsergebnisse zu sozialen Vergleichen auf Social Media nicht auf BeReal übertragen werden (Vanhoffelen et al., 2023, S. 15). Aus diesen Forschungslücken ergibt sich die zweite für diese Arbeit relevante Forschungsfrage:

FF2: Wie wird die Authentizität anderer Nutzer:innen auf BeReal von jungen Menschen wahrgenommen und aufgenommen?

Das Ziel der Forschungsfrage ist es einerseits herauszufinden, inwiefern Nutzer:innen andere Nutzer:innen auf BeReal authentisch finden oder nicht und andererseits, was diese Wahrnehmung mit den Nutzer:innen in Folge macht. Die Frage wird in die Theorie des sozialen Vergleichs (Festinger, 1954) eingebettet. Daher ist auch relevant herauszufinden, ob und wie bei einer Diskrepanz im Vergleich zu anderen Nutzer:innen die eigene Nutzung angepasst wird. Zudem ist von Interesse herauszufinden, wovon die jeweilige Wahrnehmung zur Authentizität

anderer Nutzer:innen abhängt, welche Inhalte, Darstellungen und Anwendungen der Features als authentisch empfunden werden.

## **4 Untersuchungsanlage und Methode**

In diesem Kapitel wird die Untersuchungsanlage erläutert und die methodische Vorgehensweise dargestellt. Die ausgewählte Methode des Interviews, der dafür erstellte Leitfaden, die Auswahl der Interviewpartner:innen, die Durchführung der Interviews sowie die Analyse und das Auswertungsverfahren werden argumentativ und transparent in den folgenden Unterkapiteln dargestellt.

### **4.1 Methode**

BeReal und seine Authentizität sind in der Social Media Welt noch relativ neu (Maddox, 2023, S. 1185-1186; Z. Taylor, 2023, S. 1), weshalb die App bisher wenig erforscht ist. Auf Basis der Forschungslücken wurden Fragestellungen aufgestellt, die eine offene und tiefergehende Herangehensweise an das wenig erforschte und in der Literatur widersprüchlich diskutierte Phänomen nahelegen. Ein qualitatives Methodendesign eignet sich daher für die Beantwortung der Forschungsfragen. Schließlich ermöglichen qualitative Methoden ganzheitliche und offene Einblicke in noch unerforschte Thematiken. Konkret wurden im Zuge der Arbeit qualitative Leitfadeninterviews durchgeführt, um die Forschungsfragen bestmöglich beantworten zu können.

### **4.2 Leitfaden**

Das Ziel der Interviews liegt darin, die Forschungsfragen beantworten zu können. Deshalb wurde für die Durchführung der Interviews ein qualitativer Leitfaden herangezogen, um eine Orientierungshilfe im Gesprächsverlauf zu bieten. Der Leitfaden enthält den Forschungsfragen entsprechende Themenblöcke mit geeigneten Fragen. Er bot eine Struktur für das Interview, wurde aber flexibel eingesetzt, wie es für qualitative semistrukturierte Leitfadeninterviews vorgesehen ist (Przyborski & Wohlrab-Sahr, 2021, S. 171). Eine genauere Erläuterung zum Einsatz des Leitfadens findet sich im Kapitel Durchführung der Interviews.

Der Leitfaden ist im Sinne der Transparenz von qualitativer Forschungsarbeit im Anhang enthalten. Die Themenblöcke werden dennoch kurz dargelegt, um die Ausarbeitung näher zu erläutern. Es wurden zwei Dimensionen aus den Forschungsfragen deduktiv abgeleitet, wobei beide Forschungsfragen beide Dimensionen beinhalten. Die Nutzung von BeReal aus der ersten und das Verhalten gegenüber Freund:innen aus der zweiten Forschungsfrage wurden als Themenblöcke unter der Verhaltensdimension zusammengefasst. Die Features und der wahrgenommene Druck, die eigene wahrgenommene Authentizität aus der ersten sowie die wahrgenommene Authentizität von Freund:innen auf BeReal aus der zweiten Forschungsfrage

wurden unter der Erlebnisdimension zusammengefasst. Insgesamt wurden zwischen einem und fünf Absätzen mit offen formulierten Fragen pro Themenblock im Leitfaden festgehalten. Zusätzlich gab es eine Vorstellungsrunde und eine offene, zum Thema hinführende Frage als Warmup, sowie ein Resümee als Möglichkeit, noch nicht angesprochene Themen einzuwerfen. Die Fragen im Leitfaden wurden offen als Ergänzungsfragen formuliert, um das Kriterium der Offenheit, welche für qualitative Forschungsmethoden wichtig ist (Przyborski & Wohlrab-Sahr, 2021, S. 166), bestmöglich zu erfüllen.

#### **4.3 Interviewpartner:innenauswahl**

Die Interviewpartner:innen für die Arbeit wurden nach vorab festgelegten Kriterien (Przyborski & Wohlrab-Sahr, 2021, S. 233-235) ausgewählt. Das Alter der Interviewpartner:innen wurde auf 18 bis 26 Jahre eingegrenzt. Diese Eingrenzung begründet sich in der Zielgruppe von BeReal, der Generation Z (Boffone, 2022, S. 3; Duffy, 2022; Fallon, 2024, S. 31). Die Gen Z bildet dabei die Generation jener Personen, die zwischen Ende der 1990er und Mitte der 2010er Jahre geboren wurden (Tirocchi, 2024, S. 3). Genauer lässt sich die Gen Z auf die zwölf bis 26-Jährigen eingrenzen (Fallon, 2024). Für die vorliegende Arbeit wurde das Mindestalter für die Interviewpartner:innen aus forschungspraktischen Gründen auf die Volljährigkeit angehoben. Zudem konnte dadurch sichergestellt werden, dass mögliche Interviewpartner:innen selbstständig über die Teilnahme an der Studie entscheiden und die Themen, die im Laufe des Interviews angesprochen wurden, in ihrer Gänze verstehen und erfassen können.

In Bezug auf das Geschlecht der Interviewpartner:innen wurde eine weitere Eingrenzung vorgenommen. Wie bereits im Kapitel zur Nutzung von BeReal erläutert, wird BeReal Großteils von Frauen verwendet (Anderson et al., 2023, S. 7; Kaňková et al., 2025, S. 15; Orsolini et al., 2024, S. 6; Pinch et al., 2024, S. 6; Tirocchi, 2024; Vanhoffelen et al., 2023, S. 10). Aufgrund dessen fokussiert sich die vorliegende Arbeit auf Nutzerinnen von BeReal, die in Österreich leben. Eine Voraussetzung für die Rekrutierung war die wöchentliche Nutzung von BeReal. Da die Häufigkeit der Nutzung von BeReal für die Forschungsfragen relevant sein kann, beispielsweise hinsichtlich eines empfundenen Drucks, war eine tägliche Nutzung für die Teilnahme keine notwendige Voraussetzung.

Die Rekrutierung der Interviewpartnerinnen erfolgte nach dem Schneeballverfahren (Przyborski & Wohlrab-Sahr, 2021, S. 235-236). Zuerst wurde im Umfeld der Forschenden nach möglichen Interviewpartnerinnen gesucht. Dabei wurden Freund:innen und Bekannte gefragt, ob sie Personen kennen, die die Voraussetzungen erfüllen und bereit sind, ein Interview

zu geben. Im Laufe der empirischen Phase wurden die Interviewpartnerinnen um Unterstützung gebeten, weitere Teilnehmerinnen zu vermitteln.

#### **4.4 Durchführung der Interviews**

Die qualitativen Interviews wurden innerhalb von zwei Monaten im Zeitraum 21.11.2024 bis 22.01.2025 durchgeführt. Insgesamt wurden zehn Interviews gemacht. Die Anzahl der Interviews richtete sich gemäß einer qualitativen Vorgehensweise nach der theoretischen Sättigung (Przyborski & Wohlrab-Sahr, 2021, S. 231,232). Diese zeichnete sich bereits nach dem neunten Interview ab und war mit dem zehnten Interview erreicht, bei welchem keine neuen Erkenntnisse mehr gewonnen werden konnten.

Nach Möglichkeit wurden die Interviews bei den Interviewpartnerinnen zu Hause durchgeführt, um durch eine vertraute und gewohnte Umgebung eine angenehme Atmosphäre sicherstellen zu können. War dies nicht möglich oder erwünscht, wurden die Interviews bei der Interviewerin zu Hause durchgeführt. War es zeitlich oder räumlich nicht anders möglich, wurden die Interviews über Zoom gehalten. Insgesamt wurden zwei Interviews über Zoom, sechs Interviews bei den Interviewpartnerinnen und zwei bei der Interviewerin zu Hause durchgeführt.

Zu Beginn der empirischen Phase wurde ein Probeinterview durchgeführt. Dieses wurde bereits aufgezeichnet. Da der Leitfaden sich bewährte und erste wichtige Erkenntnisse gewonnen werden konnten, wurde das Probeinterview als erstes Interview in die Analyse miteinbezogen. Lediglich die Frage, was den Interviewpartnerinnen spontan zu den Features von BeReal einfällt, wurde im Laufe der Interviews abgeändert, da die Frage zu Unklarheiten führte, wenn die Features vergessen wurden oder unklar war, was zu den Features zählt. Die Features wurden stattdessen zusammenfassend aufgezählt, um dann nach Meinungen, Eindrücken und Wahrnehmungen zu fragen. So konnte der Interviewfluss aufrechterhalten werden.

Alle Interviews wurden mit zwei Geräten, einem Laptop und einem Smartphone, audioaufgezeichnet. Während des Interviews wurde der Flugmodus aktiviert, um Störungen der Aufnahme durch Anrufe oder Nachrichten zu verhindern. Das erste Interview dauerte etwa eine dreiviertel Stunde, alle weiteren Interviews dauerten zwischen 53 und 74 Minuten. Vor jedem Interview, bevor das Aufnahmegerät eingeschaltet wurde, versicherte sich die Interviewerin, dass es keine Fragen mehr gibt und die Interviewpartnerinnen bereit sind. Zudem wurde zu Beginn jedes Interviews das Einverständnis für die Aufnahme sowohl schriftlich als auch

mündlich von den Interviewpartnerinnen eingeholt. Im Falle der Zoom Interviews wurde das schriftliche Einverständnis direkt nach dem Interview an die Interviewerin gesendet.

Während der Interviews wurde der Leitfaden flexibel eingesetzt. Der Ablauf der Interviews richtete sich somit nach dem Gesprächsverlauf mit den Interviewpartnerinnen, die Struktur des Leitfadens diente als Orientierungshilfe und Gedächtnisstütze für die relevanten Fragen und Themen (Przyborski & Wohlrab-Sahr, 2021, S. 168-171). Zudem wurden während der Interviews handschriftliche Notizen zu dem Gesagten von der Interviewerin gemacht, um auf etwaige Inhalte erneut eingehen zu können. So konnten Unterbrechungen des Redeflusses von Interviewpartnerinnen umgangen werden. Für qualitative Forschungsmethoden gelten Offenheit, Spezifität sowie Kontext und Relevanz als wesentliche Kriterien (Przyborski & Wohlrab-Sahr, 2021, S. 166-167). Das Kriterium der Offenheit wurde eingehalten, indem Fragen offen gestellt wurden. Nach den ersten Ausführungen der Interviewpartnerinnen wurde genauer nachgefragt. Dadurch konnten die für diese Arbeit relevanten Themen gezielt erarbeitet und so das Kriterium der Spezifität erfüllt werden. Auch der persönliche Kontext wurde dadurch ersichtlich und verständlich gemacht, indem durch Nachfragen Zusammenhänge aufgezeigt wurden. Direkt nach den Interviews wurde jeweils ein Postskriptum erstellt, in welchem sämtliche Vorkommnisse außerhalb des Interviews sowie relevante Eindrücke der Interviewerin festgehalten wurden. Alle Postskripte befinden sich im Sinne der Transparenz im Anhang.

Während des gesamten Arbeits- und Schreibprozesses wurde auf eine ethisch korrekte Vorgangsweise geachtet. Alle Interviewpartnerinnen nahmen freiwillig an den Interviews teil. Sie wurden sowohl über die Aufnahme und Transkription der Interviews als auch über den Zweck der Arbeit und das Thema im Vorhinein aufgeklärt, um so eine informierte Einwilligung sicherzustellen. Sämtliche Daten wurden im Verlauf der Analyse und Auswertung anonymisiert und alle Unterlagen werden Datenschutzgrundverordnungs-konform aufbewahrt.

#### **4.5 Auswertungsverfahren und Analyse**

Die Interviews wurden mithilfe der Software MAXQDA nach den Transkriptionsregeln von Kuckartz und Rädiker (2022, S. 200-201) transkribiert, wobei Namen anonymisiert wurden, indem die Akteur:innen umschrieben wurden. Anschließend wurden sie nach der inhaltlich strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse ebenfalls mit MAXQDA ausgewertet (Kuckartz & Rädiker, 2022, S. 129-156).



In der ersten Phase, der initiierenden Textarbeit, wurden alle Transkripte aufmerksam durchgelesen und erste Gedanken und Ideen für die Analyse in Form von Memos festgehalten. Zusätzlich wurden für wichtig erachtete Textstellen markiert. Am Ende wurde für jeden Fall eine Fallzusammenfassung erstellt. In der zweiten Phase wurden Hauptkategorien erstellt, die sich am Leitfaden orientiert haben und somit deduktiv abgeleitet wurden. Diese waren „Nutzung von BeReal“, „Verhalten gegenüber Freund:innen“, „Erleben der Features“, „eigene wahrgenommene Authentizität“ und „wahrgenommene Authentizität von Freund:innen“. In der dritten Phase wurden alle Interviewtranskripte Zeile für Zeile codiert und die Textstellen den entsprechenden Hauptkategorien zugeordnet, wobei eine Textstelle mehreren Kategorien zugeordnet werden konnte. In der vierten Phase wurden induktiv Subkategorien ausgearbeitet und die Interviews in der fünften Phase erneut codiert. Der Übergang zwischen diesen Phasen war fließend. Die Subkategorien wurden durchgehend bearbeitet und gegebenenfalls zusammengefasst. In der nächsten Phase wurden mithilfe der Code-Matrix in MAXQDA die Fälle sowie die Kategorien untereinander sowie auch Kategorien innerhalb eines Falles verglichen. Anschließend wurden die Ergebnisse aufbereitet und als letzten Schritt der Analyse verschriftlicht (Kuckartz & Rädiker, 2022, S. 129-156). Das erstellte Kategoriensystem befindet sich im Anhang.

## 5 Ergebnisse

Während im Leitfaden und in der Analyse die Verhaltensdimension und die Erlebnisdimension getrennt betrachtet wurden, um eine differenzierte Perspektive der beiden Dimensionen zu ermöglichen, orientiert sich die Ergebnispräsentation an den Forschungsfragen. Diese beinhalten jeweils beide Dimensionen. Folglich erfolgt keine strikte Trennung, sondern die Ergebnisse spiegeln eine ganzheitliche Betrachtung wider.

### 5.1 Erleben und Ausleben von BeReal

Das Erleben und das Ausleben der temporären Authentizität auf BeReal ist der Fokus der ersten Forschungsfrage. Das Ergebnis der Analyse zeigt, dass es sowohl zu positivem als auch zu negativem Erleben hinsichtlich der Nutzung von BeReal kommt. Zudem kuratierten die Interviewpartnerinnen einerseits ihre Selbstpräsentation auf BeReal und waren andererseits spontan in ihrer Selbstpräsentation. Ebenfalls konnte ein Positivity Bias festgestellt werden. Im Folgenden wird näher auf die einzelnen Ergebnisse eingegangen.

#### 5.1.1 *Positives Erleben*

BeReal ist für einige Interviewpartnerinnen bereits Teil ihres Alltags geworden und wird als „ein täglicher Begleiter“ (Interview 5, Z. 33) erlebt. Viele Interviewpartnerinnen erleben BeReal dabei durchwegs positiv. Für B9 ist BeReal eine Social Media App, nach der Nutzer:innen „(...) nicht so süchtig werden (...)“ (Interview 9, Z. 756) können, und das sieht sie positiv. Auch einige Features von BeReal werden positiv erlebt. So spielt die Memory-Funktion für viele Interviewpartnerinnen eine wichtige Rolle. Interviewpartnerin B4 ist beispielsweise dankbar für das Feature, weil dadurch wieder vermehrt Fotos mit ihren Freund:innen entstehen, wenn BeReal Time zu einem Zeitpunkt stattfindet, zu welchem sie gemeinsam etwas unternehmen. Interviewpartnerin B5 erzählte, „(...) ich schaue voll gern so die Galerie durch (lacht), dass ich so ein bisschen sehe, was ich so gemacht habe.“ (Interview 5, Z. 31-32). Dabei achtet sie darauf, sowohl besondere Momente wie einen Konzertbesuch oder eine Feier, als auch Alltagsmomente als Erinnerung festzuhalten. Sie verwendet BeReal somit als eine Art Tagebuch und versucht, einen möglichst realen Einblick zu geben. Durch das Feature der weiteren Posts auf BeReal können mehrere Erinnerungen an einem Tag festgehalten werden. Dadurch haben diese weiteren Posts einen gewissen Wert. Bei zwei möglichen Posts wird einer von B5 für einen besonderen Moment aufgehoben, denn „(...) ich will ja keines verschwenden sozusagen (...)“ (Interview 5, Z. 307).

Interviewpartnerin B7 befürwortet als einzige die Wiederholungsanzeige. Die Verspätungsanzeige von BeReal wird von B7 und B10 positiv bewertet. Dass Nutzer:innen posten müssen, um die Posts von anderen sehen zu können, befürwortet B10. Der Postingzwang führt schließlich dazu, dass mehr gepostet wird und nicht nur „(...) die besonderen Momente (...)“ (Interview 10, Z. 1022) gezeigt werden. Die Aufforderungen von BeReal, zu lächeln oder sich zu zeigen, wurden von einigen Interviewpartnerinnen noch nie wahrgenommen. Alle anderen ignorierten die Aufforderungen, weshalb sie dieses Feature zumindest nicht negativ erlebt haben.

Viele Interviewpartnerinnen empfinden keinen oder im Vergleich zu anderen Social Media Plattformen deutlich weniger Druck. B7 hebt die Anonymität des Raumes auf BeReal hervor, denn sie könnte „basically bei [ihrer] Psychologin sitzen und es würde keiner wissen“ (Interview 7, Z. 537). Wiederholungen oder Verspätungen bei ihren BeReal Posts sind den Interviewpartnerinnen in den meisten Fällen gleichgültig.

*„(...) bei mir ist es echt oft einfach, dass ich mein Handy zu der Zeit nicht bei mir habe, das heißt, dann verpasse ich diese zwei Minuten sowieso, und dann denke ich mir oft schon, ist eh egal, dann mache ich es halt irgendwann später.“ Interview 4, Z. 40-42*

Die temporäre Authentizität von BeReal wird von den Interviewpartnerinnen nicht nur positiv erlebt, sondern sie wurde von ihnen internalisiert. Dies wurde dadurch deutlich, dass mehrmals von verschiedenen Teilnehmerinnen der Sinn der App hervorgehoben wurde. Verspätungen beispielsweise sind für die meisten nicht schlimm, entsprechen jedoch nicht dem Sinn von BeReal. Neuere Features, wie zum Beispiel die erhöhte Anzahl der möglichen Posts oder die Highlights, werden von einigen kritisiert, da sie nicht mehr dem Sinn entsprechen.

*„ich kann mir einfach vorstellen, dass da, ich weiß nicht, in ein paar Monaten oder so, wenn dann noch mehr so Features dazu kommen, dass dann der Sinn von dem eigentlichen Gedanken nicht mehr so vorhanden ist.“ Interview 6, Z. 778-781*

*„Was ich nicht ganz verstehe, ist so diese drei Highlights, ich glaube, du kannst ja drei pinnen, wo ich mir denke so, für was eigentlich? So, dann pickst du erst recht wieder die drei Highlights heraus von BeReal so, das verstehe ich nicht ganz, weil ich mir denke so okay, was für ein Highlight, wenn das eigentlich BeReal sein sollte, ja.“ Interview 7, Z. 820-824*

Die temporäre Authentizität von BeReal wird somit als eine Art Ideal angesehen. Dies spricht dafür, dass BeReal insgesamt positiv erlebt wird.

### 5.1.2 Negatives Erleben

Viele Interviewpartnerinnen schilderten einen Drang, interessante oder besondere Situationen auf BeReal zu teilen. Dies hängt einerseits mit der Erinnerungsfunktion zusammen, da diese Momente festgehalten werden sollen. Andererseits lässt diese Erfahrung einen Druck, interessant zu sein, erkennen.

*„(...) wenn wir auf ein Konzert gehen, sagen wir jetzt einmal, also ich gehe mit einer Freundin auf ein Konzert, dann ist es schon oft so, ich hebe es mir noch auf, dass ich es dann beim Konzert machen kann. Also die Situation gibt es schon auch, oder wenn man zwei hat, zum Beispiel, wenn man nicht on time gepostet hat, ist es auch so ja, ich mache jetzt eines, und dann beim Konzert (...)“ Interview 5, Z. 303-307*

Interviewpartnerin B7 erklärte, dass die Aktivität an sich nicht unbedingt interessant sein muss. Eine Aktivität kann banal sein, aber für sie eine besondere Bedeutung haben und dadurch in ihr den Wunsch auslösen, den Moment zu teilen. Sie nannte als Beispiel eine Zugfahrt, die an sich keine besondere Aktivität für sie darstellt, aber für sie steckte mehr dahinter.

*„Zum Beispiel jetzt, wie ich nach Innsbruck gefahren bin vor ein paar Tagen, habe ich gewusst, für mich passieren jetzt vielleicht coole Dinge, und war halt einfach voll positiv gestimmt und es war für alle anderen Leute ja basically nur eine Zugfahrt, und hat ja auch keiner gewusst, warum ich die Zugfahrt mache, aber ich habe es ja gewusst, und deswegen glaube ich, war ich eigentlich voll so, boa cool, ich zeige das jetzt, dass ich nach Innsbruck fahre (...)“ Interview 7, Z. 362-366*

B3 erzählte, dass sie BeReals am Wochenende häufig verspätet postet, da sie dem Stress aus dem Weg gehen möchte. Unter der Woche fällt es ihr leichter, das BeReal pünktlich zu posten, da sie bereits im Tatendrang ist.

*„(...) wenn ich weiß, ich mache dann später noch etwas, was cooler ist, dann mache ich es vielleicht dann eher später, oder weil ich am Wochenende auch einfach einmal chillen will und da den Stress, den vielleicht ein BeReal ein bisschen auslöst, auch wenn es vielleicht kein großer Stress ist (lacht), dass ich den dann unter der Woche schneller mitnehme einfach, weil ich sowieso mehr unterwegs bin.“ Interview 3, Z. 96-100*

Da BeReal bereits fester Bestandteil des Alltags mancher Interviewpartnerinnen ist, wird der tägliche Post von einigen als ToDo wahrgenommen und somit teilweise als stressig empfunden. Der noch offene Post bleibt im Kopf, bis dieser erstellt wurde.

*„(...) wenn ich eines schon gemacht habe, vergesse ich öfter darauf, dass ich noch eines machen könnte, und wenn ich aber noch keines gemacht habe, ist es schon in meinem Kopf so, achja BeReal will ich noch machen.“ Interview 7, Z. 108-111*

*„Wenn man gerade in einer Tätigkeit oder so drinnen ist, die quasi durch diese kleine, es ist ja wirklich nicht ein großer Aufwand, aber die durch diesen kleinen Umstand jetzt verändert wird, dass man, wenn man gerade irgendetwas macht, dass, dass irgendwie das, brauche ich nicht, das stresst mich“ Interview 8, Z. 135-137*

Obwohl Verspätungen den Interviewpartnerinnen gleichgültig sind, löst insbesondere der rote Timer der letzten zehn Sekunden der BeReal Time einen Zeitdruck aus. Die BeReal Time wurde von B4 mehrmals als Alarm bezeichnet, wodurch der erlebte Zeitdruck zum Ausdruck kommt. B3 erlebt die Möglichkeit, mehrere Posts auf BeReal teilen zu können, negativ, „[w]eil mir das wahrscheinlich dann wieder zu viel ist“ (Interview 3, Z. 329), wie sie erklärte. Daher postet sie täglich nur ein BeReal. Von manchen wurde erwähnt, dass sie bevorzugen, gemeinsam mit anderen ein BeReal zu posten, als allein auf dem BeReal zu sein, wie B5 beispielsweise erwähnte, „(...) ich mag das irgendwie lieber, wenn man zu zweit oder zu dritt eines macht, als allein“ (Interview 5, Z. 1136-1137).

B2 erklärte, dass sie die Benachrichtigungen auf BeReal ausgeschaltet hat, mit Ausnahme der Benachrichtigung für BeReal Time. Dadurch möchte sie sicherstellen, dass sie ihr Smartphone weniger häufig verwendet. Sie empfindet es unangenehm, in der Öffentlichkeit ein BeReal zu posten. Die BeReal Time erlebt sie also zumeist negativ. BeReal wird vor allem in Gesprächssituationen von einigen Interviewpartnerinnen als störend empfunden. B10 erzählte, dass sie die Funktion des Taggens daher als Entlastung ansieht, wenn sie selbst kein BeReal posten muss, sondern „(...) ich reposte es einfach und dann geht das schon“ (Interview 10, Z. 582-583). Dies zeigt wiederum eine Art Druck, interessante Momente zu posten.

Drei Interviewpartnerinnen erwähnten die Sorge, dass ihre Wiederholungen anderen Nutzer:innen hoffentlich egal sind. Besonders in der Anfangszeit ihrer BeReal Nutzung fühlten sich manche Interviewpartnerinnen von der Wiederholungsanzeige gestresst. Nur Interviewpartnerin B7 empfindet diesen Druck nach wie vor. Sie erzählte, dass sie sich manchmal fragt, „(...) liegt es daran, dass das Licht gerade nicht gut ist oder du dich nicht magst, und dann war ich immer so, nein eigentlich spielt das keine Rolle“ (Interview 7, Z. 287-288).

*„Ich glaube, dass es einfach manchmal nur darum geht, dass ich mir in der Situation denke, warum mache ich es jetzt, mache ich es für mich oder mache ich es für die anderen?“ Interview 7, Z. 311-312*

Wenn ihr das BeReal auch nach einigen Wiederholungen nicht gefällt, zweifelt sie sogar an sich selbst.

### 5.1.3 Spontane Selbstpräsentation

Die meisten Interviewpartnerinnen reflektierten während des Interviews zum ersten Mal ihre Selbstpräsentation auf BeReal und überlegten einige Zeit, wie sie auf BeReals posieren und was sie zeigen. Dies spricht für eine spontane Selbstpräsentation. Interviewpartnerin B10 antwortete beispielsweise „Gute Frage, darüber habe ich mir noch nie so Gedanken gemacht“ (Interview 10, Z. 328). BeReals werden somit nicht geplant und die meisten Interviewpartnerinnen überlegen auch nicht lange bei der Erstellung.

Häufig wurden Alltagssituationen als Beispiele genannt, die auf BeReal gepostet werden. Diese variieren von Bildern im Fitnessstudio, über Vorlesungsbesuche bis hin zu Aktivitäten zu Hause wie Kochen oder auf der Couch oder im Bett ruhen. Dabei wird jeweils die Emotion auf der Frontkamera gezeigt, die tatsächlich empfunden wird. Besonders Müdigkeit und Langeweile wurden im Kontext von Universität und Arbeit genannt. Auf der Rückseite wird das gezeigt, was die Interviewpartnerinnen im Moment tun, beispielsweise die Lernunterlagen oder die Kaffeetasse. Diese spontane Selbstpräsentation entspricht einer authentischen Selbstpräsentation, da sie transparent die wahren Empfindungen zeigt (Hazlett, 2023; Sedikides et al., 2019).

*„(...) ich mache es immer ziemlich real (lacht) also so, wie ich mich gerade wirklichühl. Wenn jetzt voll der stressige Tag und ich bin einfach nur müde, dann schau ich auch genau so (lacht). Wenn wir halt gerade voll viel Spaß haben und wenn nicht viel los ist, dann schauen wir blöd aus oder so, dann haben wir unseren Spaß dabei“ Interview 1, Z. 214-217*

*„(...) eigentlich eher das, wie ich mich fühle. Wie gerade so die Stimmung ist, so macht man es auch“ Interview 3, Z. 298*

In Situationen, in denen die Interviewpartnerinnen von mehreren Personen umgeben sind, wie etwa bei Treffen mit Freund:innen oder in der Arbeit, wird das BeReal ebenfalls spontan erstellt, sofern sie sich in der Situation wohlfühlen. Dabei hängt es von der Anordnung der Personen sowie der Situation ab, welche Personen auf dem Selfie und welche auf der Rückkamera zu sehen sind. Dies spricht ebenfalls für eine spontane Selbstpräsentation. Auch hier ergibt sich die Mimik aus der Situation und den tatsächlich empfundenen Emotionen.

Während die meisten Interviewpartnerinnen Fröhlichkeit, Müdigkeit, Langeweile oder einen neutralen Gesichtsausdruck als auf BeReal gezeigte Emotionen nannten, erzählte Interviewpartnerin B4, dass sie bereits BeReals gepostet hat, auf denen sie geweint hat. Dies geschah zu einer Zeit, in der es ihr aufgrund von Liebeskummer längere Zeit nicht gut ging. Dennoch wollte sie auf BeReal posten und zeigte ihre Emotion.

*„Manches Mal ist man mit ganz anderen Emotionen in Berührung, dass man einfach dann gerade nicht lächeln kann, so wie es in dem Sommer manchmal war, bei mir.“ Interview 4, Z. 704-706*

Bei Interviewpartnerin B3 hängt die spontane Selbstpräsentation vom Wochentag ab. Unter der Woche macht sie BeReals spontan, da sie durch ihre Arbeit und Hochschule viel zu tun hat, wodurch sie sich bereits in einem gewissen Tatendrang befindet. Die Wahrnehmung von BeReal als ToDo führt bei ihr somit zu einer spontanen Selbstpräsentation, denn sie postet in dem Moment, in dem sie die Benachrichtigung sieht, sofern sie Zeit hat. Interviewpartnerin B2 erklärte, dass sie sich auf BeReal spontan zeigt, da die Freund:innen in der App auch tatsächlich ihrem engen Freundeskreis entsprechen. Sie postet oft mehrere BeReals an einem Tag. Dabei konnte sie nicht erklären, warum sie in verschiedenen Situationen sich spontan entschließt, ein weiteres BeReal zu posten und meinte, „im Vorhinein überlege ich mir meistens nichts (lacht), das, also ich mache das einfach nur spontan, wenn es mir gerade einfällt“ (Interview 2, Z. 104-105). Insgesamt sind viele Interviewpartnerinnen durch den engen Freundeskreis authentisch und spontan in ihrer Selbstpräsentation. B5 postet häufig mehrere BeReals an einem Tag und versucht dabei, das erste BeReal spontan zur BeReal Time zu machen. Der weitere BeReal Post bewirkte bei ihr somit, dass sie sich authentischer präsentiert, da sie weniger überlegt und Momente aus ihrem Alltag zeigt.

#### *5.1.4 Kuratierte Selbstpräsentation*

Alle Interviewpartnerinnen schilderten Situationen und Beispiele, in denen sie ihre Selbstpräsentation auf BeReal kuratierten. Von fast allen wurde dabei die bewusste Verspätung des BeReals genannt. Der Tagesablauf wird zwar von keiner Interviewpartnerin durch BeReal beeinflusst, es werden also keine besonderen Aktivitäten durchgeführt, um sie auf BeReal zeigen zu können. Der Druck, interessant zu sein, bewirkt aber, dass sie bewusst die BeReal Time verpassen, um in einem Moment posten zu können, in welchem sie etwas Besonderes unternehmen. Der BeReal Post selbst wird nicht unbedingt kuratiert, das bewusste Aufschieben des BeReal Posts ist jedoch eine Kuratierung der Selbstpräsentation, da bestimmte Momente gezeigt werden und andere nicht. B3 schilderte einen inneren Konflikt:

*„(...) eigentlich geht es meistens darum, an was ich mich erinnern will, und dann kommt die Rebellin in meinem Kopf und sagt, ist ja egal, du hast an dem Tag auch viel nichts gemacht, dann darf ich das auch einmal sehen“ Interview 3, Z. 364-366*

Aber auch bei der Erstellung des Posts wird die Selbstpräsentation von den Interviewpartnerinnen teilweise kuratiert. Interviewpartnerin B10 erzählte, dass sie bei einem

Austritt lächeln möchte, auch wenn ihr kalt ist. Sie kuratiert ihre Selbstpräsentation und ist intransparent darin, dass sie eigentlich friert.

*„aber natürlich würde ich auch gern halt auf einem Foto lächeln und nicht zwider ausschauen, also. Wenn ich zum Beispiel jetzt draußen friere (lacht), beim Ausreiten, lächle ich trotzdem (lacht), also, es ist halt so, es ist halt trotzdem ein, urschöne Landschaft und es ist trotzdem urnett mit meiner Schwester ausreiten zu gehen und ja, mir ist halt ein bisschen kalt, ich bin auch ein bisschen jetzt erkältet deswegen (lacht), aber trotzdem lächelt man, weil es ist auch, auch wenn dir jetzt kalt ist, trotzdem ein schöner Moment und dann, ja, lächelt man trotzdem gern (lacht).“ Interview 10, Z. 386-392*

Auch andere Interviewpartnerinnen versuchen meist, auf ihrem BeReal zu lächeln, obgleich sie sich neutral und nicht explizit fröhlich fühlen. Interviewpartnerin B4 erklärte, dass dies wohl auf Gewohnheit, auf Fotos zu lächeln, zurückzuführen ist. Weitere Gründe, aus denen Interviewpartnerinnen ihre Selbstpräsentation auf BeReal kuratieren, sind Datenschutz, Privatsphäre und Ästhetik. Hinsichtlich des letzten Aspekts schilderte Interviewpartnerin B8, dass sie keinen Post mehr erstellt, wenn sie abends zu Hause ist und bereits ungeschminkt im Bett liegt.

*„Also so ein gutes Beispiel, wo ich es nicht poste, ist, wenn ich so richtig schon ungeschminkt, urfertig irgendwie, fettige Haare oder so im Bett liege (lacht) und ich es sehe, dann denke ich mir auch so, das hat jetzt auch für meine Freunde überhaupt keinen Mehrwert, dass die es sehen, wenn ich gerade einfach nur im Bett vergammle“ Interview 8, Z. 117-120*

B2 erzählte, wenn sie sich auf dem BeReal nicht gefällt, versucht sie das Foto von oben zu machen. Sie kuratiert ihre Selbstpräsentation somit ebenfalls aufgrund der wahrgenommenen Ästhetik. Auch B7 erzählte, „(...) ich drucke nicht einfach nur ab, sondern schaue schon, okay, welches Licht, welcher Winkel (...)“ (Interview 7, Z. 795-796).

Aus Datenschutzgründen achten einige Interviewpartnerin darauf, dass keine fremden Personen in öffentlichen Räumen zu sehen sowie keine sensiblen Daten im Arbeitskontext ersichtlich sind. Auch eigene medizinische Dokumente werden bewusst nicht gezeigt, das BeReal also kuratiert. Hinsichtlich der Privatsphäre lässt sich zusammenfassen, dass sich alle Interviewpartnerinnen darin einig sind, dass sie keine BeReal Posts auf der Toilette oder im Badezimmer erstellen würden. Auch wenn „(...) ein Rock (...) zum Beispiel zu weit rauf [rutscht]“ (Interview 5, Z. 792-793), wird die Selbstpräsentation kuratiert und das BeReal wiederholt. Wiederholt werden BeReals auch, wenn das Bild verschwommen, ein Finger im Bild ist oder die Augen geschlossen sind. Interviewpartnerin B1 wiederholt ihr BeReal



außerdem, wenn sie das Gefühl hat, dass ein falscher Eindruck erweckt werden könnte, was wirklich im Moment passiert, wenn sie also beispielsweise aussieht, als würde sie weinen. Dies ist zwar eine Kuratierung der Selbstpräsentation, jedoch mit dem Ziel, die Wirklichkeit entsprechend abzubilden, nämlich dass sie nicht weint.

*„Und wenn ich es dann einmal wiederhole, wenn ich nur ich selbst drauf bin, dann einfach, weil ich mir wirklich denke, boa okay, was ziehe ich denn da gerade für ein Gesicht? Oder dann glaubt ja jeder, weiß ich nicht, ich bin gerade voll am Weinen (...)“ Interview 1, Z. 586-587*

Manchen Interviewpartnerinnen ist die Anzahl der Wiederholungen gleichgültig, andere jedoch würden das BeReal nicht posten, wenn die Anzahl eine bestimmte Zahl übersteigt. B5 nennt hier zwei Wiederholungen. Der Druck der Wiederholungsanzeige führt bei manchen Interviewpartnerinnen zu einer kuratierten Selbstpräsentation. B7 hingegen erzählte, dass die Anzahl der Wiederholungen in ihren Augen nicht aussagekräftig ist. Wenn sie in einer Situation nach mehreren Versuchen kein BeReal postet, weil sie nicht zufrieden ist, in einem anderen Moment jedoch den ersten Versuch postet, summiert sich die Anzahl der Wiederholungen dennoch, auch wenn sie im tatsächlichen Moment keine weiteren Versuche benötigte.

In Momenten, in denen sich B7 nicht gut fühlt, sie aber dennoch ein pünktliches BeReal posten möchte, kuratiert sie ihre Selbstpräsentation, in dem sie „tatsächlich oft ein Duckface“ (Interview 7, Z. 438) macht. Sie erklärt:

*„manchmal mag ich aber nicht lächeln, weil ich mir so denke so, eigentlich ist mir gerade nicht so zum Lachen zumute, aber ich brauche jetzt auch nicht voll traurig ausschauen“ Interview 7, Z. 467-469*

Eine ähnliche Strategie wendet B10 an, wenn sie sich nicht wohl fühlt, aber dennoch ein BeReal posten möchte, um die Posts der anderen sehen zu können. Sie erzählte, dass sie anstatt sich selbst ihren Hund mit beiden Kameras fotografiert, denn „dann konnte ich die anderen auch sehen und alle konnten meinen Hund sehen (lacht)“ (Interview 10, Z. 42-43). Die meisten Interviewpartnerinnen posten in Momenten, in denen sie sich emotional nicht wohlfühlen, kein BeReal. Häufig sind dies negative Emotionen, wie Gereiztheit oder Traurigkeit. Für B3 kommt posten auch nicht in Frage, wenn es ein Moment ist, in dem ihr gerade wichtig ist, was andere über sie denken. B2 empfindet einen Drang, sich produktiv zeigen zu müssen. Daher dreht sie manchmal für das BeReal „(...) den Laptop auf, dass es so aussieht, wie wenn [sie] lernen würde“ (Interview 2, Z. 764). Da sie sich nicht unproduktiv zeigen möchte, macht sie grundsätzlich keine BeReals im Bett oder von ihrem unaufgeräumten Zimmer. Eine kuratierte

Selbstpräsentation kann in diesen Situationen als Schutzmechanismus für die Interviewpartnerinnen gesehen werden.

Aber auch in besonderen Momenten entscheiden sich manche Interviewpartnerinnen gegen das Posten eines BeReals. Einige Gründe für eine aktive Entscheidung gegen das Posten eines BeReals in einem bestimmten Moment sind als Kuratierung der Selbstpräsentation einzustufen. Dazu zählt eine zu hohe Anzahl an Wiederholungen oder wenn keine besondere Aktivität mehr geplant ist, wie B8 schilderte „eigentlich mache ich es nicht weil, wenn ich einfach nur einen Tag lang nichts tue, weil ich auch einmal schlafe oder weil ich verkatert bin, dann poste ich auch nichts“ (Interview 8, Z. 301-303). Andere Gründe können zwar ebenfalls als kuratierte Selbstpräsentation eingestuft werden, sind aber auf externe Gegebenheiten zurückzuführen. Dazu zählen unpassende Situationen in der Arbeit oder im Privaten, wenn die Interviewpartnerinnen sich mitten in einem Gespräch befinden. Aber auch Zeitmangel, wie beim Einsteigen in die U-Bahn oder Meetings in der Arbeit, ist ein Grund, kein BeReal zu posten.

#### 5.1.5 Positivity Bias

Das Ausleben der temporären Authentizität auf BeReal lässt einen Positivity Bias der Interviewpartnerinnen erkennen. Es werden zwar Alltagsmomente geteilt, jedoch betrifft dies nicht alle Interviewpartnerinnen. Zudem wird häufig nur beim ersten BeReal des Tages ein solcher Alltagsmoment gezeigt. Ein spontaner Einfall für einen weiteren Post tritt durchwegs in Situationen auf, die zumindest positiv interpretiert werden können, wie zum Beispiel beim Kochen eines leckeren Essens, bei Treffen mit Freund:innen oder bei einem Konzertbesuch. Die Wahrnehmung der eigenen Authentizität der Interviewpartnerinnen deckt sich mit ihrem tatsächlichen Nutzungsverhalten, denn die Mehrheit möchte Alltagsmomente positiv oder besonders darstellen. Interviewpartnerin B10 erzählte, dass sie ein BeReal mit ihrem Hund macht, wenn sie sich nicht mehr mit ihren Freund:innen trifft. „Und wenn ich an dem Abend ausnahmsweise einmal nichts mehr mit Freunden mache, dann nehme ich den Hund dazu oder so irgendetwas“ (Interview 10, Z. 133-135), wie sie erzählte. Dadurch will sie ihr BeReal zu etwas Besonderem machen. Wenn sie allein ist, erstellt sie keinen BeReal Post mehr, denn sie bevorzugt es, sich gemeinsam mit anderen auf BeReal zu zeigen.

*„Kommt darauf an, wann ich mir denke, das wäre jetzt ein lustiger Moment, den, ein BeReal zu machen, also, es ist, das ist echt unterschiedlich, also, ich mache da eigentlich keines mehr, wo ich allein oben bin, es kann auch sein, dass ich zum Beispiel beim Pferd bin und dann eines mit der Winterlandschaft mit dem Pferd*

*„mache, das kann zum Beispiel sein, oder mit dem Hund, aber sonst eher mit Freunden oder wenn ich irgendwo unterwegs bin, etwas mache, was erlebe (...)“*  
Interview 10, Z. 177-181

Die Interviewpartnerinnen unternehmen die besonderen Aktivitäten, die sie auf BeReal teilen, unabhängig von der App. Dennoch möchten sie genau diese Momente festhalten. B3 beispielsweise erzählte, dass sie besonders am Wochenende erinnerungswürdige Inhalte postet, damit sie diese in den Erinnerungen für sich archiviert hat.

## **5.2 Wahrnehmung der Authentizität von Freund:innen**

Die Wahrnehmung der Authentizität von Freund:innen auf BeReal und wie sie aufgenommen wird, steht im Fokus der zweiten Forschungsfrage dieser Arbeit. Die Ergebnisse der Inhaltsanalyse der Interviews zeigen auf, dass die Interviewpartnerinnen eine kontextabhängige Authentizitätswahrnehmung ihrer Freund:innen auf BeReal erleben. Weiters finden soziale Vergleiche statt, die sich sowohl positiv als auch negativ auswirken. Zudem konnte auch im Kontext dieser Forschungsfrage ein Positivity Bias festgestellt werden. Im Folgenden werden die Ergebnisse näher erläutert.

### *5.2.1 Kontextabhängige Authentizitätswahrnehmung*

Die Wahrnehmung der Authentizität von Freund:innen auf BeReal ist abhängig vom Kontext. Dabei spielen die Situation und die Person selbst eine relevante Rolle. Als unauthentisch werden BeReal Posts dann wahrgenommen, wenn sie verspätet gepostet werden und besondere Aktivitäten oder Situationen gezeigt werden.

*„man merkt ja vom, vom Ding her ungefähr, ob die Person, das jetzt gerade voll lange geplant hat, dass sie jetzt das Bild macht oder nicht“ Interview 7, Z. 991-992*

*„ich denke mir so, ja okay, du hast halt jetzt voll auf den Moment gewartet, dass du halt zeigen kannst, du machst gerade voll etwas Cooles“ Interview 6, Z. 794-795*

*„es gibt schon eine Person bei meinen Freunden auf BeReal, wo ich mich das schon frage, wo ich glaube schon, dass sie es tendenziell oft einfach für coole Momente aufspart“ Interview 4, Z. 756-757*

Das Aufsparen von BeReal Posts ist weit verbreitet und wird zwar erkannt und als unauthentisch eingestuft, ein solches Verhalten wird aber toleriert, wie B7 sagte, „fair enough, würde ich, also mache ich ja auch manchmal“ (Interview 7, Z. 974-975). Für Interviewpartnerin B10 sind zu unterschiedliche Bilder auf BeReal, wenn auf Dauer immer besondere Momente gezeigt werden, unauthentisch. „[I]ch kenne sie doch, dass sie etwas tun, aber man merkt einfach, dass sie in dem Moment dann wirklich sich etwas ausdenken und voll Arbeit

reinstecken“ (Interview 10, Z. 769-770). Sie nimmt die Posts als unauthentisch wahr, auch wenn sie weiß, dass die Personen tatsächlich jeden Tag viel unternehmen. Sie argumentiert zudem, dass niemand jeden Tag gut gelaunt ist und es somit nicht authentisch ist. B1 differenziert Authentizität ebenfalls nach Personen, denn je nachdem, wie etwas gezeigt wird, ist das typisch und somit authentisch oder untypisch und unauthentisch für die Person. Auch B7 meinte, sie kann die Authentizität eines BeReal Posts bei ihren Freund:innen einschätzen, da sie diese aus dem echten Leben kennt.

*„ich glaube, weil ich die Leute halt auch einfach aus dem echten Leben gut kenne, weiß ich halt ganz genau, okay die hat das jetzt nur gemacht, damit man gerade sieht, dass sie jetzt auf einen Kaffee mit einer Freundin ist, weil, weil sie es irgendwie zeigen will, also ich, ich, also es kann sein, dass man es wirklich nur weiß, wenn man die Person kennt, aber das merke ich halt eigentlich immer ziemlich gut.“ Interview 7, Z. 1027-1031*

Die Anzeige von Verspätungen und Wiederholungen hilft den Interviewpartnerinnen bei der Einschätzung der Authentizität. Weiters wird die dargestellte Emotion mit der Situation in Zusammenhang gebracht. Für B2 ist es beispielsweise unauthentisch, wenn Personen beim Lernen einen BeReal Post erstellen und dabei einen fröhlichen Gesichtsausdruck haben. Zu viel Posieren oder ein Duckface oder Peace Zeichen ist für B8 und B4 unauthentisch. Sind Freund:innen auf Urlaub und posten viele schöne BeReals, wird dies auch von vielen Interviewpartnerinnen als geplant eingestuft. Das Aufsparen und Zeigen von besonderen Momenten ist aber auch hier akzeptiert und wird nicht negativ wahrgenommen.

Als authentisch werden BeReal Posts wahrgenommen, die Alltagsmomente zeigen, wie Sport, Schule, Universität bzw. Lernposts und Arbeit. Denn je nach Person wissen sie, dass dies gerade der Alltag der Freund:innen ist. Normale Inhalte, also Alltagsmomente, werden auch bei Verspätungen als authentisch eingestuft. Schließlich verpassen viele aufgrund von Zeitmangel oder unpassender Situationen die BeReal Time. Wichtig ist auch ein Mix aus verschiedenen Emotionen, wie Erschöpfung, Müdigkeit und Fröhlichkeit, sowie aus verschiedenen Situationen, damit eine Person von den Interviewpartnerinnen als authentisch gesehen wird. Ein aufgesparter Post, der einen besonderen Moment zeigt, wird daher die Authentizität einer Person auf BeReal in der Wahrnehmung der Interviewpartnerinnen nicht verringern, auch wenn der Post selbst als kuratiert angesehen wird.

Die Wiederholungsanzeige ist für B7 nicht aussagekräftig, da es der erste Versuch sein könnte und die Wiederholungen aus einer vorangegangenen Situation entstanden sein könnten. Dies deckt sich also mit ihrer eigenen Nutzung. Dennoch differenziert sie je nach Person. Einer ihrer

Freund:innen achtet nie auf eine besondere Darstellung, auf das Licht oder den Winkel. Bei ihm wäre es somit nicht authentisch, wenn er plötzlich einen in ihren Augen perfekten Post macht. Eine andere Freundin jedoch achtet immer auf das Licht und den Winkel bei der Erstellung des Fotos. Da dieses Verhalten zu dieser Freundin passt, ist es für B7 auch authentisch.

### 5.2.2 Sozialer Vergleich

Einige Interviewpartnerinnen posten BeReals häufig nur, um die Posts ihrer Freund:innen auf BeReal sehen zu können. Sie interessieren sich für die Posts und wollen wissen, was diese unternehmen. Am interessantesten findet B5 BeReal im Sommer, „(...) weil ich das Gefühl habe, da gehen die Leute halt mehr raus und unternehmen viele Sachen und auch urlaubstechnisch und Festivals, ich finde, dann ist es richtig spannend (...)“ (Interview 5, Z. 791-793). Dabei ähnelt sich das Postingverhalten auf BeReal innerhalb der jeweiligen Freundesgruppen der Interviewpartnerinnen. Manche versuchen, pünktlich zu posten und dabei Alltagsmomente zu zeigen, andere stellen gern weitere Posts online. Im Laufe der Zeit hat sich das Postingverhalten in einigen Freundesgruppen verändert. B7 erzählte, dass in den Anfangszeiten von BeReal die meisten ihrer Freund:innen pünktlich posteten, mittlerweile jedoch fast ausschließlich verspätet sind. Daher hat auch sie ihr Verhalten dahingehend angepasst. Auch B8 erwähnte, dass sich die BeReal Posts in ihrer Freundesgruppe verändert haben. Da die meisten ihrer Freund:innen ihre Ausbildung abgeschlossen haben, werden keine Lern-BeReals mehr gepostet. Dadurch postet B8 auch keine BeReals mehr davon. In der Freundesgruppe von B9 wird seltener gepostet, weshalb sie ebenfalls nur noch einmal täglich postet. Zudem werden bei einigen Interviewpartnerinnen nur noch besondere Inhalte gepostet, da „(...) das (...) jetzt auch für meine Freunde überhaupt keinen Mehrwert [hat], dass die es sehen, wenn ich gerade einfach nur im Bett vergammle (...)“ (Interview 8, Z. 119-120).

Interviewpartnerin B6 nutzt BeReal, um sich mit ihren Studienkolleg:innen in den Lernfortschritten für Prüfungen vergleichen zu können. „[D]ann zoome ich dann immer rein und schaue, was sie gerade lernen (...)“ (Interview 6, Z. 591). Unangemessene Inhalte von Freund:innen auf BeReal, wie Posts auf der Toilette, werden von den Interviewpartnerinnen negativ wahrgenommen. Sie selbst kuratieren ihre Selbstpräsentation aus Gründen der Privatsphäre, indem sie erst später posten. In Folge verurteilen sie jedoch ihre Freund:innen, wenn deren Verhalten nicht ihren Vorstellungen entspricht. Einen Post von Freund:innen, der ein Doppelkinn zeigt, findet B4 beispielsweise mutig, da sie selbst keinen derartigen Post auf BeReal stellen würde.

Sozialer Vergleich mit anderen auf BeReal wirkte sich für Interviewpartnerin B1 negativ aus, wenn sie in einem Moment, in dem es ihr nicht gut geht, besondere Inhalte, wie Urlaubsmomente oder Aktivitäten mit Freund:innen, sieht.

*„Ich glaube, das kommt so auf das darauf an, wie ich mich selbst fühle. Also, ich weiß noch, in meiner Bachelor-Prüfungszeit, wo ich wirklich nur am Lernen war, also da habe ich wirklich nur nur gelernt, da habe ich mir echt schon oft gedacht, bitte ich will auch wieder einmal etwas Cooles machen. Aber nicht, dass ich unbedingt einen Neid habe darauf, sondern, also die Person, die das postet, sondern eher einen Neid auf das, dass ich auch einmal wieder rausgehen möchte oder so.“ Interview 1, Z. 438-442*

Wenn es B1 jedoch gut geht, dann empfindet sie keinen Neid und BeReal ermöglicht es ihr, mit ihren Freund:innen vernetzt zu bleiben. Interviewpartnerin B2 vergleicht sich mit anderen hinsichtlich ihrer Produktivität. Sie teilt auf BeReal häufig Momente, in denen sie produktiv ist und beispielsweise lernt. Dadurch wird ein möglicher negativer Vergleich entschärft und produktive Momente der anderen machen ihr weniger aus. Dadurch, dass sie selbst auch zeigen konnte, dass sie produktiv ist, kam es zu einem Vergleich auf lateraler Ebene (Vanhoffelen et al., 2023, S. 6).

Durch den Vergleich mit ihren BeReal Freund:innen verspürte Interviewpartnerin B7 am meisten Druck, und das einerseits hinsichtlich der Ästhetik der Posts und andererseits hinsichtlich der Unternehmungen, die auf BeReal gepostet werden. Sogar wenn sie sich bewusst dagegen entscheidet, noch mit ihren Freund:innen abends etwas zu unternehmen, wirkt sich ein Vergleich negativ auf ihr Wohlbefinden aus. Als Schutzmechanismus postet sie in solchen Momenten teilweise kein BeReal.

*„Manchmal bin ich einfach so ja, eigentlich ist das gerade nicht relevant, was ich mache, und eigentlich brauche ich es nicht teilen, und dann bin ich so ja okay, dann sehe ich halt nicht, was die anderen machen, ist vielleicht auch besser. Dann vergleiche ich mich nicht, dann habe ich nicht das Gefühl, ich esse jetzt zu Hause und die machen vielleicht gerade, keine Ahnung, es ist Freitag, sie sind am Fortgehen oder Feiern, also halt, so unterbewusst, glaube ich, ist das vielleicht dann auch ein Schutzmechanismus (...)“ Interview 7, Z. 291-296*

Die Anzeige von Verspätungen und Wiederholungen hilft ihr bei der Einschätzung der Authentizität anderer und kann den Druck etwas rausnehmen, aber auch verstärken. Sie erzählte von einer Phase, in der sie besonders auf die Anzahl der Wiederholungen bei anderen geachtet hat. In ihren Augen schöne Posts mit vielen Wiederholungen und besonderem Inhalt, die verspätet gepostet wurden, verringerten negative Auswirkungen auf ihr Wohlbefinden.

Umgekehrt wirkten sich schöne Posts mit keiner Wiederholung und pünktliche Posts, die besondere Momente zeigten, negativ aus.

*„(...) ich habe eine Phase gehabt, da habe ich immer einen zweiten oder dritten Versuch gebraucht, und habe dann auch voll darauf geschaut, wie oft die anderen die Versuche machen, und habe mir gedacht so, boa okay, manche machen fünf Versuche so, Bro wieso brauchst du fünf Versuche (lacht), und manchmal denkt man sich so boa, ja die hat jetzt sicher drei Versuche gebraucht, und es ist kein Versuch, also halt einer, der erste, und ich war nur so, okay, die schaut gerade gut aus, beim ersten Versuch, wie machst du das?“ Interview 7, Z. 786-791*

Die Mischung aus unterschiedlichen Momenten aus dem Leben der Freund:innen auf BeReal wirkt sich jedoch positiv auf B7 aus. Zu sehen, wie auch andere normale Alltagsmomente zeigen und nicht jeden Tag etwas Besonderes unternehmen, ist gut gegen den Druck.

### 5.2.3 Positivity Bias

Sowohl die Wahrnehmung der Authentizität von Freund:innen als auch, wie die Authentizität aufgenommen wird, ist bei den Interviewpartner:innen von einem Positivity Bias gekennzeichnet. Dies zeigt sich einerseits darin, dass von einigen lustige Posts oder Posts mit lustigen Bildunterschriften bevorzugt werden. B4 erzählte beispielsweise, „(...) ich bin einfach immer ein Fan davon, wenn BeReals ein bisschen lustig sind und wenn man darunter irgendetwas Lustiges geschrieben hat (...)“ (Interview 4, Z. 794-796). Interviewpartnerin B5 erzählte von BeReal Posts, die ihre Freund:innen in Momenten gemacht haben, in denen sie genervt waren. Diese haben sie aber humorvoll mithilfe einer Bildunterschrift rübergebracht. Somit werden auch negative Momente meist durch Humor positiv dargestellt.

Vor allem auf die Frage nach dem für sie perfekten BeReal Post antworteten einige Interviewpartnerinnen, dass ein besonderer Moment dem entspricht.

*„Ich finde, den perfekten BeReal Post on time, wäre finde ich, wenn man, unterwegs ist mit Leuten, oder auch wenn man zu Hause ist, einfach mit Leuten umgeben, die man einfach, wo man weiß, die sind voll gut befreundet, oder die sind einfach, die haben gerade eine richtig schöne Zeit (...)“ Interview 3, Z. 793-795*

Andererseits kristallisierte sich ein Positivity Bias beim Verhalten gegenüber Freund:innen auf BeReal heraus. Denn die Mehrheit der Interviewpartnerinnen reagiert hauptsächlich auf positive BeReals von Freund:innen, wie Urlaubsmomente, Tiere, leckeres Essen oder besondere Aktivitäten wie Kekse backen.

*„(...) es ist sicher auch vom Inhalt abhängig, weil, wenn es irgendetwas voll etwas Cooles ist, wo ich mir denke, wie cool, dann ist es leichter zu reagieren, als wenn*

*das einfach so ein, Standard BeReal ist, wo man halt gerade nichts macht.“*  
*Interview 3, Z. 466-469*

Auf unangemessene Inhalte oder normale BeReal Posts, die alltägliche Momente wie Lernen, Arbeiten oder im Bett liegen, zeigen, wird nicht kommentiert und nicht reagiert.

*„Der postet halt auch wirklich immer so Sachen, die mich überhaupt nicht interessieren. Wie er, keine Ahnung, wie er seine, wie seine Zimmerdecke aussieht, wo ich mir denke, was soll ich darauf reagieren, ich meine, super, coole Zimmerdecke, also (lacht).“ Interview 8, Z. 502-505*

Bei fast allen Interviewpartnerinnen zeigte sich hinsichtlich des Verhaltens gegenüber Freund:innen nicht nur, dass mehrheitlich auf positive Inhalte reagiert und kommentiert wird, sondern dass Reaktionen oft als Gegenleistung ausgeführt werden. Das heißt, sie reagieren insbesondere auf Posts von den Freund:innen, die auch regelmäßig auf ihre eigenen BeReal Posts reagieren. „Also, ich reagiere schon bei meinen Freunden, vor allem die, die bei mir auch reagieren.“ (Interview 9, Z. 356-357).



## 6 Diskussion

Die vorliegende Arbeit beschäftigte sich mit BeReal und wie Nutzer:innen die App und seine temporäre Authentizität erleben und ausleben, sowie die Authentizität der Freund:innen wahrnehmen und aufnehmen. Die Ergebnisse zeigen auf, dass BeReal sowohl positiv als auch negativ erlebt wird und die Selbstpräsentation sowohl kuratiert als auch spontan ist. Die Wahrnehmung der Freund:innen ist kontextabhängig. Zudem kommt es zu sozialen Vergleichsprozessen. Ein Positivity Bias konnte hinsichtlich beider Forschungsfragen festgestellt werden. Vor dem Kontext des bisherigen Forschungsstandes weisen viele Studien ähnliche Ergebnisse auf.

So zeigte sich, dass für einige Interviewpartnerinnen BeReal ein fester Bestandteil des Alltags ist und der tägliche Post routiniert erstellt wird. Dies deckt sich mit bisherigen Forschungen zu BeReal, welche die Entwicklung einer Gewohnheit und die Bindung zur App aufzeigen (Reddy & Kumar, 2024, S. 9; Rovira Martorell et al., 2024, S. 4-5). Einige Autor:innen argumentieren hinsichtlich der Authentizität auf BeReal, dass Nutzer:innen spontan, authentisch und persönlich sind, nicht lange darüber nachdenken, was sie posten (Reddy & Kumar, 2024, S. 4; Vaterlaus & Chow, 2024, S. 8), und Alltagsmomente zeigen (Boffone, 2022; Edwards, 2023). Die Authentizität variiert jedoch je nach Person und Situation (Kreling et al., 2022, S. 10) und die Nutzung veränderte sich im Laufe der Zeit (Pinch et al., 2024, S. 13). Diese Aspekte lassen sich mit den Ergebnissen der vorliegenden Arbeit in Einklang bringen. Insbesondere die Selbstpräsentation auf BeReal variiert je nach Situation und Person und ist sowohl kuratiert als auch spontan, abhängig vom Freundeskreis, dem aktuellen Erleben sowie anderen Aspekten, wie Datenschutz und Privatsphäre. Hier lässt sich ebenfalls eine Verbindung zur Literatur herstellen, denn Maddox (2023) und Banks et al. (2023) äußerten in ihren Studien Bedenken hinsichtlich sozialer Überwachung durch BeReal. Eine Interviewpartnerin hob die Anonymität des Raumes auf einem BeReal Post hervor, wodurch das Argument der Überwachung entschärft wird.

Ähnlich zur Studie von Kim et al. (2024), in welcher Jugendliche durch BeReal motiviert waren, produktiv zu sein, schilderte eine Interviewpartnerin, dass sie sich selbst produktiv auf BeReal präsentieren möchte und dafür den Post auch kuratiert, indem sie einerseits bewusst ihr unaufgeräumtes Zimmer nicht zeigt und andererseits ihre Lernutensilien für den Post auf den Tisch legt. Das bewusste Vorenthalten des unaufgeräumten Zimmers kann mit der Metapher der Hinterbühne (Goffman, 1956, S. 69) in Zusammenhang gebracht werden, welche die Interviewpartnerin nicht zeigen will. Darüber hinaus erwies sich jedoch eine ganzheitliche

Perspektive auf die Selbstpräsentation nach den Gesichtspunkten eines authentischen Verhaltens (Hazlett, 2023, S. 4; Sedikides et al., 2019, S. 73) als zielführender. Kuratiert werden Posts von den Interviewpartnerinnen auch, um alltägliche Momente auf eine besondere, meist lustige Art und Weise zu zeigen, ähnlich zu den Ergebnissen von Reddy und Kumar (2023). Entgegen der Annahme von Z. Taylor (2023) führt die Möglichkeit der weiteren Posts nicht zu unauthentischen Posts auf BeReal, sondern zu mehr Alltagsmomenten, die zusätzlich zu besonderen Momenten geteilt werden.

Die Wahrnehmung der Authentizität der Freund:innen auf BeReal ist kontextabhängig und variiert je nach Person und Situation. Verspätete BeReals werden zwar als unauthentisch wahrgenommen, jedoch wird es akzeptiert, insbesondere wenn Alltagsmomente gezeigt werden. Außergewöhnliche Inhalte werden unauthentisch wahrgenommen, aber die Authentizität einer Person auf BeReal wird dadurch nicht gemindert, denn die Wahrnehmung wird differenziert. Dies deckt sich mit bisherigen Forschungsergebnissen (Maddox, 2023; Pinch et al., 2024, S. 12; Tirocchi, 2024, S. 8). Laut Pinch et al. (2024) werden Wiederholungen nicht akzeptiert und als unauthentisch wahrgenommen. Dies steht teilweise im Widerspruch zu den Ergebnissen der vorliegenden Arbeit. Wiederholungen werden zwar als unauthentisch wahrgenommen, jedoch sind sie den Interviewpartnerinnen gleichgültig und werden somit akzeptiert.

Bisherige Forschungen zeigen auf, dass BeReal einen Druck auf Nutzer:innen ausüben kann, und zwar aufgrund der Zeitbegrenzung, der Verspätungsanzeige und der Wiederholungsanzeige (Kim et al., 2024; Reddy & Kumar, 2024, S. 8). Tatsächlich empfanden die Interviewpartnerinnen den Timer als stressig, die Verspätungsanzeige war jedoch allen gleichgültig und löste keinen Stress oder Druck aus. Die Wiederholungsanzeige erlebten manche Interviewpartnerinnen als stressig. In der Literatur ist ebenfalls vom Druck, pünktlich interessant zu sein, die Rede (Snyder, 2024, S. 405). Da Verspätungen jedoch nicht negativ erlebt werden, kann die vorliegende Arbeit dieses Argument nicht stützen. Die Interviewpartnerinnen verspürten aber einen Druck, interessante Momente auf BeReal zu zeigen, sie freuten sich, wenn die Benachrichtigung in spannenden Momenten kam, wie auch bei Reddy und Kumar (2023) und Reddy und Kumar (2024, S. 8). Insbesondere eine Interviewpartnerin verspürte einen ausgeprägten Druck interessant zu sein. Dies könnte damit zusammenhängen, dass sie ihre Freund:innen auf BeReal als authentisch ansah, auch wenn diese ihre Selbstpräsentation mit Verspätungen und Wiederholungen kuratierten, um besondere Posts online zu stellen.

Eine Always on Mentalität (Highfield, 2023; Snyder, 2024) wird von manchen Interviewpartnerinnen erlebt, wenn sie für eine besondere Aktivität fünf BeReal Posts zur Verfügung haben wollen. Denn sie möchten besondere Momente in den Erinnerungen festhalten. Dies überschneidet sich mit den Ergebnissen von Pinch et al. (2024). Die Memory-Funktion führte somit einerseits zu kuratierter Selbstpräsentation, wenn nur besondere Momente gezeigt wurden, andererseits aber zu authentischer Selbstpräsentation, wenn Interviewpartnerinnen bewusst alltägliche Momente festhalten wollten.

Fallon (2024) argumentiert, dass BeReal die Freiheit der Nutzer:innen einschränkt. Jedoch entwickelten die Interviewpartnerinnen, wie auch bei Pinch et al. (2024), Strategien, um mit dem Druck der temporären Authentizität umzugehen. So kuratierten sie ihre Selbstpräsentation und passten ihre Mimik an, zeigten nicht sich selbst, sondern ihren Hund, entgegen der Ergebnisse von Kim et al. (2024, S. 13), posteten zu einem späteren Zeitpunkt oder gar nicht, und schalteten sämtliche Benachrichtigungen aus, wobei manche Strategien als Schutzmechanismus gegen den erlebten Druck gesehen werden können. Diese strategische Kuratierung der Selbstpräsentation kann mit der Selbstbestimmungstheorie (Deci & Ryan, 2000; Deci & Ryan, 2008) erklärt werden. BeReal kann in diesem Kontext jedoch als Sonderfall angesehen werden. Die verringerte Autonomie stellten die Interviewpartnerinnen mithilfe diverser Strategien wiederher, um schließlich das Bedürfnis der sozialen Vernetztheit erfüllen und die BeReal Posts ihrer Freund:innen sehen zu können. BeReal hemmt somit einerseits die Erfüllung der Bedürfnisse und andererseits ermöglicht die App sie. Denn die Interviewpartnerinnen freuten sich, wenn sie sehen konnten, was andere machen, ähnlich zu Kim et al. (2024, S. 13) und Reddy und Kumar (2023).

Wie auch bei Vanhoffelen et al. (2023) konnten bei der vorliegenden Arbeit soziale Vergleichsprozesse auf lateraler Ebene festgestellt werden. Dabei scheint die emotionale Verfassung eine Rolle zu spielen, denn wenn es den Interviewpartnerinnen nicht gut ging, nahmen sie die BeReal Posts der anderen negativ auf und beneideten sie, es kam also zu einem Vergleich nach oben. Ging es ihnen jedoch gut, freuten sie sich für ihre Freund:innen, wenn diese etwas Besonderes unternahmen, und es kam zu einem lateralen Vergleich. Da Nutzer:innen auf BeReal meist täglich posten und dabei häufig Alltagsmomente und selten besondere Momente, wie Urlaub, teilen, wird ein Vergleich auf lateraler Ebene ermöglicht, und dieser führt zu weniger Neid, wie eine Interviewpartnerin schilderte. Insbesondere die Mischung aus unterschiedlichen Momenten verringert den Druck.

Laut Vanhoffelen et al. (2023, S. 6) kommt es durch den engen Freundeskreis auf BeReal zu einem verringerten Positivity Bias, weil auch andere, weniger besondere Aspekte des Lebens geteilt werden. Dieses Ergebnis lässt sich mit der vorliegenden Arbeit teilweise in Einklang bringen, denn Interesse an den BeReal Posts der Freund:innen in Bezug auf Lernfortschritt und Ähnlichem lag bei den Interviewpartnerinnen vor. Dennoch lag der Fokus des Interesses besonders auf positive Momente, die geteilt werden. Sowohl beim Ausleben als auch bei der Wahrnehmung der Authentizität auf BeReal konnte ein Positivity Bias (Jongman-Sereno & Leary, 2016, S. 289; Reinecke & Trepte, 2014, S. 100) festgestellt werden. Die Aufforderungen von BeReal, zu lächeln oder Gesicht zu zeigen (A. Taylor, 2023; Z. Taylor, 2023, S. 8), spielten dabei jedoch keine Rolle, denn von den meisten Interviewpartnerinnen wurden sie nicht wahrgenommen. Tendenziell reagierten Interviewpartnerinnen nur auf besondere oder produktive Posts, aber bei BeReal Posts auf der Couch nicht. Das könnte eventuell einen Druck entstehen lassen, solche Posts eher zu erstellen, um eine Reaktion von anderen zu erhalten.

Hier stößt die vorliegende Arbeit aber an ihre methodischen und thematischen Grenzen. Die qualitativen Leitfadeninterviews können schließlich keine Kausalität oder Korrelation ermitteln. Weiters ist die Methode abhängig davon, dass die Interviewpartnerinnen die Wahrheit sagen. Dies ist vor allem relevant, da es um Authentizität geht. Die Teilnehmerinnen können hinsichtlich ihres wahren Ichs lügen, was eine Limitation ist, die nicht beseitigt werden kann. Soziale Erwünschtheit spielt somit eine Rolle, auch in Bezug auf negative Erlebnisse mit BeReal und der Authentizität der Freund:innen. Außerdem wurden nur Frauen im Alter von 20 bis 25 Jahren interviewt. Nutzer:innen eines anderen Geschlechts oder Alters könnten andere Antworten auf die Forschungsfragen bringen.

Eine weitere Limitation der Arbeit liegt darin, dass die Nutzung von BeReal sich in den letzten drei Jahren verändert und zuletzt abgenommen hat. Die Relevanz von temporärer Authentizität ist nach wie vor gegeben, in Bezug auf die Social Media App BeReal ist jedoch unklar, wie lange es die App noch geben wird. Das Ausleben der temporären Authentizität auf BeReal konnte nur auf Basis der Schilderungen der Interviewpartnerinnen erforscht werden, die tatsächlichen Posts wurden jedoch nicht in die Analyse miteinbezogen. Ebenso bauen die Ergebnisse zum Verhalten gegenüber Freund:innen auf BeReal auf den Erzählungen der Interviewpartnerinnen auf, konnten jedoch nicht anderweitig verifiziert werden.

Trotz der Limitationen der vorliegenden Arbeit wurden die Gütekriterien qualitativer Forschung über den gesamten Arbeitsprozess hinweg stets beachtet (Kuckartz & Rädiker, 2022, S. 234-238). So befinden sich im Sinne der Transparenz sämtliche Materialien der Interviews

im Anhang. Entsprechend der intersubjektiven Nachvollziehbarkeit wurden Gedankengänge in Bezug auf Interpretationen oder Argumentationen hinsichtlich methodischer Vorgehensweisen und Operationalisierungen offen dargelegt und diskutiert.

Die Zukunft von BeReal ist ungewiss. Dennoch können zukünftige Forschungen genau hier ansetzen und untersuchen, warum sich die Nutzungszahlen von BeReal rückentwickelt haben. Interessant ist auch, welche Gegebenheiten der App und seiner Features verantwortlich sein könnten, dass Nutzer:innen sich von BeReal abkehren und welche Motive sie haben, die App zu löschen. Es stellt sich die Frage, wie authentisches Social Media Nutzer:innen beeinflusst, welche Rolle dabei die Features der Plattform, wie die Memory-Funktion, hinsichtlich der Selbstpräsentation und wo die Nutzungsweise ausschlaggebend ist. Dabei können zukünftige Arbeiten den Fokus auf das Wohlbefinden der Nutzer:innen legen und wie authentisches Social Media dieses positiv oder negativ beeinflusst, beziehungsweise welche Features und welches Design einer Social Media App für jene Nutzer:innen besser geeignet sind, die einen erhöhten Druck und Stress durch Social Media erleben. Zudem kann auch untersucht werden, inwiefern das Wohlbefinden die Selbstpräsentation auf Social Media beeinflusst, besonders vor dem Hintergrund der Selbstbestimmungstheorie und der Kuratierung als Schutzmechanismus. Auch vor dem Hintergrund des Positivity Bias können zukünftige Forschungsarbeiten authentisches Social Media erforschen.

In Bezug auf BeReal können zukünftige Studien untersuchen, inwiefern der Freundeskreis entsteht und wovon es abhängt, dass nur enge Freund:innen oder auch entfernte Freund:innen und Bekanntschaften in den Freundeskreis von BeReal aufgenommen werden. Weiters sollte untersucht werden, inwieweit der Freundeskreis das Ausmaß der eigenen Authentizität auf BeReal tatsächlich beeinflusst. Auch die kontextabhängige Authentizitätswahrnehmung und inwiefern die Mischung aus besonderen und alltäglichen Inhalten die Wahrnehmung der Authentizität und die tatsächliche Selbstpräsentation beeinflussen, kann weiter erforscht werden. Ebenfalls können laterale soziale Vergleichsprozesse weitergehend untersucht werden, insbesondere mit Fokus auf das Wohlbefinden der Nutzer:innen und inwiefern hier ein Zusammenspiel stattfinden kann.

Diese Fragestellungen gehen über die Methode des qualitativen Leitfadeninterviews hinaus, weshalb auf weitere, insbesondere quantitative Methoden, zurückgegriffen werden sollte, um einerseits die Annahmen der vorliegenden Arbeit zu überprüfen und andererseits die Korrelation und Kausalität klären zu können.

## 7 Fazit

Das Ziel der vorliegenden Arbeit lag darin herauszufinden, wie die temporäre Authentizität auf BeReal von jungen Menschen erlebt und ausgelebt wird und wie die Authentizität anderer Nutzer:innen wahrgenommen und aufgenommen wird. Mithilfe qualitativer Leitfadeninterviews mit 18- bis 26-jährigen Nutzerinnen in Österreich und einer anschließenden inhaltlich strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse konnten die Forschungsfragen tiefergehend erörtert und schließlich beantwortet werden. So zeigte sich, dass BeReal und seine Features sowohl positiv als auch negativ erlebt werden und insbesondere ein Druck, interessante Momente zu zeigen, besteht. Zudem kommt es zu spontaner, wie auch zu kuratierter Selbstpräsentation, abhängig von der Person und der Situation. Das Ausmaß der authentischen Selbstpräsentation hängt jedoch auch vom erlebten Druck durch die Features ab, denn entsprechend der Selbstbestimmungstheorie werden Strategien angewandt, um die verlorene Autonomie wiederherzustellen. Auch aus Gründen des Datenschutzes und der Privatsphäre als auch als Schutzmechanismus wird die Selbstpräsentation kuratiert.

Die Authentizität anderer Nutzer:innen wird nicht isoliert betrachtet, sondern es erfolgt eine kontextabhängige Authentizitätswahrnehmung, die ähnlich zu der eigenen Selbstpräsentation je nach Person, Situation und der gezeigten Emotion im Kontext bewertet wird. Die Wiederholungs- und Verspätungsanzeige von BeReal helfen bei der Einschätzung der Authentizität. Eine Mischung aus besonderen und alltäglichen Inhalten ist dabei für eine wahrgenommene Authentizität ausschlaggebend. Zudem konnten soziale Vergleichsprozesse festgestellt werden. Durch die temporäre Authentizität auf BeReal und den geteilten Alltagsmomenten wird das Vorkommen von lateralen sozialen Vergleichen ermöglicht, welche weitgehend positiv aufgenommen werden. Ein Positivity Bias konnte sowohl beim Ausleben der temporären Authentizität auf BeReal als auch bei der Wahrnehmung der Authentizität anderer und wie sie aufgenommen wird, festgestellt werden.

Die weitere Entwicklung von BeReal und seinen Nutzungszahlen bleibt abzuwarten. Es hat sich jedoch gezeigt, dass authentisches Social Media auch ohne BeReal eine relevante Rolle in der Social Media Umgebung spielt. Eine Entwicklung hin zu mehr Authentizität könnte in den nächsten Jahren die Nutzung von Social Media und die Social Media Welt weitreichend verändern. In welche Richtung sie sich vollziehen wird, wird sich jedoch erst zeigen.

## Literaturverzeichnis

- Anderson, M., Faverio, M., & Gottfried, J. (2023). Teens, Social Media and Technology 2023. *Pew Research Center*. <https://www.pewresearch.org/internet/2023/12/11/teens-social-media-and-technology-2023/>
- Arriagada, A., & Bishop, S. (2021). Between Commerciality and Authenticity: The Imaginary of Social Media Influencers in the Platform Economy. *Communication, Culture and Critique*, 14(4), 568–586. <https://doi.org/10.1093/ccc/tcab050>
- Bailey, E. R., Matz, S. C., Youyou, W., & Iyengar, S. S. (2020). Authentic self-expression on social media is associated with greater subjective well-being. *Nature Communications*, 11(1), 4889. <https://doi.org/10.1038/s41467-020-18539-w>
- Balaban, D. C., & Szabolics, J. (2022). A Proposed Model of Self-Perceived Authenticity of Social Media Influencers. *Media and Communication*, 10(1). <https://doi.org/10.17645/mac.v10i1.4765>
- Banks, J., Monier, M., & Stowell, O. (2023). Time to Be Real?: Nostalgia, Authenticity, and the Digital Return to the Everyday. *Flow*. <https://www.flowjournal.org/2023/02/be-real-nostalgia-authenticity-digital/>
- Boffone, T. (2022). Do You Want to Make a TikTok? Is It Time to BeReal?: Gen Z, Social Media, and Digital Literacies. *Journal of Language and Literacy Education*, 18(2), 1–6. <http://jolle.coe.uga.edu/wp-content/uploads/2022/12/Boffone-2022-Final-1.pdf>
- Bulchand-Gidumal, J. (2024). The case of BeReal and spontaneous online social networks and their impact on tourism: Research agenda. *Current Issues in Tourism*, 27(1), 7–11. <https://doi.org/10.1080/13683500.2023.2191174>
- Choi, S., Williams, D., & Kim, H. (2020). A snap of your true self: How self-presentation and temporal affordance influence self-concept on social media. *New Media & Society*, 1461444820977199. <https://doi.org/10.1177/1461444820977199>
- Curry, D. (2025, Februar 24). BeReal Revenue and Usage Statistics (2025). *Business of Apps*. <https://www.businessofapps.com/data/bereal-statistics/>
- Darr, C. R., & Doss, E. F. (2022). The Fake One is the Real One: Finstas, Authenticity, and Context Collapse in Teen Friend Groups. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 27(4). <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmac009>

- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The „What“ and „Why“ of Goal Pursuits: Human Needs and the Self-Determination of Behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227–268. [https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1104\\_01](https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1104_01)
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2008). Self-determination theory: A macrotheory of human motivation, development, and health. *Canadian Psychology / Psychologie Canadienne*, 49(3), 182–185. <https://doi.org/10.1037/a0012801>
- Deutsch, M., & Gerard, H. B. (1955). A study of normative and informational social influences upon individual judgment. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 51(3), 629–636. <https://doi.org/10.1037/h0046408>
- Dewar, S., Islam, S., Resor, E., & Salehi, N. (2019). Finsta: Creating „Fake“ Spaces for Authentic Performance. *Extended Abstracts of the 2019 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1–6. <https://doi.org/10.1145/3290607.3313033>
- Duffy, B. E. (2022, August 5). BeReal and the Doomed Quest for Online Authenticity. *Wired*. <https://www.wired.com/story/bereal-doomed-online-authenticity/>
- Dunn, C., & Falkof, N. (2021). You’ve Got to Be Real: Authenticity, Performativity and Micro-Celebrity in South Africa. *Frontiers in Sociology*, 6, 652485. <https://doi.org/10.3389/fsoc.2021.652485>
- Edwards, E. L. (2023). Workers of the World BeReal!: BeReal and The Performance of Labor. *Flow*. <https://www.flowjournal.org/2023/02/workers-bereal-performance-labor/>
- Fallon, K. (2024). Faith in Fakes. *Film Quarterly*, 77(4), 29–40. <https://doi.org/10.1525/fq.2024.77.4.29>
- Festinger, L. (1954). A Theory of Social Comparison Processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Fleeson, W., & Wilt, J. (2010). The Relevance of Big Five Trait Content in Behavior to Subjective Authenticity: Do High Levels of Within-Person Behavioral Variability Undermine or Enable Authenticity Achievement? *Journal of Personality*, 78(4), 1353–1382. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.2010.00653.x>
- Gaden, G., & Dumitrica, D. (2014). The ‘real deal’: Strategic authenticity, politics and social media. *First Monday*. <https://doi.org/10.5210/fm.v20i1.4985>



- Goffman, E. (1956). *The presentation of self in everyday life*. University of Edinburgh Social Sciences Research Centre. [https://monoskop.org/images/1/19/Goffman\\_Erving\\_The\\_Presentation\\_of\\_Self\\_in\\_Everyday\\_Life.pdf](https://monoskop.org/images/1/19/Goffman_Erving_The_Presentation_of_Self_in_Everyday_Life.pdf)
- Goode, A., Rodner, V., & Lawlor, M. (2023). Beyond the authenticity bind – Finstagram as an escape from the attention economy. *Journal of Marketing Management*, 39(11–12), 1071–1097. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2023.2255192>
- Gorea, M. (2021). Becoming Your “Authentic” Self: How Social Media Influences Youth’s Visual Transitions. *Social Media + Society*, 7(3), 205630512110478. <https://doi.org/10.1177/20563051211047875>
- Grieve, R., & Watkinson, J. (2016). The Psychological Benefits of Being Authentic on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(7), 420–425. <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0010>
- Hazlett, A. (2023). Authenticity as transparency. *Inquiry*, 1–23. <https://doi.org/10.1080/0020174X.2023.2289153>
- Highfield, T. (2023). BeReal now: Digital temporal authenticity on BeReal. *Flow*. [https://www.flowjournal.org/2023/02/bereal\\_now\\_temporal\\_authenticity/](https://www.flowjournal.org/2023/02/bereal_now_temporal_authenticity/)
- Hollenbaugh, E. E. (2021). Self-Presentation in Social Media: Review and Research Opportunities. *Review of Communication Research*, 9, 80–98. <https://doi.org/10.12840/ISSN.2255-4165.027>
- Huang, X., & Vitak, J. (2022). „Finsta gets all my bad pictures“: Instagram Users’ Self-Presentation Across Finsta and Rinsta Accounts. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 6(CSCW1), 1–25. <https://doi.org/10.1145/3512916>
- Jongman-Sereno, K. P., & Leary, M. R. (2016). Self-perceived Authenticity is Contaminated by the Valence of One’s Behavior. *Self and Identity*, 15(3), 283–301. <https://doi.org/10.1080/15298868.2015.1128964>
- Kaňková, J., Stevic, A., Binder, A., & Matthes, J. (2025). Time to BeReal! Exploring users’ well-being in relation to BeReal use duration. *New Media & Society*, 14614448251317689. <https://doi.org/10.1177/14614448251317689>
- Kim, J., Wolfe, R., Chordia, I., Davis, K., & Hiniker, A. (2024). „Sharing, Not Showing Off“: How BeReal Approaches Authentic Self-Presentation on Social Media Through Its Design. <https://doi.org/10.48550/ARXIV.2408.02883>

- Kreling, R., Meier, A., & Reinecke, L. (2022). Feeling Authentic on Social Media: Subjective Authenticity Across Instagram Stories and Posts. *Social Media + Society*, 8(1), 20563051221086235. <https://doi.org/10.1177/20563051221086235>
- Kuckartz, U., & Rädiker, S. (2022). *Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung* (5. Aufl.). Beltz Verlagsgruppe.
- LaBrie, J. W., Boyle, S. C., Baez, S., Trager, B. M., De Rutte, J. L., Tan, C. N., & Earle, A. M. (2023). “Follow my Finsta”: Drinking trajectories in relation to auxiliary Instagram accounts. *Journal of American College Health*, 71(3), 749–757. <https://doi.org/10.1080/07448481.2021.1906683>
- Lewin, K. M., Ellithorpe, M. E., & Meshi, D. (2022). Social comparison and problematic social media use: Relationships between five different social media platforms and three different social comparison constructs. *Personality and Individual Differences*, 199, 111865. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2022.111865>
- Li, M. (2023). From Archive to Anarchive: How BeReal Challenges Traditional Archival Concepts and Transforms Social Media Archival Practices. *Journal of Contemporary Archival Studies*, 10(9). <https://elischolar.library.yale.edu/jcas/vol10/iss1/9>
- Lim, J. S., Nicholson, J., Yang, S.-U., & Kim, H.-K. (2015). Online authenticity, popularity, and the “Real Me” in a microblogging environment. *Computers in Human Behavior*, 52, 132–143. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.05.037>
- Maddox, J. (2023). More real, or just more surveillance? Panopticism and shifting authenticity paradigms in BeReal. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 29(5), 1183–1198. <https://doi.org/10.1177/13548565231199987>
- Moir, A. (2023). Beauty, Branding, and Navigating the Crowdculture Boundaries of BeReal. *Flow*. <https://www.flowjournal.org/2023/02/beauty-brandingcrowdculture-bereal/>
- Orsolini, L., Reina, S., Longo, G., & Volpe, U. (2024). “Swipe & slice”: Decoding digital struggles with non-suicidal self-injuries among youngsters. *Frontiers in Psychiatry*, 15, 1403445. <https://doi.org/10.3389/fpsyt.2024.1403445>
- Pinch, A., Fiers, F., Birnholtz, J., Fisher, J., & Reilly, B. (2024). “Is it time for me to be authentic?”: Understanding, performing, and evaluating authenticity on BeReal. *New Media & Society*, 14614448241267731. <https://doi.org/10.1177/14614448241267731>

- Przyborski, A., & Wohlrab-Sahr, M. (2021). *Qualitative Sozialforschung: Ein Arbeitsbuch*. De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110710663>
- Reddy, A., & Kumar, P. C. (2023). College Students and Impression Management on BeReal. *Flow*. [https://www.flowjournal.org/2023/02/college\\_students\\_impression\\_management\\_bereal/](https://www.flowjournal.org/2023/02/college_students_impression_management_bereal/)
- Reddy, A., & Kumar, P. C. (2024). ‘A Teaspoon of Authenticity’: Exploring How Young Adults BeReal on Social Media. *Proceedings of the CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1–14. <https://doi.org/10.1145/3613904.3642690>
- Reinecke, L., & Trepte, S. (2014). Authenticity and well-being on social network sites: A two-wave longitudinal study on the effects of online authenticity and the positivity bias in SNS communication. *Computers in Human Behavior*, 30, 95–102. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.07.030>
- Rovira Martorell, J., Tirado, F., & Gálvez, A. (2024). Attention wars, psychopower and platform environments: An autoethnographic study on BeReal. *Emotion, Space and Society*, 52, 101026. <https://doi.org/10.1016/j.emospa.2024.101026>
- Ruf, O., & Vujadinovic, A. (2023). To Be Real or Not to Be: On the Discursive Friction of “Authenticity” Displayed by Instagram and its Design Alternative BeReal. *Digital Culture & Society*, 9(2), 115–140. <https://doi.org/10.14361/dcs-2023-0207>
- Saferinternet.at. (2024). *Jugend-Internet-Monitor*. <https://www.saferinternet.at/services/jugend-internet-monitor>
- Saferinternet.at. (2025). *Jugend-Internet-Monitor*. <https://www.saferinternet.at/services/jugend-internet-monitor>
- Sedikides, C., Lenton, A. P., Slabu, L., & Thomaes, S. (2019). Sketching the Contours of State Authenticity. *Review of General Psychology*, 23(1), 73–88. <https://doi.org/10.1037/gpr0000156>
- Shepherd, J. (2025, Jänner). *19 Essential BeReal Statistics You Need to Know in 2025*. <https://thesocialshepherd.com/blog/bereal-statistics>
- Snyder, S. J. (2024). Always-on authenticity: Challenging the BeReal ideal of “being real”. *Media, Culture & Society*, 46(2), 404–413. <https://doi.org/10.1177/01634437231209420>

- Taylor, A. (2023). “Bonus point for the smile!”: The directive of happiness on BeReal. *Flow*. <https://www.flowjournal.org/2023/02/smile-directive-happiness-bereal/>
- Taylor, Z. A. (2023). Everyone Stop What You’re Doing and BeReal: Live Networked Publics and Authenticity on BeReal. *Social Media + Society*, 9(4), 20563051231216959. <https://doi.org/10.1177/20563051231216959>
- Tirotchi, S. (2024). Generation Z, values, and media: From influencers to BeReal, between visibility and authenticity. *Frontiers in Sociology*, 8, 1304093. <https://doi.org/10.3389/fsoc.2023.1304093>
- Vanhoffelen, G., Schreurs, L., Meeus, A., Janssens, N., Beullens, K., & Vandebosch, L. (2023). BeReal, Be Happy? Examining the relationships between authentic self-presentations on BeReal and adolescents’ self-esteem. *New Media & Society*, 14614448231207783. <https://doi.org/10.1177/14614448231207783>
- Vaterlaus, J. M., & Chow, S. M. (2024). Spontaneous social media: An exploratory study of young adults’ BeReal uses and gratifications. *The Social Science Journal*, 1–15. <https://doi.org/10.1080/03623319.2024.2416775>
- Verduyn, P., Gugushvili, N., Massar, K., Täht, K., & Kross, E. (2020). Social comparison on social networking sites. *Current Opinion in Psychology*, 36, 32–37. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.04.002>
- West, M., Rice, S., & Vella-Brodrick, D. (2024). Adolescent Social Media Use through a Self-Determination Theory Lens: A Systematic Scoping Review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 21(7), 862. <https://doi.org/10.3390/ijerph21070862>
- Wisniewski-Parks, G. (2023). Profiles without Agency? BeReal and the Future of Profile-Building. *Flow*. [https://www.flowjournal.org/2023/02/profiles\\_without\\_agency\\_bereal/](https://www.flowjournal.org/2023/02/profiles_without_agency_bereal/)
- Xiao, S., Metaxa, D., Park, J. S., Karahalios, K., & Salehi, N. (2020). Random, Messy, Funny, Raw: Finstas as Intimate Reconfigurations of Social Media. *Proceedings of the 2020 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1–13. <https://doi.org/10.1145/3313831.3376424>

## Anhang

### Transkripte

Die Transkripte der Interviews können auf folgender Webseite aufgerufen werden:  
<https://osf.io/vbafy/files/osfstorage>

### Postskripte

#### *Postskriptum I1*

**Name der Interviewerin**

Alexandra Danreiter

**Dauer der Sprachaufnahme**

42 Minuten 55 Sekunden, durchgeführt am 21.11.2024

**Alter**

23

**Fragen zur Interviewsituation**

Interviewpartnerin wollte vorab wissen, ob sie etwas Bestimmtes wissen muss

**Art des Kennenlernens/Kontaktaufnahme**

Über Bekannte der Interviewerin

**Ort des Interviews**

Bei Interviewpartnerin zu Hause

**Anwesende Dritte, Störungen beim Interview**

-

**Vermutungen, Erwartungen und Befürchtungen der Interviewten**

Interviewpartnerin hatte nach dem Interview Sorge, ob sie helfen und ihre Gedanken ausreichend schildern konnte

**Erinnerungs- und Erzählbereitschaft der Interviewten**

Interviewpartnerin konnte sich an viele Situationen erinnern

**Symmetrie und Asymmetrie zwischen Befragter und Interviewerin (bedingt durch Alter, Geschlecht etc.)**

Es war eine Symmetrie zwischen Interviewpartnerin und Interviewerin hinsichtlich des Alters und des Geschlechts vorhanden, was die Interviewsituation begünstigte

**Probleme und Themen, die nicht ausführlich erzählt worden sind, die aber nach dem Eindruck der Interviewerin wichtig waren**

-

**Probleme, Krisen des Gesprächs, Irritationen (oder Peinlichkeiten), an die sich die Interviewerin erinnert**

-

**Verlauf des Gesprächs vor Einschalten und nach Ausschalten des Aufnahmegerätes**

Vor Interview hatte Interviewpartnerin Fragen, ob sie etwas Besonderes wissen muss, nach Interview war sie unsicher, ob sie helfen konnte

**Sonstiges**

-

#### *Postskriptum I2*

**Name der Interviewerin**

Alexandra Danreiter

**Dauer der Sprachaufnahme**

61 Minuten 29 Sekunden, durchgeführt am 28.11.2024

**Alter**

22

**Fragen zur Interviewsituation**

-

**Art des Kennenlernens/Kontaktaufnahme**

Über Bekannte der Interviewerin

**Ort des Interviews**

Bei Interviewerin zu Hause

**Anwesende Dritte, Störungen beim Interview**

-

**Vermutungen, Erwartungen und Befürchtungen der Interviewten**

-

**Erinnerungs- und Erzählbereitschaft der Interviewten**

Interviewpartnerin war eher schüchtern und weniger erzählbereit, nach mehreren Nachfragen jedoch erzählte sie mehr und beantwortete Fragen ausführlicher

**Symmetrie und Asymmetrie zwischen Befragter und Interviewerin (bedingt durch Alter, Geschlecht etc.)**

Es war eine Symmetrie zwischen Interviewpartnerin und Interviewerin hinsichtlich des Alters und des Geschlechts vorhanden, was die Interviewsituation begünstigte

**Probleme und Themen, die nicht ausführlich erzählt worden sind, die aber nach dem Eindruck der Interviewerin wichtig waren**

-

**Probleme, Krisen des Gesprächs, Irritationen (oder Peinlichkeiten), an die sich die Interviewerin erinnert**

-

**Verlauf des Gesprächs vor Einschalten und nach Ausschalten des Aufnahmegerätes**

Nach dem Interview meinte Interviewpartnerin, dass sie das Thema interessant findet und es für sie spannend war, darüber nachzudenken, welche Gedanken sie dazu hat

**Sonstiges**

-

*Postskriptum I3*

**Name der Interviewerin**

Alexandra Danreiter

**Dauer der Sprachaufnahme**

53 Minuten 7 Sekunden, durchgeführt am 29.11.2024

**Alter**

24

**Fragen zur Interviewsituation**

-

**Art des Kennenlernens/Kontaktaufnahme**

Über Bekannte der Interviewerin

**Ort des Interviews**

Bei Interviewpartnerin zu Hause

**Anwesende Dritte, Störungen beim Interview**

-

**Vermutungen, Erwartungen und Befürchtungen der Interviewten**

-

**Erinnerungs- und Erzählbereitschaft der Interviewten**

Interviewpartnerin war erzählfreudig und wollte, als sie merkte, dass manches widersprüchlich war, das Erzählte in Einklang bringen

**Symmetrie und Asymmetrie zwischen Befragter und Interviewerin (bedingt durch Alter, Geschlecht etc.)**

Es war eine Symmetrie zwischen Interviewpartnerin und Interviewerin hinsichtlich des Alters und des Geschlechts vorhanden, was die Interviewsituation begünstigte

**Probleme und Themen, die nicht ausführlich erzählt worden sind, die aber nach dem Eindruck der Interviewerin wichtig waren**

-

**Probleme, Krisen des Gesprächs, Irritationen (oder Peinlichkeiten), an die sich die Interviewerin erinnert**

Es gab Irritationen, wenn Interviewpartnerin merkte, dass sie sich selbst im Laufe des Interviews und ihrer Erzählungen widerspricht, sie korrigierte sich dann teilweise selbst oder wollte Dinge klarstellen

**Verlauf des Gesprächs vor Einschalten und nach Ausschalten des Aufnahmegerätes**

Nach dem Interview merkte Interviewpartnerin an, dass sie es spannend findet, dass sie nicht bewusst darüber nachdenkt, wie sie ein BeReal postet, wenn sie es tut

Frage nach, ob dieses Interview anders war, als die ersten Interviews

**Sonstiges**

-

*Postskriptum I4*

**Name der Interviewerin**

Alexandra Danreiter

**Dauer der Sprachaufnahme**

52 Minuten 51 Sekunden, durchgeführt am 2.12.2024

**Alter**

25

**Fragen zur Interviewsituation**

Interviewpartnerin hat sich erkundigt, ob sie die Fragen vorab erhält, sie wurde aufgeklärt, dass es sich eher um ein Gespräch als um eine klassische Interviewsituation handelt

**Art des Kennenlernens/Kontaktaufnahme**

Über Bekannte der Interviewerin

**Ort des Interviews**

Bei Interviewpartnerin zu Hause

**Anwesende Dritte, Störungen beim Interview**

-

**Vermutungen, Erwartungen und Befürchtungen der Interviewten**

-

**Erinnerungs- und Erzählbereitschaft der Interviewten**

Interviewpartnerin war erzählbereit, konnte sich nicht genau an BeReals erinnern, die sie in letzter Zeit gemacht hat, was aber kein Problem darstellte

**Symmetrie und Asymmetrie zwischen Befragter und Interviewerin (bedingt durch Alter, Geschlecht etc.)**

Es war eine Symmetrie zwischen Interviewpartnerin und Interviewerin hinsichtlich des Alters und des Geschlechts vorhanden, was die Interviewsituation begünstigte

**Probleme und Themen, die nicht ausführlich erzählt worden sind, die aber nach dem Eindruck der Interviewerin wichtig waren**

-

**Probleme, Krisen des Gesprächs, Irritationen (oder Peinlichkeiten), an die sich die Interviewerin erinnert**

-

**Verlauf des Gesprächs vor Einschalten und nach Ausschalten des Aufnahmegerätes**

Nach Ausschalten merkte Interviewpartnerin an, dass sie die Fragen sehr gut fand

**Sonstiges**

Interviewpartnerin reflektierte erst im Laufe des Interviews ihr Posting-Verhalten auf BeReal

*Postskriptum I5*

**Name der Interviewerin**

Alexandra Danreiter

**Dauer der Sprachaufnahme**

65 Minuten 18 Sekunden, durchgeführt am 3.12.2024

**Alter**

20

**Fragen zur Interviewsituation**

-

**Art des Kennenlernens/Kontaktaufnahme**

Über Bekannte der Interviewerin

**Ort des Interviews**

Bei Interviewpartnerin zu Hause im Gemeinschaftsraum

**Anwesende Dritte, Störungen beim Interview**

Vor dem Einschalten des Aufnahmegerätes befand sich eine Putzkraft im Gemeinschaftsraum, während des Interviews kam es aber zu keinen Störungen

**Vermutungen, Erwartungen und Befürchtungen der Interviewten**

-

**Erinnerungs- und Erzählbereitschaft der Interviewten**

Interviewpartnerin war erzählfreudig und konnte sich an viele Beispiele erinnern

**Symmetrie und Asymmetrie zwischen Befragter und Interviewerin (bedingt durch Alter, Geschlecht etc.)**

Es war eine Symmetrie zwischen Interviewpartnerin und Interviewerin hinsichtlich des Alters und des Geschlechts vorhanden, was die Interviewsituation begünstigte

**Probleme und Themen, die nicht ausführlich erzählt worden sind, die aber nach dem Eindruck der Interviewerin wichtig waren**

-

**Probleme, Krisen des Gesprächs, Irritationen (oder Peinlichkeiten), an die sich die Interviewerin erinnert**

-

**Verlauf des Gesprächs vor Einschalten und nach Ausschalten des Aufnahmegerätes**

Nach dem Ausschalten des Geräts erkundigte sich Interviewpartnerin, ob sie zu viel geredet hat, woraufhin Interviewerin meinte, je mehr erzählt wird, desto besser ist es

**Sonstiges**

-

*Postskriptum I6*

**Name der Interviewerin**

Alexandra Danreiter

**Dauer der Sprachaufnahme**

60 Minuten 54 Sekunden, durchgeführt am 11.12.2024

**Alter**

20

**Fragen zur Interviewsituation**

-

**Art des Kennenlernens/Kontaktaufnahme**

Über eine Interviewpartnerin

**Ort des Interviews**

Bei Interviewerin zu Hause

**Anwesende Dritte, Störungen beim Interview**

-

**Vermutungen, Erwartungen und Befürchtungen der Interviewten**

-

**Erinnerungs- und Erzählbereitschaft der Interviewten**

Interviewpartnerin war eher schüchtern und weniger erzählbereit

**Symmetrie und Asymmetrie zwischen Befragter und Interviewerin (bedingt durch Alter, Geschlecht etc.)**

Es war eine Symmetrie zwischen Interviewpartnerin und Interviewerin hinsichtlich des Alters und des Geschlechts vorhanden, was die Interviewsituation begünstigte

**Probleme und Themen, die nicht ausführlich erzählt worden sind, die aber nach dem Eindruck der Interviewerin wichtig waren**

Interviewpartnerin konnte nicht ganz erklären, warum sie in manchen Momenten auf BeReal denkt und dann einen Post macht, weil es für sie unterbewusst passiert

**Probleme, Krisen des Gesprächs, Irritationen (oder Peinlichkeiten), an die sich die Interviewerin erinnert**



-

### **Verlauf des Gesprächs vor Einschalten und nach Ausschalten des Aufnahmegerätes**

Interviewpartnerin meinte nach Ausschalten der Aufnahme, dass sie hofft, sie konnte behilflich sein  
**Sonstiges**

-

### *Postskriptum I7*

#### **Name der Interviewerin**

Alexandra Danreiter

#### **Dauer der Sprachaufnahme**

73 Minuten 59 Sekunden, durchgeführt am 12.12.2024

#### **Alter**

24

#### **Fragen zur Interviewsituation**

-

#### **Art des Kennenlernens/Kontaktaufnahme**

Über Bekannte der Interviewerin

#### **Ort des Interviews**

Bei Interviewpartnerin zu Hause

#### **Anwesende Dritte, Störungen beim Interview**

Kaffeemaschine schaltete sich aus und unterbrach Interviewpartnerin kurz, Störung dauerte jedoch nur ein paar Sekunden

#### **Vermutungen, Erwartungen und Befürchtungen der Interviewten**

-

#### **Erinnerungs- und Erzählbereitschaft der Interviewten**

Interviewpartnerin war äußerst erzählbereit

#### **Symmetrie und Asymmetrie zwischen Befragter und Interviewerin (bedingt durch Alter, Geschlecht etc.)**

Es war eine Symmetrie zwischen Interviewpartnerin und Interviewerin hinsichtlich des Alters und des Geschlechts vorhanden, was die Interviewsituation begünstigte

#### **Probleme und Themen, die nicht ausführlich erzählt worden sind, die aber nach dem Eindruck der Interviewerin wichtig waren**

-

#### **Probleme, Krisen des Gesprächs, Irritationen (oder Peinlichkeiten), an die sich die Interviewerin erinnert**

-

### **Verlauf des Gesprächs vor Einschalten und nach Ausschalten des Aufnahmegerätes**

Nach dem Ausschalten meinte Interviewpartnerin, dass sie noch nie so viel über BeReal nachgedacht hat

#### **Sonstiges**

-

### *Postskriptum I8*

#### **Name der Interviewerin**

Alexandra Danreiter

#### **Dauer der Sprachaufnahme**

59 Minuten 2 Sekunden, durchgeführt am 18.12.2024

#### **Alter**

23

#### **Fragen zur Interviewsituation**

-

#### **Art des Kennenlernens/Kontaktaufnahme**

Über eine Interviewpartnerin

#### **Ort des Interviews**

Zoom

### **Anwesende Dritte, Störungen beim Interview**

Am Ende stellte Interviewpartnerin ihrem Freund die letzte Frage, welcher sich offenbar im gleichen Raum aufhielt, es störte aber das Interview nicht

### **Vermutungen, Erwartungen und Befürchtungen der Interviewten**

-

### **Erinnerungs- und Erzählbereitschaft der Interviewten**

Interviewpartnerin war sehr erzählbereit und konnte sich auch noch an die Nutzung von vor zwei Jahren erinnern und die Posts schildern

### **Symmetrie und Asymmetrie zwischen Befragter und Interviewerin (bedingt durch Alter, Geschlecht etc.)**

Es war eine Symmetrie zwischen Interviewpartnerin und Interviewerin hinsichtlich des Alters und des Geschlechts vorhanden, was die Interviewsituation begünstigte

### **Probleme und Themen, die nicht ausführlich erzählt worden sind, die aber nach dem Eindruck der Interviewerin wichtig waren**

Die Frage des perfekten BeReal Posts wurde eher als typischer BeReal Post verstanden, kann aber auch bedeuten, dass die Interviewpartnerin den perfekten Post so interpretiert

### **Probleme, Krisen des Gesprächs, Irritationen (oder Peinlichkeiten), an die sich die Interviewerin erinnert**

-

### **Verlauf des Gesprächs vor Einschalten und nach Ausschalten des Aufnahmegerätes**

Vor dem Gespräch entschuldigte sich Interviewpartnerin für ihre Verspätung, nach dem Gespräch erläuterte sie, dass sie hofft, dass sie helfen konnte

### **Sonstiges**

Ein erster Termin musste von der Interviewpartnerin aufgrund von Krankheit abgesagt werden, der zweite Termin wurde dann anstatt bei Interviewpartnerin zu Hause über Zoom wahrgenommen

### *Postskriptum I9*

#### **Name der Interviewerin**

Alexandra Danreiter

#### **Dauer der Sprachaufnahme**

54 Minuten 46 Sekunden, durchgeführt am 20.01.2025

#### **Alter**

22

#### **Fragen zur Interviewsituation**

-

#### **Art des Kennenlernens/Kontaktaufnahme**

Über eine Interviewpartnerin

#### **Ort des Interviews**

Zoom

### **Anwesende Dritte, Störungen beim Interview**

Während des Interviews läutete es bei der Interviewpartnerin und sie musste kurz die Tür öffnen, es hat aber den Ablauf des Interviews nicht weiter gestört

### **Vermutungen, Erwartungen und Befürchtungen der Interviewten**

-

### **Erinnerungs- und Erzählbereitschaft der Interviewten**

Interviewpartnerin war erzählbereit

### **Symmetrie und Asymmetrie zwischen Befragter und Interviewerin (bedingt durch Alter, Geschlecht etc.)**

Es war eine Symmetrie zwischen Interviewpartnerin und Interviewerin hinsichtlich des Alters und des Geschlechts vorhanden, was die Interviewsituation begünstigte

### **Probleme und Themen, die nicht ausführlich erzählt worden sind, die aber nach dem Eindruck der Interviewerin wichtig waren**

-

### **Probleme, Krisen des Gesprächs, Irritationen (oder Peinlichkeiten), an die sich die Interviewerin erinnert**

-

### **Verlauf des Gesprächs vor Einschalten und nach Ausschalten des Aufnahmegerätes**

Nach dem Interview meinte Interviewpartnerin, sie schickt die Einverständniserklärung sofort

### **Sonstiges**

-

### *Postskriptum I10*

#### **Name der Interviewerin**

Alexandra Danreiter

#### **Dauer der Sprachaufnahme**

67 Minuten 39 Sekunden, durchgeführt am 22.01.2025

#### **Alter**

20

#### **Fragen zur Interviewsituation**

-

#### **Art des Kennenlernens/Kontaktaufnahme**

Über eine Interviewpartnerin

#### **Ort des Interviews**

Bei Interviewpartnerin zu Hause

#### **Anwesende Dritte, Störungen beim Interview**

-

#### **Vermutungen, Erwartungen und Befürchtungen der Interviewten**

Interviewpartnerin war erkältet und wegen ihrer Stimme besorgt, ihr wurde versichert, dass man sie gut hört

#### **Erinnerungs- und Erzählbereitschaft der Interviewten**

Interviewpartnerin war sehr erzählbereit und konnte sich noch gut an die Zeit erinnern, als sie mit BeReal anfing

#### **Symmetrie und Asymmetrie zwischen Befragter und Interviewerin (bedingt durch Alter, Geschlecht etc.)**

Es war eine Symmetrie zwischen Interviewpartnerin und Interviewerin hinsichtlich des Alters und des Geschlechts vorhanden, was die Interviewsituation begünstigte

#### **Probleme und Themen, die nicht ausführlich erzählt worden sind, die aber nach dem Eindruck der Interviewerin wichtig waren**

-

#### **Probleme, Krisen des Gesprächs, Irritationen (oder Peinlichkeiten), an die sich die Interviewerin erinnert**

-

### **Verlauf des Gesprächs vor Einschalten und nach Ausschalten des Aufnahmegerätes**

-

### **Sonstiges**

Interviewpartnerin meinte bei Fragen, wie sie mit Freunden posiert, gute Frage und sie hat darüber noch nie so nachgedacht

### **Leitfaden**

#### **Einverständniserklärung (auch schriftlich)**

Vielen Dank, dass du dir für das Interview Zeit nimmst.

Bist du damit einverstanden, dass das Interview mittels Audiogerät aufgezeichnet wird? Sowohl in der Transkription als auch in der Arbeit werden deine Daten selbstverständlich anonymisiert und stets vertraulich behandelt. Ich bitte dich auch darum, die Einverständniserklärung zu unterschreiben. Vielen Dank!

#### **Warmup**

Zuerst möchte ich dich bitten, dich ganz kurz vorzustellen: Bitte sag' mir

- wie alt du bist,
- was du ausbildungs- oder berufsmäßig machst.

Das Thema meiner Masterarbeit ist die Social Media App BeReal. Kannst du kurz erzählen, was dir dazu spontan einfällt?

### **Verhaltensdimension:**

#### **Nutzung von BeReal**

Wenn du an einen typischen Tag denkst, an dem du BeReal verwendest, wie schaut dieser aus? Kannst du beschreiben, wie du BeReal nutzt? Du kannst gern auch die verschiedenen Szenarien je nach der Uhrzeit beschreiben.

Sagen wir, genau jetzt kommt die Benachrichtigung für BeReal Time. Wie verhältst du dich? Wann postest du? Was postest du? Wie posierst du? Was genau ist zu sehen?

Wenn man auf BeReal pünktlich postet, gibt es die Möglichkeit, weitere Posts zu veröffentlichen. Hast du diese Möglichkeit bereits genutzt? Kannst du etwas darüber erzählen?

BeReal möchte von Nutzer:innen, dass sie ihr Gesicht zeigen und wenn möglich lächeln. Dazu werden gegebenenfalls Aufforderungen als Text in der App angezeigt. Ist dir das schon einmal passiert? Was hast du dann gemacht?

Manche Nutzer:innen passen die Benachrichtigungseinstellungen von BeReal an, um keine oder weniger Benachrichtigungen zu erhalten. Wie sieht das bei dir aus?

#### **Verhalten gegenüber Freund:innen**

Auf BeReal kann man als Nutzer:in auf die Postings von Freund:innen mit einem RealMoji reagieren oder auch kommentieren. Manche machen das gar nicht, andere nutzen diese Funktion sehr gern. Wie siehst du das? Reagierst du auf die Posts deiner BeReal Freund:innen? Auf welche Posts reagierst du und von wem?

Jeder und jede verwenden BeReal anders. Manche legen sich ins Zeug und versuchen, besonders zu posieren, andere posieren jeden Tag ähnlich. Zu welcher Sorte zählst du deine Freund:innen und vielleicht auch dich selbst? Wovon hängt das ab? (Postest du anders, weil deine Freund:innen anders posten?)

### **Erlebnisdimension:**

#### **Features und Druck**

(Features:

- Fehlen von Filtern und Bearbeitungsmöglichkeiten
- spontane Benachrichtigung
- begrenzte Zeit zu posten
- Anzeige von Verspätung
- Anzeige von Wiederholungen
- Posten mithilfe der Front- und Rückkamera)

BeReal hebt sich von anderen Social Media Apps ab, weil es einzigartige Features aufweist. Was fällt dir dazu spontan ein?

Die einen befürworten die Features und finden sie gut, andere denken, sie sind überbewertet und haben nichts damit zu tun, wie real jemand ist. Manche empfinden durch die Features von BeReal einen Druck. Was hältst du davon? Wie erlebst du diese Features?

#### **Eigene Authentizität**

Die Features sollen sicherstellen, dass Nutzer:innen möglichst real bleiben. Wie real siehst du dich auf BeReal? Inwiefern fängst du mit deinem BeReal Post ein, was du gerade machst, wie du dich fühlst, was in dem Moment geschieht? Wie schätzt du das ein? Du kannst gern Beispiele nennen.

#### **Authentizität von Freund:innen**

Wie real und authentisch schätzt du deine Freund:innen auf BeReal ein? Inwiefern hast du den Eindruck, dass deine Freund:innen zeigen, was in diesem Moment geschieht, wie sie sich fühlen? Du kannst gern Beispiele nennen.

Stell dir vor, eine:r deiner Freund:innen auf BeReal postet einen perfekten und authentischen Post. Kannst du beschreiben, wie dieser aussieht? Inwiefern wurden die Features angewandt?

#### **Resümee und Verabschiedung**

Was fällt dir noch ein, das bis jetzt nicht erwähnt wurde? Was möchtest du noch gerne sagen?

Vielen Dank für die Teilnahme!

## Kategoriensystem

Kategorien	Kategoriendefinition	Ankerbeispiele
Nutzung von BeReal	Umfasst alle Textstellen, die die Nutzung oder Nicht-Nutzung von BeReal und somit die Verhaltensdimension umfassen.	
Positivity Bias	Umfasst alle Textstellen, die eine Situation beschreiben, die positiv ist und in welcher gepostet wird.	„(...) wenn wir, zum Beispiel, gestern, wenn wir da einen Punsch trinken oder so, dann bin ich draufgekommen, ich habe heute noch gar kein BeReal gemacht, mache ich jetzt eines.“ Interview 8, Z. 91-93
spontane Selbstpräsentation	Umfasst alle Textstellen, die die Selbstpräsentation auf BeReal beschreiben und dabei auf eine spontane Selbstpräsentation schließen lassen.	<p>„Also wenn ich es mitkriege, dann mache ich meistens schon gleich eines (...)“ Interview 6, Z. 49</p> <p>„Ich würde auch sagen, je nachdem, was man macht. Wenn man in einer Vorlesung sitzt, schaut man halt meistens ein bisschen genervt drein (lacht), also, es kommt immer so ein bisschen auf die Situation darauf an, eh in der Uni, würde ich sagen, eher so genervt oder gelangweilt oft, einfach so automatisch (...)“ Interview 5, Z. 166-169</p> <p>„Ja, also meistens, auf der einen Seite mein Gesicht (lacht), und auf der anderen Seite halt, entweder mein Lernzeug, oder wenn ich draußen bin die Straße, oder das, was ich gerade koche, also quasi das, was vor mir ist.“ Interview 2, Z. 83-85</p>
kuratierte Selbstpräsentation	Umfasst alle Textstellen, die die Selbstpräsentation auf BeReal beschreiben und dabei auf eine Kuratation schließen lassen.	<p>„Aber sonst, wenn ich jetzt sage, ich mache mein BeReal in dem Moment, meistens ist das ein Moment, wo ich sage, jetzt kann ich es machen oder jetzt mache ich es und es ist, passt, wie ich ausschaue.“ Interview 9, Z. 729-731</p> <p>„(...)aber es ist schon oft so, dass ich ein Selfie mache und dann, mich in die Richtung drehe, wo die Leute halt sitzen. Also statt</p>

		dass ich dann irgendeinen Kasten fotografiere (...)“ Interview 3, Z. 289-290
bewusste Verspätung	Umfasst alle Textstellen, die eine bewusste Verspätung eines BeReal Posts beschreiben.	<p>„Nein, dann eher auf die spätere Zeit, wenn ich dann unterwegs bin. Dann ist es so ein, jetzt noch nicht, ich bin noch nicht geduscht und da ich meistens dann eh am Nachmittag oder am Abend weg bin oder noch etwas mache, dann mache ich es da (...)“ Interview 10, Z. 67-69</p> <p>„(...) wenn ich gerade zwei habe, zum Beispiel, oder fünf, würde ich immer eines machen aus meinem Alltag heraus, also egal welche Situation, und eines hebe ich mir dann auf.“ Interview 5, Z. 1007-1008</p>
lächeln	Umfasst alle Textstellen, die beschreiben, dass auf einem BeReal Post gelächelt wird, um eine freundliche oder ähnlich positive Selbstpräsentation auf BeReal zu zeigen.	„Ja, meistens versuche ich irgendwie zu lächeln (lacht) (...)“ Interview 6, Z. 101
wiederholt	Umfasst alle Textstellen, die beschreiben, dass ein BeReal Foto wiederholt wurde.	<p>„(...) ich wiederhole generell auch manchmal meine BeReals, wenn ich einfach, also wenn ich einfach nicht so, wenn ich einfach, entweder verschwommen bin, oder ich mir denke, nein das ist mir jetzt wirklich zu hässlich (...)“ Interview 3, Z. 532-534</p> <p>„(...) wenn man halt jetzt nicht so den besten Body Image Day hat (lacht), und man macht eines, und man denkt sich, nein das geht gar nicht, und dann macht man es noch einmal, und beim zweiten Mal, denke ich mir dann auch, nein das geht noch immer nicht, dann mache ich gar keines lieber.“ Interview 5, Z. 813-816</p>
nicht sich selbst gezeigt	Umfasst alle Textstellen, die beschreiben, dass Nutzer:innen sich nicht selbst auf einem BeReal Post gezeigt haben.	„Ich weiß, dass ich immer meinen Hund hergenommen habe, wenn ich absolut gar keine Lust hatte für ein BeReal selbst, habe ich zwei Fotos vom Hund

		gemacht (lacht).“ Interview 10, Z. 36-38
kein Posten	Umfasst alle Textstellen, die Situationen oder Gründe beschreiben, kein BeReal zu posten.	<p>„Also bei mir ist die Grenze da, wenn ich wirklich einfach gerade voll genervt bin, abgefickt bin, einfach komplett reizüberflutet bin, da ist bei mir die Grenze, dass ich einfach sage, boa, dieses BeReal ist mir eigentlich so egal, das mache ich jetzt nicht.“ Interview 1, Z. 261-263</p> <p>„wenn ich mit Leuten unterwegs bin, die ich jetzt nicht so gut kenne, würde ich nicht sagen, machen wir jetzt ein BeReal (...)“ Interview 9, Z. 271-272</p>
Verhalten gegenüber Freund:innen	Umfasst alle Textstellen, die Reaktionen in der App gegenüber Freund:innen auf BeReal beschreiben.	
Positivity Bias	Umfasst alle Textstellen, die eine Reaktion auf besondere, positive oder interessante Inhalte auf Posts von Freund:innen oder keine Reaktion auf unangemessene Inhalte beschreiben.	<p>„Wobei eigentlich passt das gar nicht dazu, weil ich mir gerade gedacht, so, nervt mich, also ich glaube, da reagiere ich dann eher nicht, sondern eher, eher bei positiven Momenten, weil das sind ja auch zwei Zeichen, die eher für positive Momente zum Reagieren passen.“ Interview 4, Z. 380-383</p> <p>„Wenn, zum Beispiel, jetzt irgendwer sein Essen posten würde, dann würde ich zum Beispiel dieses, mit den Herzchenaugen machen, oder wenn irgendwer, wenn irgendwer eine schöne Aussicht hat, weil er gerade irgendwie auf dem Berg ist, würde ich das auch machen (...)“ Interview 9, Z. 389-391</p>
Reaktion als Gegenleistung	Umfasst alle Textstellen, die die Reaktion auf die Posts von Freund:innen auf BeReal als Gegenleistung in Bezug auf ihre Reaktionen auf die eigenen Posts beschreiben.	„Ich bin jetzt nicht so der Größte, der es verwendet, aber ich reagiere vor allem bei all den Freunden, die bei mir immer reagieren. Also das ist mir irgendwie wichtig, weil ich, also meist die Freunde, die

		verwenden dann echt Zeit (...)“ Interview 10, Z. 641-643
eigene wahrgenommene Authentizität	Umfasst alle Textstellen, die die Wahrnehmung zur eigenen Authentizität beinhalten.	
kuratiert	Umfasst alle Textstellen, die die Wahrnehmung der eigenen Authentizität als kuratiert beschreiben. Die Beschreibung einer möglichst positiven Darstellung fällt ebenfalls unter diese Kategorie.	„Also wenn ich jetzt so ganz fertig in meinem Bett liegen würde (räuspert sich), also, für das bin ich, glaube ich, nicht real genug (lacht) (...)“ Interview 5, Z. 43-44  „(...) ich drucke nicht einfach nur ab, sondern schaue schon, okay, welches Licht, welcher Winkel (...)“ Interview 7, Z. 795-796
authentisch	Umfasst alle Textstellen, die die Wahrnehmung der eigenen Authentizität als authentisch beschreiben.	„Ich finde, ich bin einfach real, weil ich jetzt nichts, ich verstelle mich ja nicht, wenn ich es mache, und es ist einfach mein Tag, ein Moment von meinem Tag.“ Interview 3, Z. 626-628
wahrgenommene Authentizität von Freund:innen	Umfasst alle Textstellen, die die Wahrnehmung der Authentizität von Freund:innen auf BeReal beinhalten. Auch Vergleiche zu den Freund:innen werden in diese Kategorie gezählt.	
Positivity Bias	Umfasst alle Textstellen, die die Posts oder die Bildunterschriften von Freund:innen als lustig oder schön oder sonst positiv beschreiben.	„Ich finde, den perfekten BeReal Post on time, wäre finde ich, wenn man, unterwegs ist mit Leuten, oder auch wenn man zu Hause ist, einfach mit Leuten umgeben, die man einfach, wo man weiß, die sind voll gut befreundet, oder die sind einfach, die haben gerade eine richtig schöne Zeit (...)“ Interview 3, Z. 793-795
Kontextabhängige Authentizitätswahrnehmung	Umfasst alle Textstellen, die die Wahrnehmung der Authentizität von Freund:innen auf BeReal als entweder authentisch oder kuratiert beschreiben.	
kuratiert	Umfasst alle Textstellen, die die Authentizität von Freund:innen auf BeReal als kuratiert einordnen.	„Also es war schon nett, aber das war, da hat man schon gemerkt, dass sie sich irgendwie ein schönes Platzerl ausgesucht hat, wo sie das dann gemacht hat.“ Interview 8, Z. 322-324



		<p>„(...) ich finde halt, die Leute warten halt eben wie gesagt auf coole Momente, aber darum geht es ja nicht, es geht ja darum, dass du halt authentisch bist eigentlich (...)“ Interview 9, Z. 464-466</p>
authentisch	Umfasst alle Textstellen, die die Authentizität von Freund:innen auf BeReal als authentisch einordnen.	<p>„(...) eigentlich durch die Bank, also es ist jetzt keine, wo ich mir, oder kein Freund dabei, wo ich mir denke so ja, du machst es jedes Mal nur dann, wenn du etwas zu zeigen hast, sondern wie gesagt, manchmal ist es wirklich in der Küche, manchmal im Bett, manchmal beim Fortgehen und alles gemischt.“ Interview 7, Z. 975-978</p> <p>„(...) natürlich gibt es da, ich glaube schon, eine Freundin oder so, die wirklich tagtäglich postet und gefühlt auch immer sehr pünktlich postet und die ist dann schon natürlich beim, beim Kochen oder beim, einfach am Abend im Bett oder so, aber sehr viel aus dem Alltag.“ Interview 8, Z. 316-319</p>
sozialer Vergleich	Umfasst alle Textstellen, die einen Vergleich zu den Freund:innen auf BeReal bezogen auf die Posts, die Darstellung oder allgemein Interesse an den Posts von anderen beschreibt.	<p>„Also wenn ich jetzt selbst seit einer Woche nur, weiß ich nicht, ich war einmal so extrem krank jetzt im September, wo ich wirklich mal eine Woche nur gelegen bin, und dann waren halt irgendwelche anderen, da, da war eine in Kopenhagen oder so, da habe ich mir schon gedacht, okay, ich wäre jetzt eigentlich auch gerne in Kopenhagen, aber ich freue mich eher für meine Freunde, weil ich habe da ja wirklich nur Leute, wo ich weiß, okay, wie schaut es wirklich aus bei denen, also, kann ich, da kann ich das einschätzen, ob das jetzt wirklich so cool ist, wie es jetzt da aussieht. Ja, aber ich glaube, wie auf jeder Social Media Plattform vergleicht man sich trotzdem ein bisschen. Ich</p>

		<p>glaube, das ist nicht, nicht vermeidbar irgendwie, das lässt sich nicht vermeiden.“ Interview 1, Z. 415-423</p> <p>„Also manchmal habe ich mir dann schon gedacht, boa (lacht), die ist halt immer unterwegs und so, und ich liege jetzt da im Bett und mache nichts. Ja, ich habe mir manchmal schon so gedacht, so hmm (lacht).“ Interview 6, Z. 824-826</p>
Erleben von BeReal	Umfasst alle Textstellen, die das Erleben, Meinungen oder Wahrnehmungen zu BeReal und seinen Features beinhalten.	
BeReal stresst nicht	Umfasst alle Textstellen, die das Erleben von BeReal als nicht stressig beschreiben. Werden Features von BeReal als egal wahrgenommen, werden die Textstellen ebenfalls dieser Kategorie eingeordnet.	<p>„(...) aber bei mir ist es echt oft einfach, dass ich mein Handy zu der Zeit nicht bei mir habe, das heißt, dann verpasse ich diese zwei Minuten sowieso, und dann denke ich mir oft schon, ist eh egal, dann mache ich es halt irgendwann später.“ Interview 4, Z. 40-42</p> <p>„Aber, also ich mache, nehme meistens einfach den ersten Versuch, aber, wenn es jetzt der Zweite wäre, wäre es auch okay.“ Interview 9, Z. 708-710</p>
BeReal positiv	Umfasst alle Textstellen, die positive oder befürwortende Wahrnehmungen zu BeReal und seinen Features beinhalten.	<p>„Ich glaube, was BeReal so nett macht, ist irgendwie, dass, auch wenn es, wenn man ein bisschen Wert legt darauf, was die anderen machen, so, dass es nicht ganz so oberflächlich ist, wie Insta.“ Interview 1, Z. 674-676</p> <p>„Also ich finde es cool, dass man sieht eigentlich, wie oft eine Person das probiert oder macht (...)“ Interview 7, Z. 779-780</p>
BeReal als Teil des Alltags	Umfasst alle Textstellen, die BeReal als Teil des Alltags beschreiben.	„Genau, also eigentlich habe ich voll den positiven Bezug, weil es, ja, ich finde, es ist unterhaltsam und irgendwie so ein täglicher Begleiter trotzdem

		mittlerweile.“ Interview 5, Z. 32-34
Erinnerungen wichtig	Umfasst alle Textstellen, die das Erleben zur Memory-Funktion auf BeReal beinhalten.	„(...) die Erinnerungen, oder den Kalender da, einfach, ich, ich finde das irgendwie einfach eine coole Idee, dass man einmal am Tag ein Foto macht (...)“ Interview 3, Z. 662-664
Sinn der App	Umfasst alle Textstellen, die die Wahrnehmung der temporären Authentizität von BeReal als sinnvoll oder dem Sinn entsprechend beinhaltet. Werden neuere Features von BeReal negativ bewertet, wird die Textstelle ebenfalls der Kategorie zugeordnet.	„(...) du hast halt jetzt voll auf den Moment gewartet, dass du halt zeigen kannst, du machst gerade voll etwas Cooles, und ja, ich weiß nicht, das ist halt irgendwie nicht so (lacht) der Sinn, glaube ich, von dem BeReal.“ Interview 6, Z. 794-796  „Und nur, also ich mache es, wenn ich es pünktlich mache, dann mache ich es einfach pünktlich, weil ich mir denke, dafür ist das, also dafür ist es ja gedacht, dass du in dem Moment das zeigst, was du wirklich machst, auch wenn es jetzt nicht so cool ist irgendwie.“ Interview 9, Z. 191-193
BeReal negativ	Umfasst alle Textstellen, die das Erleben von BeReal als negativ entweder direkt oder indirekt beschreiben.	„Ich finde das manchmal mit zwei Minuten, den Zeitrahmen, auch sehr stressig, also keine Ahnung, wenn es fünf Minuten wären, finde ich es auch noch voll im Rahmen.“ Interview 4, Z. 493-494  „(...) wenn man halt jetzt nicht so den besten Body Image Day hat (lacht), und man macht eines, und man denkt sich, nein das geht gar nicht, und dann macht man es noch einmal, und beim zweiten Mal, denke ich mir dann auch, nein das geht noch immer nicht, dann mache ich gar keines lieber. Bevor dann drei dortsteht. Ja (lacht). Also ich finde, da hat schon das Feature, dass man sieht, wie oft man es macht, beeinflusst einen schon.“ Interview 5, Z. 813-817

BeReal als ToDo	Umfasst alle Textstellen, die den BeReal Post als ein ToDo entweder direkt oder indirekt beschreiben.	<p>„(...) eine Freundin von mir, die ist da auch ziemlich, also die macht das eigentlich immer viel zu spät und die ist dann oft der Anstoß, dass ich mir denke, aja, sollte ich eigentlich auch noch machen (lacht).“ Interview 6, Z. 300-302</p> <p>„Ich glaube oft, weil, auch wenn ich es mache, also, wenn ich eines schon gemacht habe, vergesse ich öfter darauf, dass ich noch eines machen könnte, und wenn ich aber noch keines gemacht habe, ist es schon in meinem Kopf so, achja BeReal will ich noch machen.“ Interview 7, Z. 108-111</p>
Druck interessant zu sein	Umfasst alle Textstellen, die das Erleben von BeReal beschreiben und dabei den Druck, interessante Inhalte zu zeigen, entweder direkt oder indirekt beinhalten.	<p>„Manchmal denke ich mir jetzt einfach auch, wenn ich gerade nichts Spannendes mache, ich mache gerade einfach nichts Spannendes und es ist mir auch egal und ich, eigentlich geht es mir auch gar nicht viel, um die Leute, die das sehen, was ich mache, aber, eigentlich geht es meistens darum, an was ich mich erinnern will, und dann kommt die Rebellin in meinem Kopf und sagt, ist ja egal, du hast an dem Tag auch viel nichts gemacht, dann darf ich das auch einmal sehen, und andererseits gibt es dann wieder die Momente, wo ich mir einfach denke, aber ich will mich, dann irgendwie würde ich das gern einfach in dem Kalender drin haben, damit ich es sehe, was ich gemacht habe und warte dann lieber.“ Interview 3, Z. 361-368</p> <p>„Ich glaube, weil man trotzdem oft, wenn man jetzt nur, also ich habe Phasen gehabt, da habe ich wirklich fünf sechs Tage hintereinander nur aus der Uni, aus der Bibliothek ein BeReal gemacht, weil es halt mein Tag war, und dann hast du ein</p>

		<p>Highlight und denkst dir so, boa eigentlich möchte ich den Moment halt trotzdem auch einmal zeigen und nicht nur, dass ich nur lerne oder so (...)"</p> <p>Interview 7, Z. 163-166</p>
--	--	---