

Matthias Johannes Bauer (IST Hochschule für Management)

## Anonymisierung und Hyperlokalität der Studierenden-App „Jodel“. Eine Fallstudie zu Funktionsweise und Anwendungsmöglichkeiten des sozialen Netzwerks

Die Studierenden-App „Jodel“, die sich selbst als „hyperlokale Community“ bezeichnet, wurde im Jahr 2014 in Deutschland gegründet. Sie verzeichnete schnell einen starken Boom sowohl hinsichtlich der Nutzerzahlen als auch der Anzahl der täglichen Posts (der so genannten Jodel). Die Anwendung verbindet Nutzerinnen und Nutzer in Echtzeit mit Menschen aus deren unmittelbarer Umgebung. Zwei Charakteristika sind für diese App maßgeblich: die bereits angeklungene, auf GPS-Erfassung der Endgeräte basierende Hyperlokalität und die Tatsache, dass sich Userinnen und User in diesem Netzwerk völlig anonym bewegen. Ihnen allen ermöglicht die Anwendung, anonymisiert Beiträge zu posten, die in einem Radius von zehn Kilometern anderen Nutzerinnen und Nutzern angezeigt werden.

Posts können entweder ein (ähnlich wie bei Twitter in der Länge beschränkter) Text oder ein Bild mit kurzem Kommentar sein. Innerhalb der Bilder-Feeds werden vereinzelt Werbeanzeigen eingespielt, die für die studentische Zielgruppe relevant sind; nach Angaben des Unternehmens wird hiermit eine erste Monetarisierung der kostenlosen App erreicht. Abseits der Werbung können Beiträge von den Userinnen und Usern positiv oder negativ bewertet und kommentiert werden. Hashtags (meist drei davon) werden zur Verstärkung und Wiederauffindbarkeit genutzt. So genannte Channels strukturieren Bereiche für Beiträge zu bestimmten Themen.

Nutzerinnen und Nutzer müssen sich für die Benutzung der App nicht registrieren, da alle Posts und Kommentare ohnehin anonymisiert erfolgen. Vernetzung und Anonymisierung – was auf den ersten Blick wie ein offensichtlicher Widerspruch klingt, ist vor dem Hintergrund des Phänomens der De-Individuation innerhalb Social Media hier offensichtlich ein Erfolgsmodell. Dies, so mag man meinen, könnte für bestimmte, auf Diskretion setzende oder von ihnen abhängige Branchen (wie beispielsweise der medizinischen Versorgung oder psychosozialen Beratungen) von hoher Relevanz und von besonders großem Interesse sein, ist es aber nicht.

Der Beitrag zeigt anhand der digitalen Kommunikation von Studierendenwerken, wo die Möglichkeiten, aber auch die Grenzen von hyperlokalen, anonymisierenden sozialen Netzwerken liegen. Die Jodel-App als Kommunikationskanal zu den Studierenden – der Nutzergruppe des Jodel-Netzwerks und gleichzeitig der Zielgruppe der Studierendenwerke – wird so gut wie nicht genutzt. Gründe dafür zeigt die Studie, in die die digitale Kommunikation von 58 Studierendenwerken in Deutschland einschließlich rund 20 kurzer, qualitativer Rückmeldungen zur Jodel-Nutzung eingegangen sind.