

# Die Schönheit schmutziger

Küche, Schreibtisch und Klo: im neuen sozialen Medium Be Real bekommt man vor allem Alltag zu sehen. So soll eine Gegenbewegung zum Hochglanz-Leben auf Instagram entstehen. Ganz echt ist aber auch hier nicht alles.

TEXT: ANNA HASELWANTER



- 1 Die Schönheit des Alltags: Statt inszenierten Szenen gibt es auf dieser App Fotos vom Umzug
- 2 Getreu dem Motto „Picture or it didn't happen“ hat dieser User schnell ein Foto seines Küchenbrands online gestellt.
- 3 Der Großteil der Beiträge ist aber Alltag – oft direkt aus den Klassenzimmern.

FOTOS: UNSPLASH.COM, BE-REAL, TWITTER, iStock

Anna funktioniert schon mal nicht. Auch nicht mit allen möglichen vor- und nachgestellten Ziffern oder wild zusammengewürfelten Satzzeichen. „Tut uns leid, dieser Name ist schon vergeben“, steht in roten Lettern auf dem schwarzen Display. Ich werfe die Nerven weg, es wird: „bhgftkl“ – meinen echten Namen will man nicht. „Real is rare“ – oder zu Deutsch: Echt sein ist eben selten.

Doch gerade das soll man hier doch sein: authentisch. Die neue App Be Real (zu Deutsch: Sei echt) will, dass die Menschen Fotos von sich ins Netz stellen, ohne lange zu überlegen. Ungeschönt und ungestellt. Es soll nichts Geringeres als die Authentizität in die sozialen Medien einziehen. Damit das funktioniert, kommt jeden Tag zu einer anderen Uhrzeit eine Aufforderung, „real zu sein“. Zwei Minuten hat man dann, um ein Foto zu posten, ganz gleich, wo man gerade ist oder was man macht. In weißen Ziffern zählt der Countdown hinunter. Drückt man den Kamera-Knopf, werden Front- und Rückkamera gleichzeitig ausgelöst. Es entsteht ein großes Bild der Umgebung, das eigene Gesicht klein hineingeschnitten.

Küche, Bad, Schreibtisch, Bus: Das Netzwerk ist voll mit schnödem Alltag – und der scheint zu faszinieren. Be Real führt seit einiger Zeit die Downloadlisten von kostenlosen Apps in Österreich, Deutschland und den USA

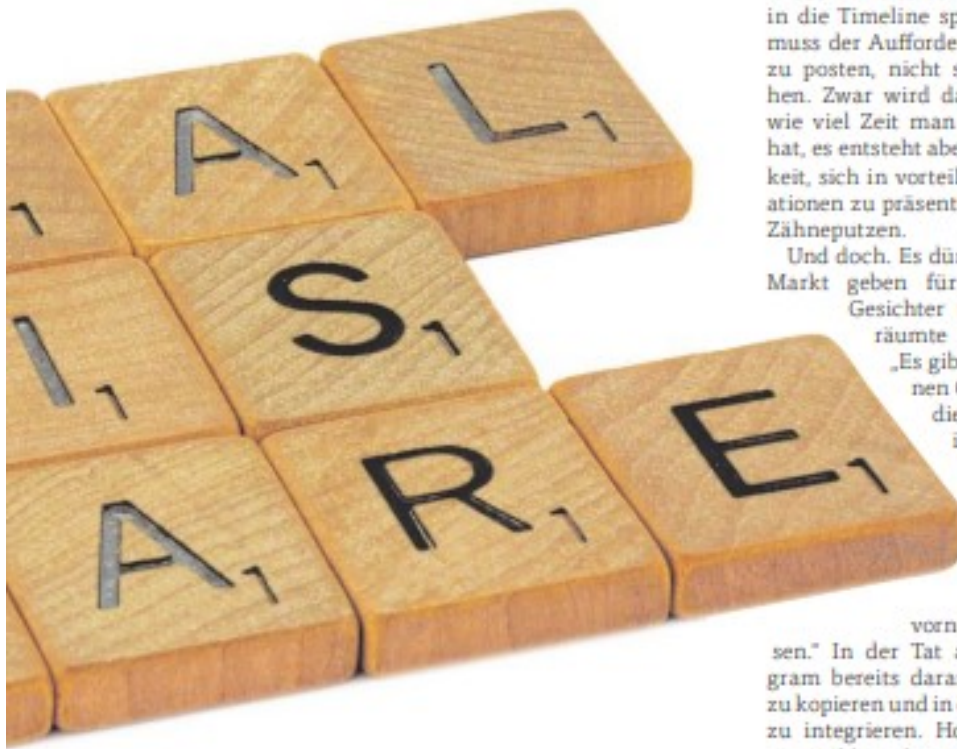


an. Die neue Plattform scheint ein steigendes Bedürfnis nach Authentizität zu bedienen – und erinnert an die Anfänge der sozialen Medien, als man das eigene Privatleben noch ungeniert und ungeschönt zur Schau stellte.

Aber zum Anfang. Also zum echten: „Schon in der Steinzeit stellten sich die Menschen mittels Höhlenmalereien selbst dar“, sagt Ines Gstrein, Vorsitzende des Tiroler Landesverbands für Psychotherapie. Wie wir uns anziehen, die Haare tragen, all das sei „unsere Darstellung für die Welt“ und daran sei per se auch nichts Schlechtes. Aber wie bei so vielem mache „die Dosis das Gift“, sagt Gstrein. Die gängigen sozialen Medien „haben mit sozialer



# Schreibtische



Begegnung ja längst nichts mehr zu tun". Algorithmen erkennen, was man fühlt, bestimmen, was man sieht. Werbung, Influencer, falscher Glamour.

Die „Menschen merken zunehmend, das ist zu viel“, sagt Gstrein. Vor allem bei jungen Frauen kann Instagram zu Depressionen und Angstzuständen führen. Das hat sogar der Konzern selbst festgestellt. Im Vorjahr hat das *Wall Street Journal* eine Studie veröffentlicht, in der Meta – die Dachmarke von Facebook und Instagram – feststellt, dass „wir das Körperbild bei einem von drei Mädchen im Teenageralter verschlechtern“. Im Übrigen „auch von Männern“, sagt Zukunftsforscher Tristan Horx, „über die wird bisher nur nicht gesprochen“. Die

ständigen Vergleiche mit vermeintlich schönerem Leben haben also das Potenzial, krank zu machen. Ganz in echt.

Dann also lieber Küche und Klo? „Als Gegenbewegung zu den überfrachteten Apps scheint das zu funktionieren“, sagt Gstrein. Denn anders als auf Facebook und Instagram gebe es hier auch „einen Anfang und ein Ende, anstatt des ewigen Scrollens“ – denn man kann die Beiträge der Freunde erst sehen, wenn man selbst ein Bild hochlädt. Ein weiterer Effekt davon: „Es gibt ein Gleichgewicht“, so die Psychotherapeutin, „wer etwas sehen will, muss auch selbst etwas preisgeben“. Geteilt wird nur mit Menschen aus der eigenen Kontaktliste. Es sehen also nur die Freunde, wie man verschwitzt und genervt vom Einkaufen heimkommt.

Einzig: Es gibt auch hier einen „Discovery-Button“, der einem wieder Inhalte von Wildfremden in die Timeline spült. Und man muss der Aufforderung, ein Foto zu posten, nicht sofort nachgehen. Zwar wird dann vermerkt, wie viel Zeit man sich gelassen hat, es entsteht aber die Möglichkeit, sich in vorteilhafteren Situationen zu präsentieren als beim Zähneputzen.

Und doch. Es dürfte also einen Markt geben für verschwitzte Gesichter und unaufgeräumte Schreibtische.

„Es gibt sicherlich einen Gegentrend zu dieser komplett inszenierten Welt“, sagt Horx, „große Konzerne werden eine Kurskorrektur vornehmen müssen.“ In der Tat arbeitet Instagram bereits daran, das System zu kopieren und in die eigene App zu integrieren. Horx sieht eine Entwicklung hin zu mehr Qualität. Also lieber weniger, aber dafür echte Freunde. Auch online.

„Man kann das reale und das digitale Leben ja längst nicht mehr voneinander trennen“, erklärt er, „das eine hat Auswirkungen auf das andere.“ Der Wunsch nach mehr Authentizität werde immer größer. „Es gibt inzwischen mehr als einen idealen Körpertyp, natürliche Schönheit als Gegenpol zur Selbstoptimierung bis zur Unkenntlichkeit.“

Ob sich Be Real per se aber auf Dauer halten kann, sei schwer zu sagen, so der Zukunftsforscher. Sehr viel Alltag kann bisweilen auch sehr langweilig werden. Allerdings: Auf Twitter gibt es einen Account, der sich „Best Bereals“ nennt. Dort werden lustige bis schräge Bilder präsentiert: von Festnahmen bis zu Küchenbränden. Be ein bisschen real. ■

„Es gibt sicher einen Gegentrend zu diesen komplett inszenierten Welten.“

Tristan Horx,  
Zukunftsforscher

„Die gängigen sozialen Medien haben mit sozialer Begegnung ja längst nichts mehr zu tun.“

Ines Gstrein,  
Psychotherapeutin