2021/06 dschungel

https://www.jungle.world/artikel/2021/06/exklusive-echokammer

Bei der App Clubhouse diskutieren die Leute, die eh schon extreme Reichweite haben

Exklusive Echokammer

Von **Andreas Strauch**

Von wegen offene Diskussion: Bei der neuen App Clubhouse sprechen nur diejenigen, die ordentlich Reichweite haben. Das Zuhören gestaltet sich ebenfalls schwierig, denn die App können nur diejenigen nutzen, die eingeladen werden.

Wenn man die neue Social-Media-Plattform Clubhouse in möglichst wenigen Worten beschreiben möchte, könnte man wohl sagen, sie ist eine Mischung aus Radio, Audionachricht und Twitter. In der Tat vereint sie auch viele negative Eigenschaften dieser Medien auf sich. Wie beim Radio sendet sie in Echtzeit, Aufzeichnungen und Wiederholungen sind nicht ohne weiteres vorgesehen – verpasst ist also verpasst. Wie bei Sprachnachrichten in Messengerdiensten gehen die Urheber mit einem Hauch Narzissmus davon aus, jemand werde gerne ihren mehr oder weniger unsortierten Gedanken inklusive aller Hmms und Ähhs zuhören, wenn es vermutlich auch eine kurze Textnachricht getan hätte. Von Twitter wiederum leiht sich Clubhouse einen großen Teil seiner Nutzerschaft: Für so manche Mitteilungsbedürftige sind 280 Zeichen eben doch sehr einschränkend.

> Gefragt ist bei Clubhouse stets der »elevator pitch«: Wer bist du, woher kommst du, was machst du beruflich, was sind deine Visionen, wie willst du die Community verbessern?

Gestartet ist Clubhouse vor einigen Monaten mit Influencern aus der kalifornischen IT- und Unterhaltungsbranche, die dort an »Ted Talks« erinnernde Podiumsdiskussionen digital veranstalteten. In sogenannten Räumen können mehrere zugeschaltete Nutzer miteinander diskutieren. Durch die eingebaute Exklusivität – man benötigt eine Einladung und jeder User kann nur begrenzt weitere Einladungen verschicken, derzeit gerade mal zwei Stück – hat es etwas gedauert, bis Clubhouse bei gewöhnlichen Nutzern, und seit einigen Wochen auch in Deutschland, angekommen ist.

Hierzulande begann die Plattform direkt mit einem kleinen Skandal: Thüringens Ministerpräsident Bodo Ramelow erzählte, wohl etwas überfordert von der Anwendung,

von seiner Gewohnheit, sich während der Ministerpräsidentenkonferenz mit »Candy Crush« – dem dopamintriggernden Handyspielklassiker – abzulenken, und nannte Bundeskanzlerin Angela Merkel verniedlichend »Merkelchen«. Blöd nur für ihn, dass ein Journalist den Auftritt mitschnitt.

Ansonsten tummeln sich auf Clubhouse weitestgehend die, deren Ambitionen groß sind, und die, die unter dem pandemiebedingten Mangel an Paneldiskussionen leiden. Gefragt ist hier stets der elevator pitch: Wer bist du, woher kommst du, was machst du beruflich, was sind deine Visionen, wie willst du die Community verbessern?

Bei solch einem netzwerkgetriebenen Konzept wundert es einen auch nicht, dass die vielfach für ihre Datensammelei kritisierte App nicht nur Mitschnitte der Konversationen speichert, sondern auch Zugriff auf das Telefonbuch der User haben möchte. Die eigenen Kontakte sortiert die Einladungsfunktion sogleich nach Wichtigkeit: Wer am häufigsten in Telefonbüchern anderer Nutzer auftaucht, wird ganz oben angezeigt, komplett mit der Zahl möglicher Kontakte auf Clubhouse; so hat man denn auch schnell die Freunde identifiziert, die im Medien- und Politestablishment gut vernetzt sind. Den Rest seines Publikums holt man sich, indem man Instagram und Twitter in sein Profil integriert – die Plattform sieht sich eher als Erweiterung der bestehenden Netzwerke und weniger als deren Konkurrenz.

Die Nutzer organisieren sich auf Clubhouse in den erwähnten Räumen, in denen die tatsächlichen Konversationen stattfinden, und in sogenannten Clubs, also Interessengemeinschaften, die Räume organisieren und bestimmte Redeveranstaltungen anbieten. Die meisten Clubs folgen dem Prinzip der Exklusivität und müssen Nutzer erst aufnehmen. Eine Entscheidung, die wegen der rudimentären Ausgestaltung der Nutzerprofile fast schon absurd wirkt, denn Indikatoren der Aktivitäten eines Nutzers gibt es bis auf einen kurzen Profiltext nicht. Auch Institutionen und Organisationen sind auf Clubhouse weniger stark vertreten, im Fokus steht das redende Individuum.

Wenig verwunderlich ist daher, dass die Aufmerksamkeit eigentlich genauso verteilt wird wie auf schon länger bestehenden Plattformen. Wer auf Twitter Zigtausende Follower hat, wird sie auch hier haben, auch ohne regelmäßige Aktivität. Auf Clubhouse folgt man allerdings keinem Profil, das Rückschlüsse auf vergangene Beiträge zulässt, wie bei Instagram oder Twitter, sondern man folgt auf gut Glück, um der entsprechenden Person eventuell einmal live zuzuhören.

So benutzt man in all der Verwirrung eine Plattform frei von Redaktion, frei von bleibenden, aufeinander aufbauenden Beiträgen, frei von Indikatoren, an denen man die Qualität oder schlicht die Fakten von Redebeiträgen überprüfen könnte, und hört denen zu, die ohnehin schon am meisten reden. Der Galerist Johann König und die Kuratorin Anika Meier reden über Kunst, Dunja Hayali und Christian Lindner über Politik, der Finanz- und Selfmade-Guru Naval Ravikant philosophiert über das Leben (und über den Plattformkapitalismus) und ein spontaner Redeauftritt des Großunternehmers Elon Musk erzielt erstmals die maximale Teilnehmerzahl von 5 000 Personen, was sich kaum anders erklären lässt als durch die radikale Hingabe der Clubhouse-Entwickler an das Konzept der Exklusivität.

Das eingebaute Werkzeug zur Zuhörerbeteiligung – man kann sich still für eine Wortmeldung bewerben – wirkt da fast schon lächerlich ineffektiv und findet deshalb in vielen Konversationen keinerlei Verwendung. Der durchschnittliche Nutzer soll eigentlich nur zuhören, nicht versuchen, sich an einer Diskussion zu beteiligen.

Ähnlich unzureichend ist der Startbildschirm der App, der persönliche Feed. Neben Konversationen von Nutzern, denen man folgt, und solchen, denen andere Nutzer zuhören, gibt es hier nicht viel zu entdecken. Auch der vielversprechende Button »Explore« bringt einem nur eine weitere Form des ewig Gleichen: endlose Chaträume zu den Themen Investment und Selbstvermarktung, dazwischen eine Vielzahl von Ruhe- und Meditationsräumen, so absurd das auf einer Redeplattform auch scheint.

Auch nach einigen Tagen der Nutzung wird das Konzept der Plattform nicht klarer, man fragt sich, ob man Teil eines Experiments der Gründer und Entwickler von Clubhouse ist, wie wörtlich man das Konzept einer Echokammer nehmen kann und wie weit es sich treiben lässt.

Pünktlich zum frühen Morgen findet die Veranstaltung »Morning Meditation« des Clubs »How to Get Rich 101« statt; in einem Raum der Deutschrapszene gibt es Tipps fürs »Wake and Bake«, also das sofortige Rauchen eines Joints nach dem Aufwachen, auch über die besten arabischen Restaurants in Berlin tauscht man sich aus – jeder für sich in seiner Blase.

Bei »Mittag im Regierungsviertel« kommt der Nachwuchs des politischen Establishments zusammen, um über den ominösen, ach so unverständlichen und vor allem beängstigenden Aufstieg des Rechtspopulismus zu reden. Man würde gerne die Wortmeldung beisteuern, dass sie wohl auch Antworten finden würden, wenn sie im Landkreis Osterzgebirge an die Türen der Menschen klopften. Aber das wäre wohl nicht so gemütlich und öffentlichkeitswirksam wie ein Rederunde in der sicheren Bubble des linksliberalen Online-Milieus.

© Jungle World Verlags GmbH