Andrea Leidinger

Partnersuche im Kontext neuer Medien

Der Einfluss gesellschaftlicher Entwicklungen auf den sozialen Wandel in der Partnersuche

Diplomica Verlag

Leidinger, Andrea: Partnersuche im Kontext neuer Medien: Der Einfluss gesellschaftlicher Entwicklungen auf den sozialen Wandel in der Partnersuche. Hamburg, Diplomica Verlag GmbH 2014

Buch-ISBN: 978-3-95850-619-0
PDF-eBook-ISBN: 978-3-95850-119-5
Druck/Herstellung: Diplomica® Verlag GmbH, Hamburg, 2014

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.d-nb.de abrufbar.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Bearbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden und die Diplomica Verlag GmbH, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Alle Rechte vorbehalten

© Diplomica Verlag GmbH
Hermannstal 119k, 22119 Hamburg
http://www.diplomica-verlag.de, Hamburg 2014
Printed in Germany

„WEIL MANN UND FRAU
SICH VONEINANDER UNTERSCHEIDEN,
SUCHEN SIE SICH MIT LEIDENSCHAFT.“

(Émile Durkheim, 1977, S. 96)

INHALTSVERZEICHNIS

KAPITEL 1 EINFÜHRUNG 3
A AUFBAU DER UNTERSUCHUNG 5
B FORSCHUNGSLEITENDE FRAGESTELLUNGEN 6
C HYPOTHESEN 7
D UNTERSUCHUNGSDESIGN 7
1 DAS FRAGEBOGEN-LAYOUT 11
2 UNTERSUCHUNGSVERLAUF 11

KAPITEL 2 PARTNERWAHL – VON DER ARRANGIERTEN EHE ZUR LIEBESHEIRAT 13
A TYPEN DER PARTNERWAHL 14
B KRITERIEN FREIER PARTNERWAHL 19
C DER EINFLUSS DES BILDUNGSSYSTEMS AUF DIE PARTNERWAHL 20
D THEORIEN ZUR PARTNERWAHL 23
1 ÄHNLICHKEITSHYPOTHESE – GLEICH UND GLEICH GESELLT SICH GERN 24
2 KOMPLEMENTARITÄTS-HYPOTHESE – GEGENSÄTZE ZIEHEN SICH AN 25
3 STIMULUS-WERTHALTUNGS-ROLLENTHEORIE DER PARTNERWAHL 26
4 DIE OBJEKTWAHL NACH FREUD 27
5 DIE „EHELICHE“ OBJEKTWAHL NACH LEMAIRE 28
6 PARTNERWAHL UND EINSPIELEN DER KOLLUSIONNACH WILLI 29
E PHYSISCHE ATTRAKTIVITÄT 30

KAPITEL 3 PARTNERSCHAFT, FAMILIE UND EHE IM WANDEL DER ZEIT 31
A PARTNERSCHAFT 32
B FAMILIE 33
1 EINTEILUNG VON FAMILIE NACH DER HERKUNFT 33
2 EINTEILUNG VON FAMILIE NACH DEM BERUF 33

KAPITEL 4 SOZIOLOGIE DER ZWEIERBEZIEHUNG 46
A PARTNERSCHAFT ALS FORSCHUNGSGEGENSTAND 46
B FORMEN VON ZWEIERBEZIEHUNGEN 48
C SINGLE 51

KAPITEL 5 DAS LEBEN ALS SINGLE 52

KAPITEL 6 AUFBAUPHASE EINER ZWEIERBEZIEHUNG 56
A AUSGANGSKONSTELLATIONEN 57
B ERSTBEGEGNUNGEN 58
C BEZIEHUNGSAUFBAU ALS PROZESS 60
D KULTURELLE GRUNDLAGEN UND SOZIALE RAHMENBEDINGUNGEN 61

KAPITEL 7 PARTNERSUCHE IM MEDIENZEITALTER 65
A DIE SENDUNG „BAUER SUCHT FRAU“ 66
B DER DAUERBRENNER UNTER DEN KUPPELSHOWS – „HERZBLATT“ (ENDE DER SENDUNG: 2005) 68
C „HERZFLIMMERN“ BEI RADIO ARABELLA 71
D „LIEBESG’SCHICHTEN UND HEIRATSSACHEN“ IM ORF 71
E „NADINE TRAUT SICH“ AUF ATV 74
F „SINGLE-MILLIONENSHOW“ IM ORF 74
G „VERLIEBT IN EINE FAMILIE“ AUF ATV 74
H RESÜMEE 75

KAPITEL 8 DAS INTERNET 77
A DIE ENTWICKLUNG DES INTERNET 77

KAPITEL 9 PARTNERSUCHE MITTELS COMPUTER 79
A ALLGEMEINES 79
B ROMANTISCHE BEZIEHUNGEN IM NETZ 80
C ENTWICKLUNG DER SINGLEBÖRSEN UND INTERNET-PARTNERAGENTUREN 81
1 PARSHIP 82
2 ELITEPARTNER 85
3 VOR- UND NACHTEILE VON ONLINE-PARTNERAGENTUREN 86
4 VOR- UND NACHTEILE VON SINGLEBÖRSEN 87
5 DER TEST IN DER SENDUNG „HELP-TV“ 87
D KOMMUNIKATION IM INTERNET 88
E DER RUF VON PARTNERVERMITTLUNGSINSTITUTEN 89
F SCHRITT FÜR SCHRITT ZUM TRAUMMANN / ZUR TRAUMFRAU 91
G ERLEBNISSE BEI DER PARTNERSUCHE IM INTERNET 94
H BEANTWORTUNG DER HYPOTHESEN 98

KAPITEL 10 ZUSAMMENFASSUNG UND GESAMTRESÜMEE 107

KAPITEL 11 ANHANG 114
A. FRAGEBOGEN 114
B. TABELLEN- UND ABBILDUNGSVERZEICHNIS 123
C. LITERATURLISTE 124

Kapitel 1
EINFÜHRUNG

„ES IST NICHT GUT, DASS DER MENSCH ALLEIN BLEIBT."
Altes Testament

Warum suchen viele Menschen ihr Leben lang die Gegenwart eines anderen Menschen? Die menschliche Natur ist so entwickelt, dass wir nur dann eine Überlebenschance haben, wenn Mann und Frau sich vereinigen und für Nachkommen sorgen. Ist dies nicht der Fall, würden wir eines Tages aussterben.

Fast jeder von uns braucht zu bestimmten Zeiten und aus bestimmten Gründen andere Personen um sich. Wir sind soziale Wesen und die Gegenwart anderer kann von entscheidender Bedeutung sein, vor allem dann, wenn wir in Notlagen mit Stress und Krankheit konfrontiert sind. Daher nehmen viele eine Ehe in Kauf, obwohl diese meist auf ein Niveau von »Freundschaft« oder »Wohngemeinschaft« gesunken ist, nur um nicht alleine zu sein. Eine gewisse »Auszeit« kann ja ganz gut tun, aber wenn Menschen zu lange alleine sind, werden die meisten oft eigensinnig und dann wird es mit der Zeit immer schwieriger mit anderen zusammenzuleben.

Immer häufiger sind es Frauen, die mit der Verwirklichung ihrer Eigenständigkeit (Karriere und Beruf nehmen einen entscheidenden Platz im Leben dieser Frauen ein) aus den traditionellen Rollenmustern einer »Frau mit Ehemann und Kind(er)« ausbrechen und auf diesem Weg versuchen, einen hohen Grad an Selbstverwirklichung zu erreichen. Die Suche nach alternativen Lebensformen führt für viele zu einem Leben ohne Partner, da es vielen Männern noch immer schwer fällt, die Selbstständigkeit von Frauen zu akzeptieren, und es ist zu vermuten, dass diese Zahl in den nächsten Jahren noch ansteigen wird. Die herkömmliche Familie wird immer seltener, die Scheidungsrate ist auf einer

Rekordhöhe und die Patchworkfamilie [1] wird wohl zur Familienform der Zukunft werden.

Faktoren für diesen Trend sind neben dem Anstieg der Frauenerwerbstätigkeit auch die Verbesserung der Ausbildungssysteme, die es den Frauen ermöglichen im Falle einer Scheidung auch ohne Gehalt des Ehemannes leben zu können. Die Frauen früherer Generationen hatten gar keine andere Wahl als eine Ehe, um nicht bis an ihr Lebensende von den finanziellen Zuwendungen ihrer Eltern und Brüder abhängig sein zu müssen. Dennoch ist und bleibt die Familie eine beständige Institution der Gesellschaft, an der sich das weitere Leben ausrichtet, wo der Sozialisationsprozess [2] der Kinder stattfindet, wo die Menschen – in den meisten Fällen – Wärme, Geborgenheit und Liebe erhalten. Was sich im Laufe der Jahrzehnte geändert hat ist die Form des Zusammenlebens, wobei natürlich einen nicht unbeträchtlichen Einfluss auch die beiden Weltkriege im vergangenen Jahrhundert hatten, die ganz entschieden in die Lebensplanungen einer ganzen Generation eingriffen.

Im Laufe der Jahrhunderte hat sich das Heiratsverhalten sehr stark verändert. Spielten früher Besitz und Vermögen bei der Partnersuche eine entscheidende Rolle ist dies selbst in Königshäusern und Adelsfamilien oder bei vermögenden Konzernchefs immer weniger von Bedeutung. Auch die Formen der Partnersuche und die Wahl des »passenden« Heiratskandidaten haben sich stark gewandelt.

Im Zeitalter der modernen Kommunikation ergreifen die Heiratswilligen selbst die Initiative auf der Suche nach »Mr. Right« bzw »Mrs. Forever«. Und den vielfältigen Ideen sind dabei keine Grenzen gesetzt - Blind-Date-Partys, Tanzkurse und Bälle speziell für Singles, Astrosingletreffs, Platzkarten im Zug als Flirtticket [3], Chatten [4] in Internetforen, Partnersuche in Singlebörsen und

---

[1] Wenn zwei Ehepartner bereits Kinder aus früheren Beziehungen in eine Ehe mitbringen und somit die Kinder zu MEINE, DEINE und UNSERE werden.

[2] Prozess und Ergebnis des „Sozialwerdens“, d.h. die Vermittlung eines gesellschaftlichen Normen- und Wertsystems (Kultur). Im Unterschied zur Erziehung umfasst Sozialisation alle Prozesse, die geeignet sind, das „soziale Wesen“ (handlungsfähige sozio-kulturelle Persönlichkeiten) zu schaffen. (Der große Brockhaus, Band 20)

[3] Leider ist über diese Aktion der ÖBB kein Datenmaterial mehr verfügbar.

Zeitschriften sowie Partnervermittlung im Fernsehen und im Internet. Einen nicht unwesentlichen Einfluss hatte dabei sicher die Entwicklung des Internets. Wurde dieses einst entwickelt um im Falle eines Krieges die Kommunikation zu sichern ist es heute ein weltumspannendes Datennetz und ein weit verbreitetes Kommunikationsmittel geworden.

A AUFBAU DER UNTERSUCHUNG

Sehr viele Forscher beschäftigen sich damit, *warum* eine Partnerschaft, eine Ehe oder eine Beziehung *scheitert* und weniger damit, *wie* sie *zustande kommt*. Natürlich war die Partnerwahl früher ganz anders als heute; interessant ist jedoch, welchen Einfluss die Entwicklung der Gesellschaft auf die Partnerwahl hatte und auch heute noch immer hat.

Der Fortschritt kann als eine Vermehrung von Erkenntnissen – sowohl positiv als auch negativ – angesehen werden, wie eine Leiter, auf der wir Sprosse für Sprosse nach oben steigen. Erfindungen haben uns das Leben erleichtert, z.B. Sprache, Schrift, Buchdruck, Elektrizität, Telefon und Computer. Die Sinnfrage in der Forschung stellt sich dann, wenn z.B. Unsummen für die Raumfahrt ausgegeben werden wo es auf der Welt Armut, Hunger und Elend gibt. Manche Erfindungen, die zu Beginn als großer Nutzen gesehen wurden, entpuppten sich letztendlich als großer Schaden für die Menschen, siehe Atomforschung.

Das Fernsehen bringt uns die große, weite Welt ins Wohnzimmer, das heutige Massenangebot an Fernsehkanälen und Sattelitenprogrammen wird jedoch immer mehr zum Problemfall unserer Gesellschaft. War es vor Jahrzehnten schon eine Errungenschaft überhaupt einen Fernseher zu besitzen gibt es in sehr vielen Haushalten heute 20 und mehr Programme – und das meist rund um die Uhr. Die Flut an Talkshows ersetzt den Arzt, den Freund oder sonstige Gesprächspartner. Probleme werden nicht mehr im intimen Kreis diskutiert sondern in der breiten Öffentlichkeit. Selbst die sehr privaten Probleme werden

---

[4] Chatrooms sind virtuelle Plauderecken im Internet, in denen gechattet wird. Per Konferenzschaltung kann mit beliebig vielen anderen Chattern live kommuniziert werden. Dass es dabei gesittet zugeht regelt die Chattiquette, das Anstandsreglement des Chats, eine Liste mit Tipps für angemessenes Benehmen beim Chatten. (vgl. Das neue Trendwörter-Lexikon, S.33)

in Millionen Haushalte transportiert und dabei werden intimste Einzelheiten offenbart. Kein Wunder, dass auch die Partnersuche sich diesem Trend angepasst hat und zu einer »öffentlichen« Angelegenheit wurde.

Natürlich war eine „Kupplerin“ früher auch nicht im Geheimen tätig, doch Fernsehsendungen wie „Liebesg´schichten und Heiratssachen“ haben annähernd 1 Million Zuseher. Heiratsinstitute wurden meist heimlich aufgesucht, denn vielen war es peinlich, auf Hilfe bei der Partnersuche angewiesen zu sein. Das ist heute anscheinend nicht mehr der Fall – Partnersuche wurde zu einer Show.

Warum verwenden Partnersuchende gerade eines dieser sehr öffentlichen Medien wie Fernsehen, Internet oder Illustrierte und nicht herkömmliche Partnerinstitute oder die sehr altmodische Form der Heiratsannonce oder vertrauen ganz einfach auf das Schicksal?

In den ersten Kapiteln (Kapitel 2 bis 6) wird die Partnersuche von der Vergangenheit bis zur Gegenwart beschrieben. Dabei wurde das Thema »Partnerschaft« aus dem Blickwinkel der Soziologen, aber auch der Psychologen betrachtet.

Von modernen Partnersuchformen in den Medien handelt Kapitel 7 und in den anschließenden beiden Kapiteln gilt das Augenmerk dem Internet und der Partnersuche mittels Computer.

Die Schlussbetrachtung in Kapitel 10 gibt einen groben Überblick über die Untersuchungsergebnisse sowie ein Abschlussresümee.

B FORSCHUNGSLEITENDE FRAGESTELLUNGEN

Warum ist die Partnersuche im Internet so beliebt?

- die Hemmschwelle ist durch den Computer geringer, weil der Erstkontakt mittels E-Mail erfolgt
- Partnersuche ist nicht zeitabhängig, die Suche im Internet kann zu jeder Tageszeit erfolgen (ideal für Stressgeplagte)
- die Auswahl an potentiellen Heiratskandidaten ist im Internet größer als bei herkömmlichen Partnerinstituten oder Annoncen in der Zeitung

- wer sehr oft online ist, ist auch eher bereit, sich einen Partner im Netz zu suchen
- es gibt einen Unterschied gegenüber der Partnersuche im Internet zwischen den Geschlechtern

Besteht ein Unterschied zwischen Partnerinstituten und Online-Partnervermittlungen bzw Singlebörsen?

- aufgrund mancher schwarzer Schafe gelten die herkömmlichen Partnerinstitute als unseriös
- Partnerinstitute sind im Vergleich zum Internet teurer
- die Vorauswahl trifft nicht eine Person des Partnerinstituts sondern ein Computerprogramm
- Singlebörsen werden hauptsächlich von jungen Leuten genutzt

C HYPOTHESEN

H1: „Je häufiger in einer Singlebörse gesucht wird desto größer ist die Zuversicht bei der Partnersuche im Internet einen passenden Partner zu finden oder eine Beziehung einzugehen."

In den Singlebörsen sind mehr Männer registriert als Frauen, daher beziehen sich die folgenden drei Hypothesen auf die Unterschiede zwischen den Geschlechtern:

H2: „Männer sind eher davon überzeugt, ihre zukünftige Partnerin bzw eine Beziehung im Internet zu finden als Frauen."

H3: „Männer betreiben die Partnersuche im Internet intensiver als Frauen."

H4: „Männer sind bei der Erstellung ihrer Profile bei der Online-Partnersuche offensiver als Frauen."

Der Zugang zum Internet ist nicht an einen privaten Internetanschluss gebunden, dies ist auch in einigen öffentlichen Einrichtungen oder Internetcafes möglich:

H5: „Persönliche Erfahrungen bei der Internetpartnersuche werden hauptsächlich vom privaten Internetanschluss durchgeführt."

Wenn die Partnersuche hauptsächlich vom privaten Internetanschluss durchgeführt wird und wenn angenommen wird, dass ältere Personen keinen privaten Internetzugang haben führt dies zur nächsten Hypothese:

H6: „Die Partnersuche im Internet ist hauptsächlich für junge Leute."

D UNTERSUCHUNGSDESIGN

Für die Beantwortung dieser Hypothesen wurde ein Fragebogen verwendet (siehe Anhang, Seite 114). Da der Fokus der Arbeit auf der Partnersuche im

Internet lag, war von Anfang an klar, dass die Befragung auch online erfolgen sollte. Weiters wurden Gespräche mit Personen geführt, die das Internet zur Partnersuche bereits verwendet haben.

Gefunden wurden die Internetadressen für die Fragebogenversendung hauptsächlich auf der Website von www.jobcenter.at/singlebörsen, aber auch in verschiedenen Zeitschriftenartikeln zu diesem Thema und durch Eigenrecherchen.

Repräsentativität ist die grundlegende Eigenschaft von Erhebungen, da sie Aussagen über eine Grundgesamtheit zulassen, somit ein "verkleinertes Abbild der Bevölkerung" darstellen. Hierfür sind die Angabe folgender Charakteristika der Stichprobentechnik und Erhebungsmethode wichtig:

- Die Erhebungsmethode (telefonisch, persönlich, per Post, E-Mail, etc)
- Angabe der Stichprobentechnik (das Auswahlverfahren)
  - Zufallstichprobe (Ausschöpfungsquote)
  - Quotenstichprobe (Quotenmerkmale)
- Zahl der realisierten Elemente (nach Abzug von Verweigerungen)
- Gewichtungsverfahren

Ob eine genügende Genauigkeit erreicht worden ist, kann oft mit einem Vergleich zwischen den geschätzten und bekannten Werten beurteilt werden, z.B. ob Schätzungen von Altersstruktur, Bildungsniveau, Familienstand o.ä. den Ergebnissen amtlicher Veröffentlichungen entsprechen.

Ein Vergleich der Sozialstatistik des Fragebogens mit den Daten des Mikrozensus der Statistik Austria aus dem Jahr 2005 (Quelle: Statistik Austria, http://www.statistik.at/mikrozensus/gratis.shtml, abgefragt am 5.November 2006) ergab folgendes Ergebnis:

Tabelle 1 - Häufigkeit bei Frage 21: Geschlecht

F21 Geschlecht

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	1 männlich	79	54,9	54,9	54,9
	2 weiblich	65	45,1	45,1	100,0
	Gesamt	144	100,0	100,0	

Tabelle 2 – Häufigkeit Geschlecht (Mikrozensus 2005)

BSEX Geschlecht

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	1 Männlich	4841	48,6	48,6	48,6
	2 Weiblich	5112	51,4	51,4	100,0
	Gesamt	9953	100,0	100,0	

Den Fragebogen haben mehr Männer als Frauen ausgefüllt, für die Auswertung ergab dies ein Verhältnis von 55% Männern zu 45% Frauen. Im Vergleich dazu die Daten aus dem Mikrozensus, wo das Verhältnis 48% Männer zu 52% Frauen beträgt.

Tabelle 3 – Häufigkeit bei Frage 22: Familienstand

F22 Familienstand

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	1 ledig	84	58,3	58,3	58,3
	2 verwitwet	1	,7	,7	59,0
	3 verheiratet	35	24,3	24,3	83,3
	4 geschieden	24	16,7	16,7	100,0
	Gesamt	144	100,0	100,0	

Tabelle 4 – Häufigkeit Familienstand (Mikrozensus 2005)

BFST Familienstand

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	1 Ledig	4168	41,9	41,9	41,9
	2 Verheiratet	4565	45,9	45,9	87,7
	3 Verwitwet	641	6,4	6,4	94,2
	4 Geschieden	579	5,8	5,8	100,0
	Gesamt	9953	100,0	100,0	

Die Daten beim Familienstand differieren ganz deutlich, was auch zu erwarten war. Da der Fragebogen die Partnersuche betraf und dies ein Thema ist, das vorwiegend Single betreiben, ist die Gruppe der Verheirateten gegenüber dem Mirkozensus klar unterrepräsentiert (24,3% zu 45,9%).

Tabelle 5 – Häufigkeit bei Frage 20: Alter (kategorisiert)

F20_KAT Alter kategorisiert

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	1 (- 29)	63	43,8	43,8	43,8
	2 (30 - 45)	57	39,6	39,6	83,3
	3 (46 +)	24	16,7	16,7	100,0
	Gesamt	144	100,0	100,0	