

Prof. Dr. Hans-Peter Blossfeld
Andreas Schmitz, M. A.
Dipl.-Soz. Florian Schulz
DFG-Projekt "Prozesse der Partnerwahl bei Online-Kontaktbörsen"
Lehrstuhl für Soziologie I
Otto-Friedrich-Universität Bamberg
Postfach 1549
96045 Bamberg
E-Mail: andreas.schmitz@uni-bamberg.de; florian.schulz@uni-bamberg.de

Vorschlag für eine Ad hoc-Gruppe

"Onlinedating – Neue Wege der Partnerwahl "

für den 34. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Soziologie "Unsichere Zeiten.
Herausforderungen gesellschaftlicher Transformationen", 06. – 10. Oktober 2008 in Jena.

Durch die zunehmende Verbreitung des Internets in vielen Bereichen des alltäglichen Lebens, hat dieses Kommunikationsmedium inzwischen auch dort eine große Bedeutung erlangt, wo es vor einigen Jahren noch undenkbar erschien, nämlich bei der Partnerwahl. Nicht zuletzt aufgrund der vergleichsweise niedrigen Markteintrittsbarrieren ist eine geradezu unüberschaubare Anzahl von Plattformen entstanden, auf denen in Deutschland nach Schätzungen Branchenkundiger mittlerweile rund 6,5 Millionen Menschen nach losen Kontakten, Freundschaften, unverbindlichen sexuellen Abenteuern, festen Partnerschaften, oder explizit nach Ehepartnern suchen.

Verglichen mit "traditionellen" Opportunitätskontexten, wie z. B. dem Bildungssystem oder dem Arbeitsmarkt, hat das Internet die Möglichkeiten und Grenzen der Brautschau in vielerlei Hinsicht verschoben. So sind einerseits die Prozesse des Suchens, Verabredens und Findens von Partner/innen im Internet mit ganz spezifischen Formen von Intimität und Commitment verbunden. Gerade die allemal schon unscharfen Phänomene wie Entscheidungen, Respekt, Loyalität und Vertrauen bekommen durch die eigentümliche Funktionalität des Internets eine ganz neue Bedeutung, die von den Akteuren erst verstanden werden muss um subjektiv angemessen damit umgehen zu können. Darüber hinaus stellt auch die Herausbildung einer virtuellen Grenze zwischen persönlichem Kontakt und der Selbstpräsentation der Akteure die Handelnden vor eine neue Herausforderung. Physischer Kontakt und die enge Erfahrung der Emotionalität des Gegenübers könnte für die Herausbildung von Intimität zwischen zwei Personen an Bedeutung verlieren.

Aus soziologischer Sicht stellt sich daher die Frage, wie intime soziale Beziehungen im Internet, genauer gesagt auf Onlinekontaktbörsen entstehen und wie zwei Akteure auch längerfristig (offline) die neu gestaltete Beziehung aufrechterhalten. Dies wiederum ermöglicht es, Antworten auf die Fragen nach der Produktion neuer und der Reproduktion alter sozialer Ungleichheiten, Machtstrukturen, Institutionen und Normen zu finden. Mehr als das gibt die Analyse des Internets als ein scheinbar idealer Markt im neoklassischen Sinn Aufschluss über Themen wie die Rationalitäten der Suche, die Herausbildung und Veränderung von Präferenzen, oder die Beziehung zwischen Angebot und Nachfrage.

Ziel dieser Ad hoc-Gruppe ist es, empirische und theoretische Zugänge zum Feld des Onlinedatings zu verbinden, um Fragen nach der spezifischen Logik der Marktmechanismen von Datingplattformen, der spezifischen Handlungslogiken der involvierten Akteure und nicht

zuletzt nach der ungleichheitsrelevanten Dimension dieser Form virtueller Intimität nachzugehen. Dabei steht stets die Frage nach den Aspekten im Vordergrund, denen sich die Akteure sicher sein können, oder an welchen Stellen diese neuen Handlungsoptionen die Grenzen sicher geglaubter Prozesse überschreiten.

Die folgenden Fragen stecken das Programm der Fragen ab, die im Rahmen dieser Ad hoc-Gruppe angegangen werden kann:

- Wer nutzt Onlinekontaktbörsen? Wie unterscheidet sich die Nutzerpopulation von der Gesamtbevölkerung und den Internetnutzern.
- Theoretische Grundlagen der Online-Partnerwahl
- Welche theoretischen und methodischen Zugänge sind für die Analyse der Interaktionsprozesse auf Onlinekontaktbörsen geeignet, und wie können diese Konzepte in der empirischen Forschung umgesetzt werden?
- Wie präsentieren sich die Akteure auf Datingplattformen? Welche Strategien der Selbstdarstellung lassen sich identifizieren und wie verändern sich diese Strategien im Verlauf des Suchprozesses?
- Welche Präferenzen haben die Akteure, wie äußern und verändern sich diese und wie kann man sie sinnvoll beobachten, beschreiben, operationalisieren und erforschen?
- Inwiefern lassen sich OKBS ungleichheitshemmende – oder fördernde Auswirkungen zuschreiben?
- Welche Paare "finden" sich über das Internet? Wer kontaktiert wen und wer antwortet auf welche Kontaktierung?
- Wie kann Erfolg bei der Partnersuche im Internet theoretisch konzipiert und empirisch abgebildet werden?