

## Sexuelle Selbstdarstellung im Internet

### Ergebnisse einer Inhaltsanalyse und einer explorativen Befragung zu privaten Websites

Christiane Eichenberg, Nicola Döring

**Übersicht:** Private nichtkommerzielle Websites zu sexuellen Themen bieten die Möglichkeit, sexualbezogene Informationen, Kontaktsuche oder Identitätskonstruktionen selbst bestimmt öffentlich zu gestalten. Diese Optionen sind insbesondere für Personen und Gruppen von Interesse, deren Sexualitäten in den Mainstream-Medien kaum oder in stereotyper bzw. diskriminierender Weise repräsentiert sind. Eine Stichprobe von 300 solcher Websites wurde inhaltsanalytisch ausgewertet. Außerdem wurden 43 deutsch- und englischsprachige Frauen und Männer zu ihren sexualbezogenen Homepages befragt. Es zeigte sich, dass diese Websites gleichermaßen von Männern und Frauen genutzt werden. Frauen wenden sich häufig ausdrücklich an andere Frauen. Homo- und Bisexualität sowie sexuelle Subkulturen waren überproportional repräsentiert. Die Befunde lassen sich aus einer Gender- und Identitäts-Perspektive als Indikatoren für Empowerment und Demarginalisierung interpretieren.

**Schlüsselwörter** Empowerment; Geschlechterrollen; persönliche Homepages; Sexualität im Internet; virtuelle Sex-Kontakte

---

#### Sexualität und Internet – Einleitung und Forschungsstand

Bei neuen Medien führt eine sexuelle Nutzung nicht selten zunächst zu einer Moralpanik. So wurde Anfang der 1990er-Jahre die Verbreitung des Internet mit lautstarken Warnungen vor einem virtuellen Rotlichtbezirk und allgegenwärtiger Cyberpornografie begleitet.

Mit der *Veralltäglicung des Internet* – und damit auch der sexualbezogenen Internet-Nutzung in all ihren Facetten – mehren sich inzwischen die Standpunkte und Studien, die Sexualität im Internet weder pauschal verurteilen noch negieren, sondern differenziert in ihren vielfältigen Erscheinungsformen und Wirkungen beleuchten (vgl. Cooper 2002; Eichen-

berg, in Vorb.). Dabei geht es beispielsweise um Sexuaufklärung und Sexualberatung im Netz (vgl. Hall 2004; Wolz 2002), um die Rezeption von weicher oder harter Cyberpornografie (vgl. Fisher und Barak 2001), um problematische oder pathologische Netzaktivitäten (z. B. „Cybersexsucht“; vgl. Griffiths 2001; Schneider 2000; Schwartz und Southern 2000), um Online-Sexshops, um Diskussions- und Selbsthilfe-Foren zu sexuellen Themen (vgl. Eichenberg 2001), um virtuelle Sex-Kontakte zwischen Liebespartnern oder Unbekannten (vgl. Döring 2003 a).

Diese Untersuchung konzentriert sich auf *nichtkommerzielle sexualbezogene Websites*, also Web-Angebote mit sexuellen Inhalten, die von Privatpersonen betrieben werden und kostenfrei betrachtet werden können. Als theoretischer Hintergrund wird dabei zunächst auf Gender und Identität sowie auf die Medienspezifik des Internet eingegangen und der Gegenstand in die bisherige Homepage-Forschung eingeordnet.

### *Die Gender-Perspektive und Empowerment*

Betrachtet und bewertet man Sexualität im Netz aus der *Gender-Perspektive*, so stehen sich oft zwei konträre Standpunkte gegenüber (vgl. zusammenfassend Döring 2000):

- Die *Viktimisierungs-Perspektive* interpretiert sexuelle Aktivität im Internet als eine heterosexistische Praxis und konzentriert sich auf die Frage, wie Frauen und Mädchen als Individuen und als Gruppe durch Online-Belästigung, virtuelle Vergewaltigung, Cyberuntreue, Cyberprostitution, Cyberpornografie usw. geschädigt werden (z. B. Adams 1996). Aus dieser Perspektive ist es der (heterosexuelle) Mann, der Cybersex sucht und ihn der Netznutzerin direkt oder indirekt aufzwingt.
- Die *Liberalisierungs-Perspektive* dagegen konzentriert sich auf die zahlreichen Vorteile, die computervermittelte Kommunikation Mädchen und Frauen bietet, wenn sie im Netz aktiv sexuelle Informationen, sexuelle Unterhaltung und/oder sexuelle Kontakte suchen (z. B. Semans und Winks 1999): Das Aussehen spielt keine Rolle, es gibt viele Kontakt-, Unterhaltungs- und Informationsmöglichkeiten, Stigmatisierung ist bei Wahrung der Anonymität ausgeschlossen. Die räumliche Distanz zwischen den Beteiligten schützt vor gefährlichen Situationen, außerdem besteht jederzeit die Möglichkeit, die Kommunikation abubrechen. Aus dieser Perspektive können Frauen ihre Sexualitäten im Internet besonders risikolos entfalten und mehr Sex, besseren Sex oder anderen Sex genießen. Eine wichtige Komponente ist die mögliche Lockerung von geschlechtsrollenkongformem Verhalten zugunsten individueller und situativer sexueller Präferenzen, auch solcher jenseits des Mainstream.

Sowohl die Viktimisierungs- als auch die Liberalisierungs-Perspektive sind insofern einseitig, als sie jeweils nur die Extrempunkte einer Skala von Handlungsmöglichkeiten betrachten. Beide Perspektiven lassen sich theoretisch und auf der Basis vorliegender empirischer Befunde in ein *Em-*

*powerment-Modell* integrieren. Dieses versteht Cybersex weder als genuin herrschaftsförmig und sexistisch noch als genuin egalitär und frauenfreundlich, sondern als ein weiteres Aushandlungsfeld sexueller und geschlechtlicher Machtdiskurse (Döring 2000). In Abhängigkeit von den konkreten Teilnehmerkreisen, der Medienkompetenz der Beteiligten und der realweltlichen Einbettung der Online-Kommunikation lassen sich unterschiedliche Freiheitsgrade erschließen (Döring 2003 d).

### *Identität und Demarginalisierung*

Ein anderer Blick auf Sexualität im Netz geht der Frage nach *erwünschter* sowie *unerwünschter* Demarginalisierung nach. Damit ist gemeint, dass durch Publikationen und Foren im Internet Menschen mit sexuellen Einstellungen, Präferenzen oder Identitäten, die nicht dem gesellschaftlichen Mainstream folgen, eine Plattform finden und so mehr Handlungsmacht erlangen. Bei sozialen Gruppen, deren Negativbewertung weithin Konsens ist (z.B. Pädosexuelle), wird eine solche Demarginalisierung als gesellschaftliches Problem betrachtet. Dagegen wird sie bei sozialen Gruppen, die heute in weiten Kreisen als zu Unrecht diskriminiert gelten (z.B. Homosexuelle), für emanzipatorisch gehalten (vgl. Döring 2003 d: 359, 364; McKenna und Bargh 1998). So werden z.B. Lesben- und Schwulen-Chats<sup>1</sup> in der Fachliteratur als identitätsstützende Sozialisationsinstanzen gerade für homosexuelle Jugendliche gewürdigt.

Entgegen den zahlreichen Spekulationen über fiktive *virtuelle Identitäten*, Geschlechterwechsel im Netz und flexible Online-Identitäten zeigt sich empirisch, dass User und Userinnen nicht ständig Maskerade betreiben. Zwar werden einzelne Merkmale zuweilen beschönigt (wie Körpergröße und Alter), doch völlig fiktive Charaktere werden beim Chatten oder auf Homepages in der Regel nicht aufgebaut. Dies wäre mit hohem Aufwand und geringem Nutzen verbunden, schließlich suchen die meisten Netznutzer sozialen Austausch und Akzeptanz im Hinblick auf ihre wirklichen Anliegen und ihre tatsächlichen sexuellen Identitäten.

### *Medienspezifik des Internet*

Medien- bzw. kommunikationswissenschaftlich betrachtet sind die Chancen für Empowerment und Demarginalisierung im Internet auf eine Ausdehnung der kommunikativen Reichweite zurückzuführen: Man kann anonym bleiben, ohne auf Rückkopplung verzichten zu müssen. Im Unterschied zu den klassischen Massenmedien, deren Inhalte von Medienorganisationen produziert und gefiltert werden, erlaubt das Web Einzelpersonen, sich über ihre persönlichen Homepages weitgehend ungefiltert an unterschiedliche Öffentlichkeiten zu wenden und mit ihnen in Kontakt zu treten (über E-Mail, Gästebücher, Foren usw.). Dass im Internet passive

<sup>1</sup> Chats sind zielgruppenspezifische Foren für zeitgleichen Online-Austausch.

Medienrezipienten zu aktiven Medienproduzenten werden und damit in der Netzöffentlichkeit ihre Stimme erheben und Sichtbarkeit erlangen können, ist unstrittig. Dies ist nicht nur im Bereich der Sexualität relevant, sondern auch auf anderen Gebieten wie beispielsweise der Politik. Alvin Cooper (1998) benennt in seinem *Triple-A-Modell* drei Merkmale des Internet, die die sexualbezogene Nutzung besonders fördern, wobei er sich in erster Linie auf die Nutzung von vorhandenen Web-Angeboten bezieht. *Accessibility*, *Affordability* und *Anonymity* reduzieren die Hemmschwelle, sich zu beteiligen, die angesichts andauernder gesellschaftlicher Stigmatisierung bestimmter sexueller Präferenzen auch in Zeiten sexueller Liberalisierung und einer hochgradigen Sexualisierung in den Massenmedien realweltlich in vielen soziokulturellen Kontexten nicht unbeträchtlich ist. Das Triple-A-Modell lässt sich durch ein *Triple-C-Modell* ergänzen, das die Aspekte *Communication*, *Collaboration* und *Community* umfasst und damit die Besonderheiten des Internet als ein interaktives Medium hervorhebt (Döring 2003 c).

#### *Die bisherige Homepage-Forschung*

Die partizipatorischen Publikations- und Diskursmöglichkeiten im Internet sollten freilich nicht – im Sinne etwa einer Entmachtung der Massenmedien – überhöht werden. Nur eine kleine Minderheit von etwa 10% der Internet-UserInnen wird tatsächlich auch zu Internet-PublizistInnen und bietet eigene Homepages an (Döring 2001 b). Hinzu kommt, dass viele persönliche Homepages – im Unterschied etwa zu den Web-Angeboten von Medienorganisationen (z.B. [www.zdf.de](http://www.zdf.de), [www.spiegel.de](http://www.spiegel.de)) – nur sehr eng umgrenzte Personenkreise erreichen (Freunde, Verwandte, Kollegen). Außerdem wird ein nennenswerter Teil der privaten Homepages ohne publizistischen Impetus eingerichtet, etwa um die Technik auszutesten, die eigenen Links zu sammeln oder Kontaktadressen bereitzustellen. Homepages mit elaboriertem Inhalt, die die Betreiberin bzw. den Betreiber repräsentieren sollen, behandeln darüber hinaus nicht immer private bzw. sexuelle Themen. So ist in vielen Berufsgruppen heute das Einstellen einer eigenen Homepage üblich, wobei dann berufsbezogene Informationen (Informationen zur Forschung auf den Homepages von WissenschaftlerInnen; vgl. Dumont und Frindte 2005) und/oder strategische private Selbstdarstellung (Fotos der Familie auf den Homepages von PolitikerInnen; vgl. Döring 2003 b) dominieren. Andererseits existieren aber auch Homepages mit hochgradig persönlichen Inhalten wie beispielsweise Berichte über Lebenskrisen oder intime Online-Tagebücher (Döring 2001 a).

Nichtkommerzielle sexualbezogene Websites sind eine *Teilgruppe der persönlichen Homepages*. Sie zeichnen sich durch sexuelle Inhalte aus, wie beispielsweise autobiografische Narrationen, Informationstexte, einschlägige Fotos, Geschichten oder Linksammlungen. Ziel der vorliegenden Studie ist es, das Phänomen der sexualbezogenen privaten Websites aus einer Gender- und Identitäts-Perspektive zu erkunden. Zu diesem Zweck wurde

eine Stichprobe von 300 sexualbezogenen privaten Websites inhaltsanalytisch ausgewertet, und es wurden 43 Website-AnbieterInnen befragt.

### **Private sexualbezogene Websites: Ergebnisse einer Inhaltsanalyse**

Vereinzelte inhaltsanalytische Untersuchungen von sexualbezogenem Internetmaterial liegen zwar bereits vor (z.B. Lewandowski 2003; Schetsche 1997), doch wurden dabei vorwiegend kommerzielle Cybersex-Angebote untersucht. Private Websites mit sexuellen Inhalten wurden bislang nicht erforscht. Nach einer Beschreibung der Untersuchungsmethode werden die empirischen Befunde dargestellt und im Lichte der theoretischen Vorüberlegungen diskutiert.

#### *Zur Methodik*

*Die Stichprobe.* Über Internet-Kataloge, die auf einer redaktionellen Auswahl und Kategorisierung von Web-Angeboten sowie auf der Selbstanmeldung der Website-Betreiber basieren, wurden 300 sexualbezogene World-Wide-Web-Angebote ausgewählt. Ausgangspunkt der Auswahl waren die Kategorien „Sex“ und „Erotik“ von vier gängigen Internet-Katalogen (deutschsprachig: Dino-Online.de, Fireball.de; englischsprachig: Altavista.com, Hotbot.com). In dem Online-Katalog Dino-Online.de gelangt man beispielsweise von der Startseite in die Rubrik „Erotik“, von dort über die Unterkategorie „Gesellschaft“ zu „Persönlichen Homepages“. Hier wurden jeweils die ersten fünf nichtkommerziellen Websites identifiziert. Kriterium der Abgrenzung von kommerziellen bzw. semikommerziellen Web-Angeboten war, dass die *vollständige Betrachtung aller Inhalte der Homepage kostenlos* ist. Über die Hyperlinks auf diesen Seiten wurden dann nach dem Schneeballprinzip als Quasi-Zufallsverfahren weitere einschlägige Web-Angebote erschlossen. Die Auswahl erfolgte ohne Ansehen der Seiteninhalte oder Seitenanbieter. Es resultierte so eine Gelegenheits-Stichprobe von persönlichen Homepages mit sexuellen Inhalten, deren Referenz-Population unbekannt ist. Die vorliegende Untersuchung hat dementsprechend rein explorativen Charakter.

*Das Untersuchungsinstrument.* Die 300 Websites wurden in ein selbst entwickeltes inhaltsanalytisches Kategoriensystem eingeordnet, das im Pretest an einer Teilstichprobe von 25 WWW-Angeboten durch zwei unabhängige Kodierer überprüft worden war. Die Intercoder-Reliabilität fiel bei einem mittleren  $\kappa = 0,86$  ( $SD = 0,19$ ; Range: 0,43–1,00) insgesamt gut bis sehr gut aus (vgl. Landis und Koch 1977).

Das Kategoriensystem beinhaltet elf Inhaltsdimensionen. Als Analyseinheit wurde jeweils eine Website, d.h. das gesamte Web-Angebot einer oder mehrerer AnbieterInnen, bestehend aus mehreren einzelnen Webpages, definiert (siehe Tab. 1).

**Tab. 1** Kategoriensystem zur Auswertung sexualbezogener Websites

<i>Dimension</i>	<i>Merkmalsausprägungen</i>	<i>Operationalisierung</i>
Geschlecht der publizierenden Personen	(1) männlich (2) weiblich (3) männlich und weiblich (4) unklar	Identifikation des Geschlechts der Publizierenden durch Selbstauskünfte auf den Websites, z. B. Name, E-Mail-Adresse
Geschlecht der Personen der Zielgruppe	(1) männlich (2) weiblich (3) männlich und weiblich (4) unklar	Identifikation des Geschlechts der adressierten Zielgruppe durch eindeutige inhaltliche Aussagen über die gewünschte geschlechtliche Identität der Leserschaft
Sexuelle Orientierung der AnbieterInnen	(1) heterosexuell (2) homosexuell (3) bisexuell (4) gemischt (5) unklar	Explizite Angaben über die eigene sexuelle Orientierung bzw. Hinweise, die eindeutige Rückschlüsse zulassen
Sexuelle Orientierung der Personen der Zielgruppe	(1) heterosexuell (2) homosexuell (3) bisexuell (4) gemischt (5) unklar	Explizite Hinweise über die sexuelle Orientierung der gewünschten Leserschaft, z. B.: „Diese Seite habe ich für alle lesbischen Frauen gestaltet“ (Kategorie <i>homosexuell</i> ) oder „Ich als homosexueller Mann zeige euch hier meine erotischen Lieblingspics von nackten Männern! Frauen sind jedoch ebenso herzlich dazu eingeladen, wenn sie Gefallen an ihnen finden“ (Kategorie <i>gemischt</i> )
Sexuelle Subkulturen	(1) nicht vorhanden (2) vorhanden, in den Varianten: (2 a) Sadismus/Masochismus; (2 b) Fetischismus (inkl. Transvestismus, voyeuristische und exhibitionistische Neigungen und Interessen) (2 c) andere	Auftreten der sexuellen Subkulturen in Bildern oder Texten

Tab. 1 (Fortsetzung)

Dimension	Merkmalsausprägungen	Operationalisierung
Grad der Darstellungen von Sexualität	(1) erotisch (2) pornografisch (3) gemischt	Anlehnung an die Definition und Abgrenzung von „Erotika“ und „Pornografie“ nach den rechtlichen Kriterien: Unter die Kategorie pornografisch fallen sowohl einfache pornografische Darstellungen gemäß § 184.1 StGB (z. B. Koitusdarstellung mit sichtbaren Genitalien) als auch harte Pornografie gemäß § 184.3 StGB (Abbildung realer sexueller Handlungen mit Kindern, Tieren oder unter Gewaltausübung). Die Kategorie erotisch hingegen umfasst all jenes Material, das das Sexuelle weniger detailliert und fokussiert zeigt (z. B. nackte Frau mit bedecktem Genitale).
Darstellungen in Bildern	(1) Bilder fremder Personen (2) Bilder der eigenen Person (3) gemischt (4) unklar (5) keine Bilder	<b>Bilder:</b> alle bildlichen Darstellungen, z. B. Fotos, Cartoons, Zeichnungen; <b>Bilder fremder Personen:</b> Darstellungen, die entweder verschiedene Personen abbilden oder denen die AutorInnen selbst Informationen über das Modell den Bildern an die Seite gestellt haben (z. B. „Hier sieht man meine Freundin!“); <b>Bilder der eigenen Person:</b> wenn Kommentare der Publizierenden eindeutig darauf hinweisen, dass die eigene Person abgebildet ist
Darstellungen in Texten	(1) autobiografische Texte (2) fiktionale Texte (3) gemischt (4) keine Texte	<b>Autobiografische Texte:</b> all jene schriftlichen Ausführungen, die Selbstbeschreibungen von sexuell Erlebtem, sexuellen Vorlieben, Wünschen, Fantasien etc. beinhalten; <b>fiktionale Texte:</b> Erfundenes i. S. von erotisch-pornografischen Erzählungen mit imaginären Orten und/oder handlungstragenden Personen; als Abgrenzungskriterium galten inhaltliche Bemerkungen der AutorInnen (z. B. „Über mich“, bzw. „Meine erotischen Gedichte“)
Produktionsweise	(1) Darstellung selbst produziert (2) Darstellungen gesammelt (3) gemischt (4) unklar	<b>Darstellung selbst produziert:</b> die AutorInnen weisen ausdrücklich darauf hin, dass das Material von ihnen selbst stammt; <b>Darstellungen gesammelt:</b> all jenes Material, bei dem die Publizierenden entweder explizit darauf hinweisen, die Darstellungen gesammelt zu haben, oder bei dem jeweils Quellenangaben vermerkt sind
Soziale Interaktion	(1) Kommunikation (2) Kollaboration (3) keine	<b>Kommunikation:</b> Möglichkeit zur Kontaktaufnahme via E-Mail oder Gästebuch; <b>Kollaboration:</b> explizite Aufforderung und Wunsch der AutorInnen, das Publikum möge sich durch eigene Produktionen aktiv an den persönlichen Websites beteiligen, z. B. mittels Geschichten zum Weiterschreiben oder der Möglichkeit, Beiträge einzuschicken
Verlinkungsgrad	Anzahl der Hyperlinks im Web, die auf die Zielseite verweisen	Die Anzahl der Verlinkungen einzelner WWW-Angebote war mittels eines entsprechenden Services der Suchmaschine Altavista abrufbar.

### Ergebnisse der Inhaltsanalyse

*Das Geschlecht der publizierenden Personen.* Der Großteil der SeitenanbieterInnen (87%) ließ klare Rückschlüsse auf ihre biologische Geschlechtszugehörigkeit zu: 34% der Angebote wurden von einer oder mehreren Frauen, 34% von einem oder mehreren Männern und 19% der Websites von gemischtgeschlechtlichen Autorengruppen (vor allem heterosexuellen Paaren) publiziert. Frauen partizipierten paritätisch an dieser Form der selbst bestimmten öffentlichen Sexualitätsdarstellung.

*Das Geschlecht der Personen der Zielgruppe.* Mehr als die Hälfte der untersuchten Websites richtete sich an bestimmte geschlechtliche Zielgruppen (54%). Dabei waren 9% der Angebote ausschließlich an Leser gerichtet, 12% ausschließlich an Leserinnen; bei 33% der Angebote waren Besuche von Männern und Frauen ausdrücklich erwünscht. Es zeigte sich, dass die AnbieterInnen privater sexualbezogener Websites signifikant häufiger gleichgeschlechtliche Zielgruppen ansprachen als gegengeschlechtliche ( $\chi^2$  (df = 1) = 12,04,  $p < 0,01$ ).

*Sexuelle Orientierung der AnbieterInnen.* Die meisten Publizierenden machten keine expliziten Aussagen über ihre sexuelle Orientierung (64%). Wurden jedoch Angaben gemacht, so waren homo- oder bisexuelle Orientierungen (23%) gegenüber heterosexuellen (12%) überrepräsentiert.

*Sexuelle Orientierung der Zielgruppe.* Überwiegend wurde hinsichtlich der sexuellen Orientierung keine bestimmte Zielgruppe adressiert (73%). SeitenanbieterInnen mit homo- oder bisexueller Identität sprachen signifikant häufiger ausdrücklich eine korrespondierende Zielgruppe an als Personen mit heterosexueller Orientierung ( $\chi^2$  (df = 1) = 7,89,  $p < 0,01$ ).

*Sexuelle Subkulturen.* Auf knapp einem Drittel (32%) der untersuchten Websites wurden bestimmte sexuelle Subkulturen angesprochen. Auch wenn die Thematisierung spezieller sexueller Wünsche und Vorlieben nicht signifikant vom Geschlecht der Publizierenden abhängig war ( $\chi^2$  (df = 1) = 1,56;  $p = 0,21$ ), so zeigte sich auf deskriptiver Ebene die Tendenz, dass auf den untersuchten Websites von Frauen (37%) häufiger als auf denen von Männern (28%) Inhalte bestimmter sexueller Subkulturen zu finden waren. In Bezug auf die Häufigkeit der Thematisierung bestimmter sexueller Subkulturen zeigten sich keine signifikanten Unterschiede zwischen den SeitenanbieterInnen mit heterosexueller und jenen mit homo- oder bisexueller Orientierung ( $\chi^2$  (df = 1) = 0,06;  $p = 0,80$ ).

Von den 300 untersuchten Websites thematisierten 23% sadomasochistische Inhalte; 21% publizierten zum Thema Fetischismus (dieser Kategorie wurden auch Transvestismus sowie voyeuristische und exhibitionistische Interessen und Neigungen zugeordnet). Aus der Sicht einer sexuellen Konsensmoral gelten diese Begehrensformen heute immer stärker als zu Unrecht diskriminiert. Dementsprechend ließe sich eine internetgestützte Demarginalisierung auch positiv würdigen. Die in den Medien oft problematisierten kinder- und tierpornografischen Inhalte kamen selten vor (Inzest 2%; Teenager 2%; Bestiosexualität 0,7%; Pädophilie 0,3%). Demnach



gibt es für eine deutliche Demarginalisierung gesellschaftlich unerwünschter Begehrensformen auf den untersuchten privaten Websites wenig Anhaltspunkte.

*Grad der Darstellungen von Sexualität.* Die Mehrzahl der Websites enthielt ausschließlich erotisches Material (59%), 13% präsentierten ausschließlich pornografische Texte und Bilder. Auf 28% der Websites wurden erotische und pornografische Inhalte angeboten. Der Anteil der von Frauen und der von Männern publizierten pornografischen Darstellungen unterschied sich nicht ( $\chi^2$  (df = 1) = 0,85; p = 0,36). Hier ist jedoch der Umstand zu berücksichtigen, dass in diese Studie nur private, d. h. nichtkommerzielle Angebote aufgenommen wurden. Bei kommerziellen Angeboten dominieren pornografische Darstellungen deutlich gegenüber erotischen (Schetsche 1998: 145).

*Darstellungen in Bildern<sup>2</sup> und Texten.* Die meisten untersuchten Websites enthielten Bilder mit sexuellen Inhalten (87%), wobei Männer (46%) geschlechtsrollenkonform signifikant häufiger als Frauen (40%) Bilder anboten ( $\chi^2$  (df = 1) = 5,0; p < 0,05). Bei genauerer Betrachtung zeigte sich, dass häufiger Bilder fremder Personen (47%) als solche der AnbieterInnen (30%) veröffentlicht wurden. 18% der Angebote enthielten sowohl Bilder der AnbieterInnen als auch fremder Personen; bei 5% war keine eindeutige Zuordnung möglich. Dabei boten Frauen signifikant häufiger als Männer Bilder von sich auf ihren Seiten an, Männer häufiger als Frauen Bilder fremder Personen ( $\chi^2$  (df = 1) = 7,49, p < 0,01).

Die Mehrzahl der untersuchten Websites enthielt Texte mit sexuellen Inhalten (76%), wobei Texte von Frauen (42%) signifikant häufiger angeboten wurden als von Männern (31%) ( $\chi^2$  (df = 1) = 12,88; p < 0,01). 30% der Homepages enthielten sowohl autobiografische als auch fiktionale Texte; 49% enthielten nur autobiografische Texte und 21% nur fiktionale Texte. Damit dominierten autobiografische Texte, wobei Frauen diese nicht signifikant häufiger als Männer auf ihre Homepage stellten ( $\chi^2$  (df = 1) = 0,61; p = 0,80).

*Produktionsweise.* Die auf der eigenen Website angebotenen Bilder und Texte waren zu 35% ausschließlich selbst produziert und zu 15% ausschließlich aus anderen Quellen übernommen. 36% der Websites boten sowohl selbst verfasste als auch fremd produzierte Inhalte an. Auf den übrigen Websites (14%) war die Herkunft des Materials nicht klar erkennbar. Das Geschlecht der Publizierenden variierte dabei nicht systematisch mit der Produktionsart ( $\chi^2$  (df = 1) = 0,20; p = 0,66).

*Publikumsbeteiligung.* Auf fast allen untersuchten Websites (95%) wurde soziale Interaktion ermöglicht. Dabei war die Möglichkeit zur Kommunikation (Kontaktaufnahme mit den SeitenanbieterInnen via E-Mail oder Gästebuch) häufiger (76%) als die Aufforderung an die Leserschaft, sich an Projekten zu beteiligen (z. B. eigene Text- oder Bild-Beiträge zur Publikation einzusenden: 24%). Es zeigten sich keine geschlechtsspezifischen Unterschiede.

<sup>2</sup> Zur Erläuterung vgl. Tab. 1.

*Verlinkungsgrad.* Websites, die pornografisches Material beinhalten, sind nicht häufiger verlinkt als solche mit erotischem Material ( $t(df=297)=0,96$ ;  $p=0,34$ ). Ebenso zeigte sich, dass Seiten von homo- oder bisexuell identifizierten AnbieterInnen nicht häufiger verlinkt waren als solche von heterosexuellen Personen ( $t(df=40)=0,32$ ;  $p=0,75$ ). Allerdings waren Websites, auf denen ausdrücklich eine homo- oder bisexuelle Zielgruppe angesprochen wurde, häufiger verlinkt als solche, die sich ausdrücklich an ein heterosexuelles Publikum wandten ( $t(df=35)=-1,97$ ;  $p<0,05$ ).

### *Diskussion*

Nichtkommerzielle Sex-Sites von Frauen sind im Web leicht zu finden.

In der Gelegenheitsstichprobe der 300 Websites mit sexuellen Inhalten unterschied sich der Anteil der allein von Frauen publizierten Angebote nicht von dem der Männer. Allein die Tatsache, dass Frauen als Privatpersonen frei entscheiden, sich explizit sexuell zu exponieren und dabei häufig ausdrücklich andere Frauen adressieren, spricht gegen die These der heterosexuellen Viktimisierung.

Entgegen dem Postulat der Liberalisierung lösen sich polarisierende Geschlechterkonstruktionen dadurch freilich nicht einfach auf. So fanden sich auch geschlechtsrollenkonforme Ergebnisse, etwa in der Form, dass auf den von Frauen publizierten Seiten signifikant mehr erotisch-pornografische Texte und auf den von Männern publizierten Seiten mehr Bilder zu finden waren. Auch der Befund, dass Frauen häufiger Bilder von sich selbst, Männer häufiger Bilder fremder Personen anboten, spiegelt geschlechtsrollenkonform asymmetrische Objekt-Subjekt-Rollen in heterosexuellen Verhältnissen wider. Zu beachten ist jedoch, dass diese Tendenzen zwar systematisch, aber meist nicht sehr stark ausgeprägt waren: So boten Männer, die ja oft auf ihre visuelle Ansprechbarkeit reduziert werden, häufig umfangreiches selbst produziertes und gesammeltes Textmaterial an.

Weitere Befunde widersprachen geschlechtsstereotypen Erwartungen: Die von Frauen und Männern publizierten Websites unterschieden sich nicht im Grad ihrer Explizitheit, obwohl vielfach angenommen wird, dass Frauen explizit sexuelle bzw. pornografische Darstellungen ablehnen, während Männer diese bevorzugen. Wenn immer wieder die stärkere kommunikative und Team-Orientierung von Frauen hervorgehoben wird, so muss für die hier untersuchten nichtkommerziellen Sex-Sites festgestellt werden, dass Anbieter nicht seltener als Anbieterinnen der Leserschaft Gelegenheit zu aktiver Beteiligung und Feedback boten. Auch die Vermutung, dass Männer weniger als Frauen zu intimer Selbstoffenbarung bereit seien, findet hier keine Bestätigung: Männer und Frauen unterschieden sich rein quantitativ nicht in der Bereitschaft, auf ihrer Website persönliche Erfahrungen preiszugeben.

Dass mit dem Internet eine Publikationsmöglichkeit zur Verfügung steht, die anonym, niedrigschwellig und ohne die Gefahr der Stigmatisierung das Formulieren und Öffentlichmachen von sexuellen Gedanken, Ge-

fühlen und Erfahrungen erlaubt, kommt auch sexuell marginalisierten Gruppen entgegen. Sexueller Diskurs im Netz entlastet nicht nur von realweltlicher Diskriminierung, sondern bietet auch neue Möglichkeiten der sozialen Vernetzung. Dass bestimmte Gruppen eine solche Demarginalisierung anstreben und das Netz dazu nutzen, wird unter anderem darin deutlich, dass Personen mit alternativer sexueller Orientierung signifikant häufiger als Personen mit heterosexueller Orientierung ihr WWW-Angebot dezidiert an eine bestimmte Zielgruppe nach dem Aspekt der sexuellen Identität adressieren und damit die Medienmerkmale des Internet gemäß dem Triple-C-Modell ausschöpfen.

Aufgrund der nicht zufälligen Auswahl können die Befunde der hier vorgelegten Inhaltsanalyse keinen Anspruch auf Repräsentativität erheben. Dennoch lassen die explorativen Ergebnisse den Schluss zu, dass es im World Wide Web weder zu einer plötzlichen Ablösung tradierter geschlechterpolarisierter Sexualitätsdiskurse gekommen ist noch dass sich androzentrische Diskurse in einem vermeintlich männerdominierten Medium verschärfen. Ohne dem Internet einen sexualrevolutionären Einfluss zuzuschreiben, lässt es sich als Medium charakterisieren, das Interessierten im Sinne der Empowerment- und Demarginalisierungs-These die Möglichkeit bietet, mit alternativen Vorstellungen und pluralen Sexualitäten sichtbar zu werden.

### **Die Nutzung privater sexualbezogener Websites: Befragung**

Noch weniger als über die *Inhalte* privater Sex-Sites ist über deren *Nutzung* bekannt. Dies gilt sowohl für die *Produktion* als auch für die *Rezeption*. Die vorliegende Studie konzentriert sich auf die Seite der Produktion. Mittels einer Befragung sollen die Motive der Anbieterinnen und Anbieter erkundet werden, und zwar über auf einigen Homepages zu findende selbstreflexive Kommentare zur eigenen Publikationstätigkeit hinaus. Auf die Darstellung der Methodik der Befragung folgen die empirischen Befunde sowie eine Diskussion der Ergebnisse.

#### *Zur Methodik der Befragung*

*Das Befragungsinstrument.* Für die Befragung wurde ein Fragebogen mit standardisierten und offenen Fragen konstruiert, der aus drei inhaltlichen Blöcken bestand:

- *Sozialstatistik:* Soziodemografische Merkmale; Angaben zur privaten Lebenssituation (Beziehungen und Beziehungszufriedenheit), zur sexuellen Orientierung und Lebensweise
- *Allgemeine Netznutzung:* Netzerfahrung in Jahren; Netznutzungsdauer in Stunden pro Woche; Häufigkeit und Nutzungsdauer einzelner Netzdienste
- *Publikation sexualbezogener WWW-Angebote:* Motive für die Publikation; Häufigkeit und Art der Online-Reaktionen auf das sexualbezogene WWW-Angebot; Kontakte, die über das WWW-Angebot geknüpft wur-

den; wichtigste Bezugspersonen, deren Wissen von dem WWW-Angebot und Art ihrer Rückmeldung; Veränderungen im Sexualleben oder der persönlichen Einstellung zur Sexualität durch die sexualbezogene WWW-Publikation.

Der Fragebogen wurde als Web-Formular aufbereitet. Die Verwendung einer professionellen Online-Befragungssoftware ([www.rogator.de](http://www.rogator.de)) sicherte die Anonymität sowie die Qualität der Daten (durch Filterführung, Plausibilitäts-Check, Vollständigkeitskontrolle, Verhinderung von Mehrfachausfüllen). Für nicht deutschsprachige Befragte wurde der Fragebogen in die englische Sprache übersetzt und in einem Pretest ( $n = 15$ ) erprobt.

*Die Stichprobe.* Zur Stichprobengewinnung wurden alle Websites aus der inhaltsanalytischen Studie herangezogen, auf denen eine E-Mail-Adresse zur Kontaktaufnahme angegeben war. Der Hyperlink zum Web-Fragebogen wurde 92 Seitenanbieterinnen und 92 Seitenanbietern per E-Mail zugeschickt. Nach sieben Tagen lagen 43 vollständig ausgefüllte Fragebogen vor (28 Männer, 15 Frauen), was einer Rücklaufquote von 23% entspricht (30% Männer, 16% Frauen). Es handelt sich um eine Gelegenheitsstichprobe von relativ geringem Umfang, sodass die Befunde rein explorativen Charakter haben und die Prozentuierung der Ergebnisse lediglich auf Tendenzen hinweisen kann. Wegen des hohen Rekrutierungsaufwandes wurde auf eine Erweiterung der Stichprobe verzichtet.

### *Ergebnisse der Befragung*

*Stichprobenbeschreibung.* 65% der Befragten waren männlich ( $n = 28$ ), 35% weiblich ( $n = 15$ ). Der überwiegende Anteil (58%) war zwischen 26 und 40 Jahre alt; älter als 40 Jahre waren 28%; junge Erwachsene waren unterrepräsentiert (14%). 74% der Befragten lebten in Deutschland, 19% kamen aus den USA bzw. Kanada. Der Bildungsstand der Befragten war insgesamt hoch: 74% hatten die Hochschul- bzw. Fachhochschulreife, 21% die mittlere Reife und 5% einen Hauptschulabschluss. Bezüglich ihrer privaten Lebenssituation machten die Befragten folgende Angaben: 77% lebten in einer festen Partnerschaft oder Ehe, die im Mittel seit 5 Jahren bestand ( $SD = 4$ ), 9% hatten zum Befragungszeitpunkt eine oder mehrere lockere Beziehungen, und 14% waren allein stehend. Hinsichtlich dieser Variablen zeigten sich keine bedeutsamen Geschlechtsunterschiede ( $\chi^2$  ( $df = 2$ ) = 1,31;  $p = 0,52$ ). Die Beurteilung der Partnerschaft war überwiegend positiv: Insgesamt 85% der Personen gaben an, „sehr zufrieden“ (55%) oder „zufrieden“ (30%) zu sein. 12% waren „mittelmäßig“ zufrieden, und nur eine Person war „unzufrieden“. In Bezug auf die sexuelle Orientierung der Befragten ergab sich zwischen den Geschlechtern ein relativ homogenes Bild ( $\chi^2$  ( $df = 3$ ) = 2,73;  $p = 0,44$ ): 40% der Frauen beschrieben sich als heterosexuell, 33% als homosexuell und 27% als bisexuell. Bei den Männern zeigte sich eine ähnliche Verteilung (51% heterosexuell, 37% homosexuell, 12% bisexuell).

**Tab. 2** Aussagen zur eigenen Sexualität (in der Reihenfolge abnehmender Zustimmung)

	<b>Gesamt M (SD)</b>	<b>Frauen M (SD)</b>	<b>Männer M (SD)</b>	<b>M Frauen – M Männer</b>	<b>p</b>
<i>Mir ist Sexualität in meinem Leben sehr wichtig.</i>	4,05 (0,90)	4,20 (0,78)	4,00 (0,96)	+ 0,20	0,39
<i>Ich lebe den größten Teil meiner sexuellen Bedürfnisse in realen Begegnungen mit anderen aus.</i>	4,00 (1,00)	4,33 (0,98)	3,82 (0,98)	+ 0,51	0,11
<i>Ich erlebe mich selbst als eine Person, die in der Sexualität gerne Neues ausprobiert.</i>	3,93 (1,01)	4,07 (0,80)	3,86 (1,11)	+ 0,21	0,48
<i>Ich bin der Meinung, dass ich im sexuellen Bereich „geschlechts-untypische“ Züge habe.</i>	3,23 (1,13)	3,27 (1,22)	3,21 (1,10)	+ 0,06	0,89
<i>Im sexuellen Bereich erlebe ich mich allgemein „typisch“ für mein Geschlecht.</i>	2,47 (1,20)	2,27 (1,22)	2,57 (1,20)	- 0,30	0,44
<i>Ich kenne Schüchternheit und Unsicherheit bei mir in Bezug auf Sexualität.</i>	2,42 (1,07)	2,33 (1,29)	2,46 (0,96)	- 0,13	0,73
<i>Ich kann den größten Teil meiner sexuellen Bedürfnisse momentan gar nicht ausleben.</i>	2,16 (1,33)	1,80 (1,01)	2,36 (1,45)	- 0,56	0,15
<i>Ich lebe den größten Teil meiner sexuellen Bedürfnisse virtuell aus.</i>	1,84 (1,09)	1,50 (0,74)	2,04 (1,20)	- 0,54	0,05

Tab. 2 zeigt die Ergebnisse der Selbsteinschätzung im Hinblick auf die Sexualität. Vorformuliert waren einige Statements, deren Zutreffen anhand einer 5-stufigen Ratingskala („trifft völlig zu“ = 5 bis „trifft gar nicht zu“ = 1) eingeschätzt werden sollte. Es zeigte sich, dass die befragten AnbieterInnen sexualbezogener Websites ihrer Sexualität insgesamt viel Bedeutung zumessen, sexuell aufgeschlossen und mit ihrem Sexualleben, das hauptsächlich in realen Beziehungen stattfindet, zufrieden sind.

**Allgemeine Internetnutzung.** Der größte Teil der Befragten verfügte über mehrjährige Netzerfahrung. Zum Untersuchungszeitpunkt nutzte über die Hälfte (54%) das Internet seit mindestens vier Jahren. Die Befragten berichteten von einer hohen Nutzungsintensität: 42% verbrachten mehr als 20 Stunden pro Woche online, 26% nutzten das Netz zwischen 11 und 20 Stunden wöchentlich, und lediglich 9% befassten sich durchschnittlich 1 bis 5 Stunden pro Woche mit dem Internet. Besonders prägnant war die häufige Nutzung von E-Mail (täglich: 91%) sowie des WWW (täglich: 79%) und die geringere Nutzung von Chat-Räumen („seltener als 1× wöchentlich“ und „nie“: 54%). Alle Befragten gaben an, das Internet für privaten E-Mail-Verkehr genutzt zu haben. Durchschnittlich standen die SeitenanbieterInnen durch diesen Netzdienst mit im Schnitt 16 (SD=18) Personen in engem persönlichen Kontakt. Die Befragten kannten dabei im Mittel vier dieser Kontaktpersonen nur aus dem Netz, also nicht persönlich

**Tab. 3** Einschätzung der eigenen Website (in der Reihenfolge abnehmender Zustimmung)

	<i>Gesamt M (SD)</i>	<i>Frauen M (SD)</i>	<i>Männer M (SD)</i>	<i>M Frauen – M Männer</i>	<i>p</i>
<i>Erotik</i>	3,61 (1,35)	3,93 (1,39)	3,43 (1,32)	+ 0,50	0,26
<i>Unterhaltung</i>	3,54 (1,26)	3,47 (1,30)	3,57 (1,26)	- 0,10	0,80
<i>Kommunikation</i>	3,23 (1,25)	3,66 (1,11)	3,00 (1,28)	+ 0,66	0,09
<i>Information</i>	3,23 (1,31)	2,93 (1,58)	3,40 (1,13)	- 0,47	0,33
<i>Selbstdarstellung</i>	3,09 (1,36)	3,33 (1,36)	3,00 (1,37)	+ 0,33	0,40
<i>Sexuell erregende Wirkung</i>	3,00 (1,41)	3,60 (1,40)	2,68 (1,34)	+ 0,92	0,05
<i>Pornografie</i>	1,77 (1,07)	1,73 (1,10)	1,79 (1,10)	- 0,06	0,88

(SD = 6). Die durchschnittlich 12 weiteren E-Mail-Kontaktpersonen waren „aus dem realen Leben“ bekannt, was auf eine enge Verknüpfung der Online- und Offline-Kommunikation hindeutet.

Die Befragten wurden gebeten, ihre eigene Sex-Site unter bestimmten Aspekten auf einer 5-stufigen Ratingskala („sehr stark“ = 5 bis „gar nicht“ = 1) einzuschätzen. Tab. 3 zeigt die Mittelwerte dieser Einschätzung sowie die Geschlechterdifferenzen (getestet mit dem t-Test). Insgesamt fanden die Befragten den erotischen Aspekt auf ihren Websites am stärksten repräsentiert; Pornografie als Charakteristikum ihrer Site hielten sie demgegenüber für deutlich weniger ausgeprägt. Auffällig war, dass Frauen die „sexuell erregende Wirkung“ ihrer Angebote signifikant höher einschätzten als Männer.

**Publikationsmotive.** Bei der Frage nach den Motiven für das Anbieten einer sexualbezogenen Website wurden keine Antwortmöglichkeiten vorgegeben. Die Antworten der Befragten wurden inhaltsanalytisch ausgewertet. Induktiv wurde ein System aus sechs Kategorien entwickelt, wobei als Kodiereinheit die Sinneinheit innerhalb der offenen Antwort festgelegt wurde, da manche Befragte in ihrer Aussage mehrere Aspekte ansprachen. Tab. 4 gibt die Kategorien und jeweils einige Beispielzitate wieder. Ebenso wird die jeweilige Anzahl der zugeordneten Zitate pro Kategorie dargestellt sowie die Anzahl der Personen pro Kategorie, aufgeschlüsselt nach Geschlecht.

Die Befragten wollten über ihre Websites vor allem Informationen und Unterhaltung anbieten, ihre Identitäten darstellen und Kontakte knüpfen. In den qualitativen Äußerungen werden Empowerment und Demarginalisierung teilweise explizit angesprochen. Sowohl die Charakterisierung der

**Tab. 4** Motive zur Publikation der eigenen sexualbezogenen Website (in der Reihenfolge abnehmender Anzahl von Nennungen)

<i>Kategorie</i>	<i>Beispielzitate</i>	<i>Anzahl der zugeordneten Zitate pro Kategorie</i>	<i>Anzahl der Personen</i>
<i>Information/Aufklärung anbieten</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Anderen Hilfestellung zu geben, bei einem tabuisierten Thema</li> <li>- Ich möchte meine persönliche Erfahrung und Neigung zu BDSM Leuten näher bringen, die sich „wirklich“ darüber informieren möchten.</li> <li>- wichtig, um anderen auch mitzuteilen, wie es Menschen geht, die nicht so sind wie der Rest der Welt. Und auch für Menschen, die erst erkannt haben, wer sie sind, um ihnen evtl. auch damit zu helfen</li> <li>- ein großes „Schweigen“ in herkömmlichen Medien über das Thema SM. Mir war es wichtig, auf einer Kommunikationsebene seriöse Informationen zu einem Thema anzubieten, das normalerweise nur „unter der Theke“ gehandelt wird</li> <li>- Hilfestellung für andere schwul/lesbische Jugendliche</li> <li>- Popularisierung einer Randgruppe mit persönlichem Einsatz</li> <li>- Viele meiner BesucherInnen haben eine ähnliche Odyssee hinter sich und ich versuche, ihnen auf ihrem Weg zu helfen.</li> </ul>	17	15 weiblich: 4 männlich: 11
<i>Selbstdarstellung/Identitätskonstruktion</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Möglichkeit, meine sexuellen Vorlieben genauer und ausführlicher darzustellen</li> <li>- Die Möglichkeit des anonymen Outings auf meinen Web-Seiten stellt für mich einen bedeutenden Schritt für die eigene Akzeptanz meiner Sexualität dar.</li> <li>- meine Neigungen anderen mitzuteilen</li> <li>- weil ich ... schon immer ein Exhibitionist war</li> <li>- Konsequenz aus Entschluss meines „coming out“</li> </ul>	15	13 weiblich: 3 männlich: 10
<i>Unterhaltung anbieten</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ... publiziere ich Aktfotografien, um im Internet einen Gegenpol zu den „üblichen“ Sexangeboten zu schaffen, die oft kommerziell ausgerichtet sind und nur auf den rein sexuellen Aspekt</li> <li>- Angebot für Unterhaltung</li> <li>- Ich sammle schon seit meiner Einstiegszeit im DFÜ (Mailboxen, Z-Netz) erotische Geschichten ... mich interessiert so gut wie alles! Und da ich scheinbar nicht der Einzige in dem Bereich war und einige Zuschrieff[en] bekommen habe, habe ich mich dazu entschlossen, die gesammelten Werke in meine HP einzubauen!</li> <li>- ein Angebot von ästhetischer Aktfotografie</li> </ul>	11	11 weiblich: 5 männlich: 6

**Tab. 4** (Fortsetzung)

<b>Kategorie</b>	<b>Beispielzitate</b>	<b>Anzahl der zugeordneten Zitate pro Kategorie</b>	<b>Anzahl der Personen</b>
Kontakte herstellen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- so kann ich mit den Männern kommunizieren</li> <li>- aber auch um Menschen kennen zu lernen, die solche Angebote nutzen</li> <li>- Erfahrungsaustausch</li> <li>- Bereitstellung von Kontaktseiten/Partnersuchangeboten der Besucher untereinander</li> <li>- Kontakte zu Gleichgesinnten</li> </ul>	11	9 weiblich: 2 männlich: 7
Experimentieren mit der Web-Technik	<ul style="list-style-type: none"> <li>- hier habe ich mehr und spontanere Features als in teuren Printmedien: z. B. Bilder, Töne</li> <li>- Training und Aneignung von Internetkenntnissen</li> </ul>	4	4 weiblich: 2 männlich: 2
Anderes (z. B. Kommerz, Spaß)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nutzung der Kontakte evtl. auch für spätere persönlich-berufliche Werbezwecke</li> <li>- for fun</li> </ul>	7	7 weiblich: 5 männlich: 2
<b>Gesamt</b>		<b>65</b>	



Angebote (Tab. 3) als auch die genannten Motive (Tab. 4) unterstreichen den publizistischen Anspruch der sexualbezogenen Websites.

*Reaktionen auf das Web-Angebot.* Alle Befragten gaben an, irgendeine Form von Online-Reaktion auf ihre Seite erhalten zu haben. Auffällig waren die hohe Frequenz der Rückmeldungen unabhängig von der Art des Feedbacks (z. B. bekamen diejenigen mit einem Feedback via E-Mail durchschnittlich 88 Rückmeldungen pro Monat) und das *Überwiegen positiver Kommentare*: 86% der Befragten berichteten ausschließlich positive E-Mail-Reaktionen, 9% bekamen in gleichem Maße positive und negative Kommentare, 5% ausschließlich negative. Die Unterschiede zwischen den Geschlechtern waren statistisch nicht signifikant ( $\chi^2$  (1; n=41)=0,17; p=0,69). Gelobt wurden die WWW-Angebote vom Publikum hauptsächlich unter ästhetischen Gesichtspunkten und für den Mut, sich als AnbieterIn so intim gezeigt zu haben. Gleichgesinnte dankten für das Angebot, andere für die Hilfestellung bei der Klärung persönlicher Fragen, auch wurden die AnbieterInnen ermutigt, weitere Updates ihrer Website zur Verfügung zu stellen. Als Kritikpunkte wurden technische Probleme im Zusammenhang mit der WWW-Publikation genannt. Einige AnbieterInnen wurden attackiert, indem die Inhalte ihrer Site beschimpft oder beleidigende Kommentare zu ihrer Person (z. B. hinsichtlich ihres Aussehens) geäußert wurden.

*Kontakte durch das Web-Angebot.* 93% der Befragten knüpften über ihre Website neue Kontakte im Internet. Tab. 5 zeigt die praktizierten Arten des Austauschs. Dabei fällt auf, dass ein großer Anteil der Befragten über Themen kommuniziert hat, die nichts mit Sexualität zu tun haben (49%), bzw. sich mit anderen NetznutzerInnen sachlich über sexuelle Fragen und Pro-

**Tab. 5** Über die eigene sexualbezogene Website geknüpfte Kontakte (in der Reihenfolge abnehmender Anzahl von Nennungen; absolute und relative Häufigkeiten)

Art des Kontakts	Gesamt	Frauen	Männer	p
Kontakte zur „Szene“, d. h. zu Menschen mit ähnlichen sexuellen Interessen und Vorlieben	65% (n = 28)	67% (n = 10)	64% (n = 18)	0,88
Sachlicher Austausch über sexuelle Fragen und Probleme mit anderen Userinnen und Usern	58% (n = 25)	67% (n = 10)	54% (n = 15)	0,41
Austausch über Themen, die nichts mit Sexualität zu tun haben	49% (n = 21)	47% (n = 7)	50% (n = 14)	0,84
Erotischer Austausch per E-mail	44% (n = 19)	33% (n = 5)	50% (n = 14)	0,29
Erotisches Treffen „in real life“ mit Netzbekannntschaft	37% (n = 16)	33% (n = 5)	39% (n = 11)	0,70
Erotischer Austausch per Chat	26% (n = 11)	7% (n = 1)	36% (n = 10)	0,04
Erotischer Austausch per Telefon mit Netzbekannntschaft	14% (n = 6)	13% (n = 2)	14% (n = 4)	0,93
Erotischer Austausch per Videokonferenz	0%	0%	0%	-
Sonstiges	26% (n = 11)	27% (n = 4)	25% (n = 7)	0,91

bleme unterhalten (58%) oder aber Kontakte zu Personen mit ähnlichen sexuellen Interessen und Vorlieben (65%) geknüpft hat. Erotischer Austausch im engeren Sinne schien demnach, insbesondere bei den Frauen, nicht zu dominieren. Im Zusammenhang mit dem Spezifizieren sonstiger Kontaktformen wurden vor allem zwei Aspekte genannt: das Finden eines Lebenspartners sowie das Eingehen intensiver realweltlicher nichterotischer Freundschaften.

*Integration in das realweltliche Umfeld.* 23 der 28 befragten Männer (82%) und 13 der 15 befragten Frauen (87%) gaben an, dass enge Bezugspersonen aus ihrem realen Leben (Partner, Freunde) von ihrer sexualbezogenen Website wissen und diese auch schon gesehen haben. Nach den Reaktionen dieser Personen gefragt gaben 76% der Befragten an, überwiegend positives Feedback erhalten zu haben. Bei 12% hielten sich positive und negative Rückmeldungen die Waage, weitere 12% erhielten keine Reaktionen; es fanden sich keine Geschlechtsunterschiede ( $\chi^2$  (df = 2) = 4,22;  $p = 0,12$ ).

*Sexualbezogene Publikationen außerhalb des Internet.* 44% der befragten Website-BetreiberInnen wollten ihre sexualbezogenen Publikationen ausdrücklich auf das Internet beschränken. Dagegen äußerten 26% der Befragten den Wunsch, auch außerhalb des Internet zu sexuellen Themen zu publizieren, 30% gaben an, dies bereits in anderen Medien getan zu haben.

*Subjektive Effekte der sexualbezogenen Web-Publikation.* Ein Drittel aller Befragten (6 der 15 befragten Frauen, 8 der 28 befragten Männer) berichtete, ihre Sexualität habe sich im Zuge der Publikation der eigenen Website verändert. Dabei wurden ausschließlich positive Auswirkungen genannt, vor allem eine größere Offenheit für Neues, Horizonterweiterung, Experimentierfreudigkeit sowie eine erhöhte Selbstakzeptanz. Dieses günstige Fazit ist jedoch vor dem Hintergrund von Selbstselektions-Effekten bei der Rekrutierung der BefragungsteilnehmerInnen zu relativieren. So könnten Personen mit negativen Erfahrungen möglicherweise von vornherein auf eine Teilnahme an der Befragung verzichtet oder ihre Bedenken im Fragebogen nicht angegeben haben.

### Diskussion

Die befragten Website-AnbieterInnen waren in der Mehrzahl im mittleren Lebensalter, waren partnerschaftlich gebunden und betrachteten Sexualität als sehr wichtig. Zudem zeichneten sie sich – wie Homepage-AnbieterInnen generell – durch überdurchschnittliche Internet-Erfahrung aus. Auffällig ist die starke lebensweltliche Einbettung der sexualbezogenen Online-Aktivitäten: Menschen aus dem nahen sozialen Umfeld wussten oft von den Websites und gaben überwiegend positives Feedback. Umgekehrt wurden über die Homepages auch realweltliche erotische Kontakte gesucht – und zwar von Frauen und Männern gleichermaßen. Im Gesamtbild scheinen sexualbezogene Websites also anderweitige sexuelle Kontakte und Diskurse nicht zu ersetzen, sondern zu ergänzen. Eine kompen-

satorische Funktion des Internet zeigte sich tendenziell eher bei den befragten Männern, die ihre Sexualität häufiger hauptsächlich virtuell auslebten und auch häufiger als die befragten Frauen virtuelle Erotik-Kontakte per E-Mail oder Chat suchten.

Neben Erotik-Kontakten suchten die befragten Website-BetreiberInnen in erster Linie Kontakte zu Menschen mit ähnlichen sexuellen Vorlieben bzw. zur Szene und waren an sexuellem Erfahrungsaustausch interessiert. Sie nutzten ihre Website zur Verbreitung sexueller Informationen, oft mit dezidiertem Aufklärungsimpetus. Die Selbstdarstellung auf der Homepage war einerseits funktional für erotische Kontaktsuche, andererseits aber auch Teil der Identitätsarbeit (z. B. im Rahmen von Coming-out-Prozessen). Dabei spielen deutlich erkennbar Aspekte von Empowerment und Demarginalisierung eine Rolle. Schließlich werden die Websites auch zum Zweck der Unterhaltung gestaltet, zuweilen mit dem ausdrücklichen Anspruch, den kommerziellen Pornografie-Angeboten eine andere Ästhetik entgegenzusetzen.

Die Auswirkungen der sexualbezogenen Websites für die publizierenden Personen sind in allen erfragten Bereichen überwiegend positiv. Erstens knüpften fast alle Befragten über ihre Website neue Kontakte im Internet. Zweitens erhielten sie aus dem realen Umfeld sowie vom Online-Publikum mehrheitlich ein positives Feedback zu ihrer Publikation. Drittens wurde ausschließlich von positiven Auswirkungen auf die eigene Sexualität berichtet.

Private Sex-Sites werden aus persönlichen Gründen ins Netz gestellt, was sie deutlich von kommerziellen Websites unterscheidet. Anzunehmen ist, dass sich ebenso die Motive der Personen, die diese Art von Websites besuchen, von den Motiven derjenigen unterscheiden, die kommerzielle Angebote konsumieren.

## **Ausblick**

Nichtkommerzielle sexualbezogene Websites werden genutzt für Information und Unterhaltung, für Selbstdarstellung und Kontakte. Sie sind nicht auf Sammlungen kommerzieller Pornografie zu reduzieren. Es lässt sich als Ausdruck von Empowerment und Demarginalisierung interpretieren, dass Frauen paritätisch aktiv partizipieren, Homo- und Bisexualität sowie sexuelle Subkulturen überproportional repräsentiert sind. Die medienspezifischen Merkmale des Internet bietet Frauen wie Männern eine niedrigschwellige Möglichkeit, ihre Sexualitäten zum Ausdruck zu bringen. Damit wird ein neuer sexueller Erfahrungs- und Diskursraum mit zusätzlichen Freiheitsgraden geschaffen, der meist realweltliche Bezüge hat. Die Web-Publikation ermöglicht es den AnbieterInnen, sich mit sexuellen Erfahrungen in einer Weise auseinander zu setzen, wie es in Offline-Kontexten oft nicht oder nicht so gut möglich ist. Sexueller Selbstaussdruck findet hier einen vergleichsweise sicheren Rahmen und erfährt häufig positive Resonanz.

Wünschenswert wären weitere systematische Untersuchungen sowohl zu den Inhalten der Web-Publikationen als auch zu den Motiven und Erfahrungen ihrer AnbieterInnen mit einer größeren Stichprobe. Zudem ließe sich die Untersuchung der Geschlechtsunterschiede mittels eines Gender-Fragebogens, welcher Dimensionen des psychologischen Geschlechts operationalisiert, optimieren. Schließlich könnte eine Betrachtung der Rezipienten-Perspektive das Bild abrunden.

Nichtkommerzielle sexualbezogene Websites besetzen gegenüber kommerziellen Sexangeboten im Netz nur eine Nische. Auch in der Welt der privaten Homepages stellen die sexualbezogenen Websites lediglich eine kleine Teilgruppe dar. Allerdings erfährt das seit Jahren betriebene persönliche Publizieren im Netz durch die Weblogs bzw. Blogs gegenwärtig einen neuen Boom. Im Unterschied zu den klassischen Websites, bei denen es sich trotz der Möglichkeit von Updates um eher statische Publikationen handelt, erlauben Weblogs, deren Beiträge chronologisch geordnet sind, eine komfortable regelmäßige Aktualisierung. Viele Weblogs von Privatpersonen haben Tagebuch-Charakter, und einige thematisieren regelmäßig oder hauptsächlich sexuelle Fantasien, Gefühle und Erfahrungen (so genannte Sex Blogs; vgl. Jakubowski 2005). So bietet beispielsweise der Internet-Katalog *dir.yahoo.com* in der Kategorie „Weblogs“ die Untergruppe „Sex“, mit 55 Einträgen (Mai 2006). Diese besondere Form der Netzpublikation sollte bei weiteren Untersuchungen berücksichtigt werden.

## Literatur

- Adams C. "This is not our fathers' pornography": Sex, lies, and computers. In: Ess C (Hrsg). *Philosophical perspectives on computer-mediated communication*. New York: State University of New York Press, 1996; 147–170
- Cooper A. Sexuality and the internet: Surfing into the new millenium. *CyberPsychol Behav* 1998; 1: 181–187
- Cooper A (Hrsg). *Sex and the internet: A guidebook for clinicians*. Philadelphia, PA: Brunner-Routledge, 2002
- Döring N. Sexualität im Internet. In: Krüger T, Funke J (Hrsg). *Psychologie im Internet*. Weinheim: Beltz, 1998; 70–83
- Döring N. Cybersex aus feministischen Perspektiven: Viktimisierung, Liberalisierung und Empowerment. *Z Frauenforsch Geschlechterstud* 2000; 18 (1/2): 22–48
- Döring N. Öffentliches Geheimnis. *Online-Tagebücher – ein paradoxer Trend im Internet*. *c't Magazin für Computer-Technik* 2001; Heft 2: 88–93 (zit. als 2001 a)
- Döring N. Persönliche Homepages im WWW. Ein kritischer Überblick über den Forschungsstand. *Medien Kommunikationswiss* 2001; 49 (3): 325–349 (zit. als 2001 b)
- Döring N. Internet-Liebe: Zur technischen Mediatisierung intimer Kommunikation. In: Höflich J, Gebhardt J (Hrsg). *Vermittlungskulturen im Wandel: Brief, E-Mail, SMS*. Berlin: Peter Lang Verlag, 2003; 233–264 (zit. als 2003 a)
- Döring N. Politiker-Homepages zwischen Politik-PR und Bürger-Partizipation. *Publizistik – Vierteljahresh Kommunikationsforsch* 2003; 48 (1): 25–46 (zit. als 2003 b)
- Döring N. Sex im Internet: (k)ein Thema für die Klinische Psychologie? In: Ott R, Eichenberg C (Hrsg). *Klinische Psychologie und Internet. Potenziale für klinische Praxis, Intervention, Psychotherapie und Forschung*. Göttingen: Hogrefe, 2003; 271–291 (zit. als 2003 c)
- Döring N. *Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen*. Göttingen: Hogrefe, 2003 (d)
- Dumont K, Frindte W. Content analysis of the homepages of academic psychologists. *Computers Hum Behav* 2005; 21 (1): 73–83

- Eichenberg C. Umgang mit sexuellen Problemen im Internet: Informations-, Beratungs- und Selbsthilfemöglichkeiten für Betroffene. 2001; 3: 367–374
- Eichenberg C. Internetnutzung und Sexualität. Zwischen Selbstbestimmung und Kriminalisierung. In: Rüter W (Hrsg). Internet-Kommunikation und Cyber-Crimes. (In Vorb.)
- Fisher WA, Barak A. Internet pornography: A social psychological perspective on internet sexuality. *J Sex Res* 2001; 38: 312–323
- Griffiths M. Sex on the internet: Observations and implications for internet sex addiction. *J Sex Res* 2001; 4: 333–342
- Hall P. Online psychosexual therapy: A summary of pilot study findings. *Sex Relationship Ther* 2004; 19: 167–178
- Landis JR, Koch GG. The measurement of observer agreement for categorical data. *Biometrics* 1977; 33: 159–174
- Jakubowski M (Hrsg). The mammoth book of sex diaries. The ultimate collection of sex blogs. New York, NY: Carroll and Graf Publishers, 2005
- Lewandowski S. Internetpornographie. *Z Sexualforsch* 2003; 16: 299–327
- McKenna K, Bargh J. Coming out in the age of the internet: Identity “demarginalization” from virtual group participation. *J Pers Social Psychol* 1998; 75 (3): 681–694
- Schetsche M. Sexuelle Botschaften via Internet. Ausgewählte Ergebnisse einer explorativen Studie. In: Gräf L, Krajewski M (Hrsg). *Soziologie des Internet*. Frankfurt/M.: Campus, 1997; 235–256
- Schetsche M. Pornographie im Internet. Phänomenologie und Phantomatik. In: Schmidt G, Strauß B (Hrsg). *Sexualität und Spätmoderne. Über den kulturellen Wandel der Sexualität*. Stuttgart: Enke, 1998; 139–158
- Schneider JP. A qualitative study of cybersex participants: Gender differences, recovery issues, and implications for therapists. *Sex Addict Compuls* 2000; 4: 249–278
- Schwartz MF, Southern S. Compulsive cybersex: The new tea room. *Sex Addict Compuls* 2000; 1/2: 127–144
- Semans A, Winks C. *The woman’s guide to sex on the web*. New York, NY: HarperSanFrancisco, 1999
- Wolz E. Von Verhütung bis Pornographie. Was pro familia im Internet leisten kann. *Pro Familia Magazin* 2002; 30 (4): 4–7

Dr. phil. Christiane Eichenberg  
Institut für Klinische Psychologie und Psychotherapie der Universität zu Köln  
Hönninger Weg 115  
50969 Köln  
eichenberg@uni-koeln.de  
www.christianeichenberg.de

Univ.-Prof. Dr. phil. habil. Nicola Döring  
Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft (IfMK)  
TU Ilmenau  
PF 10 05 65  
98684 Ilmenau  
nicola.doering@tu-ilmenau.de  
www.nicola-doering.de