

» **schwerpunkt – ‚alleinstehend/eigenständig‘**

Melanie Mengel

Alleinerziehende in der Erwachsenenbildung:

Wie kann „Bildung“ an die besonderen Leistungen dieser Familienform anschließen? 15

Seit jeher richtet sich Erwachsenenbildung auch an Eltern, insbesondere Mütter, die mit ihren Kindern alleine leben. Was bedeutet das Leben in dieser Familienform heute und wie können Bildungsangebote an die vielfältigen Lebensrealitäten von Alleinerziehenden anschließen? Der Blick auf das, was Familien bei der Alltagsbewältigung und Beziehungsgestaltung leisten, eröffnet erwachsenenpädagogische Ansatzpunkte, die auch gesellschaftliche Rahmenbedingungen einbeziehen.

Wolfgang Lauterbach, Jana Gläßer

Allein erfolgreich oder allein prekär? Bildungs- und Berufsmerkmale junger Singles 20

Das Leben als Single ist gegenwärtig weit verbreitet. Aufgrund eines ambivalenten Bildes, das von „dem Single“ vorherrscht, ist auch die soziale Lage von Singles meist unklar. In dem Beitrag wird gezeigt, dass das Singledasein für Frauen und Männer, die bis ins mittlere Erwachsenenalter niemals oder nur eine äußerst geringe Zeitspanne in einer Partnerschaft verbracht haben, mit unterschiedlichen Lebenslagen einhergeht.

Christiane Eichenberg, Cornelia Küsel

Singles, Beziehungssuche und Familiengründung im Internet: Motivationen, Besonderheiten und Trends 26

Die Digitalisierung der Lebenswelt hat in den letzten zwanzig Jahren verändert, wie Intimbeziehungen angebahnt, entwickelt und beendet werden. Singles frequentieren das Internet diesbezüglich sehr stark, vor allem die explizit auf sie zugeschnittenen „Börsen“. Welches spezielle Nutzerverhalten lässt sich hier feststellen, wie entwickeln sich die hier geknüpften Beziehungen, welche Besonderheiten weist das Kennenlernen im Internet auf? – Aus psychologischer Perspektive gibt der Artikel einen konzisen Überblick, in welcher Weise es Singles gelingt, digitale sexuelle, romantische und familiäre Beziehungen anzubahnen.

Anne Lenze

Sozioökonomische Anreize für kinderlose Lebenskonzepte und ihre familienpolitische Hypothek 31

Bei der Sozialversicherung werden Unterhaltspflichten gegenüber Kindern ignoriert: Eltern und Kinderlose werden hier zu Unrecht gleich behandelt. Deswegen reißen hohe und weiterhin gestiegene Sozialversicherungsbeiträge ein Loch in die Familienbudgets, insbesondere in den durchschnittlich und niedrig verdienenden Haushalten. Hierin liegt ein häufig übersehener Grund für die auf hohem Niveau stagnierende Kinderarmut in Deutschland.

» **nicht vergessen!**

Petra Herre

Von der Normalbiographie zur Wahlbiographie und dem „Netz der Lebensformen“ 36



» **editorial**

Steffen Kleint
Liebe Leserinnen und Leser, 3

» **aus der praxis**

Joachim Faber
„Single sein links und rechts vom Rhein“ 6

Sabine Zschüttig, Uli Streib-Brzič
„... ob sich die Zeit nachholen lässt?“
Das Modellprojekt Präfix R – Coaching mit inhaftierten Eltern 8

Dietmar Lipkow
Väter in der Familienbildung – Ein Projektbericht..... 11

Franziska Woellert, Kristin Bergmann
Das Evangelische Gütesiegel Familienorientierung stellt sich vor 13

» **einblicke**

Katrin Lattner
Wahlverwandtschaft praktisch: Wie sich Wunschgroßeltern unterstützen lassen..... 37

Halit Öztürk, Sara Reiter
Angebote der Familienbildung im Kontext von Migration 39

Jürgen Luibl
Heilige Sprechblasen. Zum Verhältnis von Comic und Religion 41

Annegret Zander
Wo bleibt die ästhetische Kompetenz? 44

Gertrud Wolf
Nie ganz allein – Singles im Internet 46

» **service**

Filmtipps 48

Nachruf auf Werner Schneider-Quindeau 49

Publikationen 50

Veranstaltungstipps 59

Impressum 62

» Singles, Beziehungssuche und Familiengründung im Internet: Motivationen, Besonderheiten und Trends



Univ.-Prof. Dr.
phil. habil.
Christiane Eichenberg

Leiterin des Instituts für
Psychosomatik

Sigmund Freud Privat-
Universität Wien

kontakt@
christianeichenberg.de



Cornelia Küsel

Wissenschaftliche
Mitarbeiterin und Dozentin
Universität der Bundeswehr
München

cornelia.kuesel@unibw.de

I. Online-Dating: Nutzungshäufigkeit und ökonomische Aspekte

Heute lernt sich weltweit jedes dritte Paar online kennen¹ und im Jahr 2016 hielten 38 % der Deutschen das Internet sogar für den besten Ort, um einen Partner für eine längerfristige Beziehung zu finden.² Das zeigt, es ist inzwischen zu einer Normalvariante des Kennenlernens geworden, via Internet- oder Mobilfunkkommunikation sexuelle und romantische Kontakte aufzubauen und Beziehungen einzugehen. In Deutschland hat schon jeder sechste Internetnutzer ab 14 Jahren mindestens einmal bereits in Online-Singlebörsen oder Dating-Apps nach Partnern gesucht³ – beispielsweise über „Tinder“ mit 2 Millionen Mitgliedern in Deutschland und täglich 8000 neuen. Insgesamt waren in Deutschland vor zwei Jahren rund 8,4 Millionen aktive Nutzer bei Online-Datingbörsen angemeldet⁴. 2015 wurden rund 118 Millionen Mitgliedschaften in entsprechenden Portalen registriert, was dafür spricht, dass aktive Nutzer auf mehreren Plattformen angemeldet sind. Die offensichtlich positive Einstellung gegenüber Online-Dating korreliert jeweils mit der Affinität gegenüber dem Internet und der online verbrachten Zeit, nicht aber mit generellen Einstellungen gegenüber romantischen und sexuellen Beziehungen.⁵

In der Regel funktioniert das Internet über sehr viele kostenlose Angebote, im Bereich des „Online-Dating“ allerdings existiert die Bereitschaft, Geld auszugeben: Online-Datingplattformen haben im Jahr 2015 einen Umsatz von ca. 82 Millionen Euro eingebracht – ganz zu Recht also ist die Rede von einer Vermischung der romantischen Liebe mit ökonomischer Rationalität.⁶ Laut einer Umfrage aus dem Jahr 2016 würden 17 % der befragten Frauen und 14 % der befragten Männer monatlich 11 bis 25 Euro für ein Online-Partnerportal oder eine entsprechende App zahlen, wenn alle gewünschten

Funktionen verfügbar wären⁷. Viele der vor allem in Deutschland verbreiteten Online-Partnerbörsen bieten sogenannte „Premium-Mitgliedschaften“ je nach Anbieter für ca. 50 Euro monatlich an. Dieser Premiumstatus bietet die eigentliche Bandbreite, während die Basis-Mitgliedschaften meistens nur sehr eingeschränkt in ihrer Funktionalität sind.

II. Welche Typen von Online-Partnerbörsen gibt es?

Bei der Betrachtung von Online-Datingangeboten muss zwischen verschiedenen *Typen von Portalen* unterschieden werden, denen dann nach Döring auch verschiedene Formen der Beziehungsanbahnung, -entwicklung und -motivation entsprechen⁸: „Singles“ sind bezeichnenderweise mit den sogenannten „Singlebörsen“ (1) direkt angesprochen, hier stehen lockere Flirtkontakte im Vordergrund (zum Beispiel: <https://www.flirt.de>; <https://www.funflirt.de>); die „Partnerbörsen“ (2) entsprechen am ehesten dem alten Äquivalent der Kontaktanzeige, hier bekommt man potenziell passende, durch Algorithmen ermittelte Partner vorgeschlagen (etwa: <https://www.parship.de>; <https://www.elitepartner.de>); dann gibt es (3) die „Erotik-Dating-/Casual-Dating-Portale“, die unverbindliche Sexkontakte vermitteln wollen (wie z.B. <https://www.c-date.de>; <https://www.secret.de>); daneben noch sogenannte „Nischenanbieter“ (4), das heißt spezialisierte Plattformen mit dem Ziel der Zusammenführung von Menschen mit bestimmten Interessen und Vorlieben (zum Beispiel: <https://kontaktebds.de>; <https://www.fetisch.de>); und schließlich (5) das boomende „Social-Dating“ (etwa: Tinder, Badoo), das meist über das Smartphone betrieben wird und die Besonderheit bietet, dass durch GPS-Dienste die Nutzenden die Möglichkeit haben, sich Kontakte in unmittelbarer Nähe anzeigen zu lassen beziehungsweise standortabhängig zu suchen (das „location-based real-time dating“⁹).

* Quellennachweise finden sich am Ende des Beitrags.

III. Wer nutzt mit welcher Motivation Online-Singlebörsen?

Die nun seit über zwanzig Jahren bestehende psychologische Online-Datingforschung¹⁰ ist in der Lage, eine Reihe von Fragen, gerade auch zum Beziehungsverhalten von „Singles“ im Internet, empirisch fundiert zu beantworten.

Die Nutzung von Online-Datingbörsen ist mit Blick auf *soziodemografische Aspekte* unabhängig von Bildung und Einkommen, und es gibt kaum Unterschiede zwischen Nutzer/inne/n und Nichtnutzer/inne/n bezüglich der sozialen Integration: Nutzer/innen treffen sich in ihrer Freizeit gleich häufig mit Freunden und nehmen ebenso stark am Vereinsleben teil.¹¹

Männer sowie die Altersgruppe zwischen dreißig und fünfzig Jahren, aber auch Jugendliche, nutzen Online-Börsen am intensivsten.¹² Hinsichtlich der Geschlechtsunterschiede im Interaktionsverhalten zeigte sich, dass die Initiierung eines Kontakts mit sehr viel größerer Häufigkeit von den Männern als von den Frauen ausgeht – im Verhältnis von 73 zu 27 %. Umgekehrt nehmen sich die Frauen häufiger als die Männer die Freiheit, auf eine entsprechende Anfrage keine Antwort zu geben.¹⁴ Insgesamt konnten kaum Zusammenhänge zwischen der Nutzung oder gar spezifischen Verhaltensweisen beim Online-Dating und entsprechenden Persönlichkeitsmerkmalen gefunden werden.¹⁵

Die *Nutzungsmotive* beim Online-Dating sind heterogen, man unterteilt sie etwa in intrapsychische Bedürfnisse (Zeitvertrieb, Geborgenheit/Nähe, Selbstbestätigung, Kontrolle) und interpsychische Bedürfnisse (Kommunikation, Flirt, Sex)¹⁶, wobei hier von geschlechtsunterschiedlichen Akzentuierungen auszugehen ist. So suchen Männer eher kurzfristige Beziehungen (mit geringem Commitment) oder sexuelle Abenteuer, während Frauen tendenziell auf der Suche nach eher längerfristigen Beziehungen (auch Freundschaften) und Liebesbeziehungen sind – es gibt auch eigene Online-Partnerbörsen für Singles mit Kinderwunsch (wie: <https://www.match-patch.de/partnersuche/> oder in Dänemark <https://www.loveandkids.dk>). Trotz der geschlechtsspezifischen Trends ist auch deutlich, dass sich sowohl Frauen als auch Männer im Netz jenseits geschlechtsrollenstereotyper Erwartungsmuster bewegen.¹⁷ Eine Befragung an Mitgliedern einer Singlebörse zu den Motiven ihrer Nutzer ergab, dass 20 % der Männer bei der Partnersuche online auch darüber nachdenken, eine Familie zu gründen. Dies traf nur auf sieben Prozent der Frauen zu¹⁸. Dennoch sind auch einige Geschlechtsunterschiede markant, zum Beispiel bei den Präferenzen der Partnerwahl, wo Frauen eine stärkere Präferenz als Männer für das Einkommen als für physische Attribute haben.¹⁹



IV. Sozialpsychologische Betrachtung des Online-Datings

Der *Profilerstellung*, also der Selbstpräsentation mittels „impression management“, kommt bei Online-Datings eine tragende Bedeutung zu.²⁰ Strategien der Selbstpräsentation sind vor allem für die *Beziehungsanbahnung* wichtig, wobei online weit mehr Möglichkeiten bestehen, die Interaktionen strategisch zu planen, als offline. Das „Impression Management“, oder auch Selbstpräsentation, ist ein klassisches Konzept der Sozialpsychologie, das auch auf die Online-Partnersuche angewendet werden kann. Es beschreibt die gezielte Kontrolle des Eindruckes von einem selbst auf andere Menschen²¹. Klohnen und Mendelsohn²² zeigten, dass durch die Darstellung des eigenen idealen Selbst (statt des realen Selbst) die Wahrnehmungen des potentiellen Partners/der potentiellen Partnerin in die Richtung der idealen Selbstkonzeption gelenkt wird. Auf der anderen Seite prüfen interessierte Rezipienten das dargebotene Online-Profil nicht nur hinsichtlich der dort hinterlegten expliziten Angaben und ob diese vertrauensserweckend sind, sondern bewerten auch implizite Details über den sich Darstellenden, wie eine korrekte Ausdrucks- und Schreibweise (auch in privaten Nachrichten), da sie darüber Rückschlüsse auf die Bildung des Profilinhabers ziehen.²³ Die Art und Weise der Präsentation und Deutung von Persönlichkeit ist beim Online-Dating folglich ein sehr komplexer und strategischer Prozess. Nach der „Hyperpersonal Theory“ können Probleme, die mit der Abwesenheit von sozialen Hinweisen und sozialer Präsenz im Internet in Zusammenhang stehen, leicht überwunden, das heißt substituiert werden. Eine Diskrepanz zwischen dem idealen und realen Selbst kann zu einer Verhaltensänderung führen, indem beispielsweise eine Diät durchgeführt und Sport getrieben wird, um mehr tatsächlichen Erfolg beim Online-Dating zu erzielen. Walther, Slovacek und Tidwell²⁴ sehen den Vorteil der computervermittelten Kommunikation darin, dass Menschen strategisch mit ihrer

Selbstpräsentation umgehen können („time for reflection“), was im negativen Fall die Kreation eines falschen oder übertriebenen Selbstbildes, im günstigeren und sehr viel häufigeren Fall²⁵ eine ehrlichere und authentischere Selbstdarstellung begünstigt. Die Weiterentwicklung einer im Netz begonnenen Beziehung folgt einem typischen Schema²⁶ und es gibt verschiedene Theorien zur Frage, welche Effekte das Internet auf die Anbahnung von Beziehung haben kann. Insbesondere Theorien der computervermittelten Kommunikation (CvK), aber auch genuin psychologische Theorien können hier einen konzeptionellen Rahmen bieten.²⁷

Der so genannte „Online-Enthemmungseffekt“ oder „disinhibition effect“²⁸ beschreibt eine Tendenz der Nutzer/innen, sich im Internet freier zu fühlen, ihren Impulsen stärker als in Face-to-Face-Situationen nachzugeben aufgrund der fehlenden beziehungsweise schwächer gefühlten sozialen Kontrolle. Einerseits besteht so die Tendenz, dass eher Geheimnisse, private Details oder intime Gefühle wie Ängste oder Scham enthüllt werden, was bedeutet, dass die Nutzer emotional ehrlicher („benign disinhibition“) sind. Damit geht einher, dass selbst beim ersten Face-to-Face-Treffen die Begegnung so erlebt wird, als träfe man einen alten Freund.²⁹ Andererseits begünstigt der Enthemmungseffekt ebenso raueres, antisoziales Verhalten („toxic disinhibition“) bis hin zum „Cyber Crime Abuse“ (s.u.).

V. Chancen, Erfolge und Risiken von Online-Dating

Online-Beziehungsanbahnung weist im Vergleich zur Offline-Anbahnung eine Reihe von Besonderheiten auf.³⁰ Neben vielen *Vorteilen* des Online-Datings (geografisch und zeitlich unabhängige Partnersuche; mittels präziser Selektionskriterien können vereinfacht Menschen mit gleichen Interessen kennengelernt werden; stärkere Kontrolle der Selbstpräsentation; Begünstigung der primären Initiierung von zahlreichen Beziehungen u.a.³¹) werden auch *Nachteile* diskutiert und Gefahrenbereiche untersucht.

In der Forschung werden aktuell zwei gegensätzliche Hypothesen untersucht: einerseits „rich-get-richer“, das heißt, dass extrovertierte Nutzer/innen und jene, die viele soziale Kontakte haben, auch positive Konsequenzen aus der Internetnutzung erfahren,³² und andererseits „social compensation“, das heißt, dass introvertierte Nutzer/innen mit wenig sozialen Kontakten das Internet zur Kompensation dieser realen Defizite nutzen.³³ Eine Vielzahl an Studien³⁴ konnte die „Rich-get-richer“-Hypothese belegen und zudem deuten andere Studien³⁵ darauf hin, dass die „Rich-get-richer“- und die „Social-compensation“-Hypothesen in Bezug auf Online-Dating eher weniger entscheidend sind, sondern die soziale Beeinflussung, vor allem durch peers, eine größere Rolle bei der Entscheidung spielt,

Online-Dating zu betreiben. Dennoch wird die über das Internet vermittelte Beziehungsanbahnung gegenüber der Face-to-Face-Kontaktaufnahme häufig noch vor allem als defizitär und stark fraglich dargestellt: So wären Online-Beziehungen einerseits täuschungsanfällig und von Unverbindlichkeit, andererseits von unrealistischen Erwartungen geprägt aufgrund potenzieller Idealisierung des Gegenübers als „optimalen Partner“. Andere Autoren betonen das Vorherrschen einer stark kognitiven Orientierung im Sinne der Beurteilung auf der Grundlage möglichst vollständiger Informationen, ob der Partner einem entspricht.³⁶ Als potenzielle *Gefahren* werden neben dem Risiko, vom Gegenüber aufgrund der Besonderheiten des Internetsettings bewusst getäuscht zu werden,³⁷ sexuelle Risiken angeführt,³⁸ wobei diese auch bei offline angebahnten Kontakten bestehen. Weiterhin werden Gefahren für spezifische Gruppen herausgearbeitet (wie „Cyberbullying“ beim Online-Dating unter Jugendlichen³⁹, „Cyber Dating Abuse“⁴⁰, „Romance Scam“ oder „Love Scam“⁴¹). Beim Romance Scam handelt es sich um einen sog. Vorschussbetrug: dem Erschleichen von finanzieller Zuwendung durch die Vortäuschung von Verliebtheit. Mittels gefälschter Profile werden Gefühle ausgenutzt um Geld zu erhalten, z.B. für eine Reise, um sich kennenzulernen. Wenn das Opfer dann das Geld zahlt, kommt es zu keinem Treffen, sondern es wird immer wieder verschoben und weitere Geldforderungen kommen hinzu. Nur, wenn das Opfer kein Geld mehr zahlt, weil der Betrugsverdacht aufkommt, endet auch der Kontakt und das Online-Profil des sog. „Scammers“ verschwindet.

Bereits 2000 aber zeigte Döring mit einer Analyse von Cyberliebespaaren, die ihre Beziehungsverläufe dokumentiert haben (von $N = 109$ Online-Erfahrungsberichten), dass sich die meisten im Internet angebahnten Beziehungen gut entwickelten.⁴² Auch Befragungsstudien belegen, dass die Nutzung von Online-Partnerbörsen in eine feste Partnerschaft münden kann (bei 30 % der Männer und 33 % der Frauen) und dass eine Partnerschaft, die über soziale Netzwerke angebahnt wurde, keinem höheren Scheidungs- beziehungsweise Trennungsrisiko ausgesetzt ist und genauso glücklich eingeschätzt wird wie Beziehungen, die offline angebahnt wurden.⁴³

VI. Möglichkeiten der Familiengründung als Single mithilfe des Internet

Moderne Medien ermöglichen nun nicht nur eine/n Partner/in zu finden, sondern vereinfachen auch die Optionen für moderne Formen des Zusammenlebens.

Das Internet unterstützt die Pluralisierung von Familiengründungen. Diesbezüglich reichen die Möglichkeiten von Eizell- und Samenspenden für heterosexuelle Paare mit Fruchtbarkeitspro-



blemen, für homosexuelle Paare, aber eben auch für Singles. Um für sie Wege der Familiengründung anzubahnen, gibt es eine Vielzahl an Online-Angeboten.

Singlefrauen, die aufgrund rechtlicher Einschränkungen ohne Partner oder Partnerin kein Kind adoptieren oder über eine Samenspende auf offiziellem Wege bekommen können, können privat per App (zum Beispiel: <https://www.justababy.com/>) oder auf dafür ausgerichteten Webseiten (wie: <https://www.co-parentmatch.com/how-it-works.aspx>) nach geeigneten Samenspendern suchen. Spender hinterlegen auf diesen Portalen persönliche Profile mit ihren Eigenschaften, so dass an einer Samenspende Interessierte diese abrufen und Kontakt aufnehmen können. Diese sogenannten „connection websites“ vervielfachen die Möglichkeiten für Samenspenden, mittlerweile sind mehr Samenspenden über diese Webseiten als in Kliniken registriert.⁴⁴ Dies hängt unter anderem mit der Zunahme an weiblichen Singles zusammen, die auf diese Weise ihren Kinderwunsch umsetzen möchten. Es gibt allerdings auch nicht unberechtigte Befürchtungen angesichts der rasant gewachsenen privaten Portale, denn diese sind nicht wie eine offizielle Samenbank in einer Klinik kontrollierbar. Weder die getroffenen Arrangements noch die medizinischen und persönlichen Faktoren können überprüft werden. Die Portale empfehlen zwar den Abschluss von Verträgen, HIV-Test etc., aber die Einhaltung obliegt den Nutzern.

Weitere Möglichkeiten zur Anbahnung einer Eizellspende für Singlefrauen bieten etwa amerikanische oder griechische Internetagenturen. Angeboten wird auch die Initiierung einer Leihmutterchaft (zum Beispiel in Belgien, Großbritannien, USA) über entsprechende Online-Portale.⁴⁵

Singlemänner, die einen Kinderwunsch haben, aber keine Partnerschaft eingehen möchten, können in Form des sogenannten „Co-Parenting“ ein biologisch eigenes Kind aufziehen. Dazu ist es möglich, online auf dafür eigens eingerichteten Webseiten (etwa: <https://www.coparents.com>) nach einer passenden Frau zu suchen und Kontakt aufzunehmen, um mit ihr ein Kind zu zeugen und dann gemeinsam in enger Abstimmung – jedoch ohne damit verbundener Beziehungsverpflichtung – aufzuziehen.

VII. Fazit

Das Internet ist ein Raum, in dem plurale Lebensstile geäußert und sich je nach den eigenen Vorstellungen und Bedürfnissen spezifisch vernetzt werden kann. Dass moderne Medien dieses Potenzial haben, bietet auch Singles, Paaren wie Familien die Chance des Empowerments ihrer ganz individuellen Lebenskonzepte. Für Singles – mit und ohne Kinderwunsch – bieten vor allem auch mobile Anwendungen neue Optionen für die Partnersuche, aber auch für den Austausch unter Gleichgesinnten. Immer mehr Singles haben sich bewusst für diese Lebensform entschieden und möchten sich nicht als marginalisiert und benachteiligt verstanden wissen. Verstärkt setzen sie sich auch politisch für ihre Interessen ein (zum Beispiel Pro Single Schweiz unter: <http://prosingleschweiz.ch/topics/laquoan-soll-te-sich-mal-um-die-alleinstehenden-kuemmern/>).

Insgesamt konstituieren die damit verbundenen Fragen des Einflusses des Internet ein vielschichtiges wie interdisziplinäres Forschungsfeld, das von Soziologen, Psychologen, Pädagogen, Kommunikationswissenschaftlern, Medienethikern und -wirten usw. gemeinsam weiterbearbeitet werden muss.

- ¹ Vgl. Hogan, B.J./Li, N./Dutton, W.H. (2011): A Global Shift in the Social Relationships of Networked Individuals: Meeting and Dating Online Comes of Age. Oxford.
- ² Vgl. Statista (2016): Was ist Ihrer Meinung nach der beste Weg einen Partner/eine Partnerin für eine feste Beziehung zu finden? <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/510944/umfrage/bester-weg-einen-partner-eine-partnerin-fuer-eine-langfristige-beziehung-zu-finden/>
- ³ Vgl. Bitkom (2015); <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/9-Millionen-Deutsche-haben-Partner-im-Internet-gesucht.html>
- ⁴ Vgl. Statista (2015b): Anzahl der aktiven Nutzer von Online-Dating-Börsen in den Jahren 2003 bis 2015 (in Millionen). <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/76504/umfrage/anzahl-der-nutzer-von-online-dating-boersen-seit-2003/>
- ⁵ Anderson T. L. (2005): Relationships among Internet attitudes, internet use, romantic beliefs, and perceptions of online romantic relationships. In: *Cyberpsychology & Behavior* 8, S. 521–531.
- ⁶ Vgl. Dröge, K./Voiron, O. (2011): Online-Dating. Zwischen romantischer Liebe und ökonomischer Rationalität. In: *Zeitschrift für Familienforschung* 23(3), S. 337–357.
- ⁷ Statista (2017): Wenn ein Partnerportal bzw. eine Dating-App alle Leistungen erfüllen würde, die Ihnen wichtig sind, was wären Sie dann bereit im Monat für eine Mitgliedschaft zu bezahlen? <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/666188/umfrage/umfrage-zu-der-zahlungsbereitschaft-fuer-partnerportale-und-dating-apps-in-deutschland-nach-geschlecht/> Das meistgenutzte Endgerät in Deutschland für Single-Börsen ist das Smartphone. Vgl. Statista (2017): Welche Endgeräte nutzen Sie für Online-Dating-Dienste? <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/672315/umfrage/nutzung-von-online-dating-diensten-nach-endgeraeten/>
- ⁸ Vgl. Döring, N. (2000): Romantische Beziehungen im Netz. In K. Thimm (Hrsg.): *Soziales im Netz. Sprache, Beziehungen und Kommunikationskulturen im Netz*. Opladen, S. 39–70.
- ⁹ Vgl. Handel, M. J./Shklovski, I. (2012): Disclosure, ambiguity and risk reduction in real-time dating sites. In: *GROUPE '12 Proceedings of the 17th ACM international conference on Supporting group work*, S. 175–178. doi: 10.1145/2389176.2389203.
- ¹⁰ Aretz, W./Gansen-Ammann, D.-N./Mierke, K./Musiol, A. (2017): Date me if you can: Ein systematischer Überblick über den aktuellen Forschungsstand von Online-Dating. In: *Zeitschrift für Sexualforschung* 30, S. 7–34. doi: 10.1055/s-0043-101465.
- ¹¹ Brym, R. J./Lenton, R. L. (2001): *Love Online: A report on digital dating in Canada*. Report. Verfügbar unter: <http://projects.chass.utoronto.ca/brym/loveonline.pdf>
- ¹² Vgl. Skopek, J. (2012): Partnerwahl im Internet. Eine quantitative Analyse von Strukturen und Prozessen der Online-Partnersuche. Wiesbaden; Valkenburg, P. M./Peter, J. (2007): Who visits online dating sites? Exploring some characteristics of online daters. In: *Cyberpsychology and Behavior* 10, S. 849–852. doi: 10.1089/cpb.2007.9941
- ¹³ Vgl. Anm. 12 sowie Fiore, A.T./Donath, J.S. (2005): Homophily in online dating: when do you like someone like yourself? In: *CHI EA '05 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems*. Portland, S. 1371–1374. Verfügbar unter: http://smg.media.mit.edu/papers/atf/fiore_donath_chi2005_short.pdf. doi: 10.1145/1056808.1056919.
- ¹⁴ Vgl. Anm. 14 & Fiore, A. T. (2004): Romantic Regressions: An analysis of behavior in online dating systems. Massachusetts Institute of Technology.
- ¹⁵ Vgl. Blackhart, G. C./Fitzpatrick, J./Williamson, J. (2014): Dispositional factors predicting use of online dating sites and behaviors related to online dating. In: *Computers in Human Behavior* 33, S. 113–118.
- ¹⁶ Vgl. Aretz, W. (2016): Match me if you can: Eine explorative Studie zur Beschreibung der Nutzung von Tinder. In: *Journal of Business and Media Psychology*, 1. <http://journal-bmp.de/2015/12/match-me-if-you-can-eine-explorative-studie-zur-beschreibung-der-nutzung-von-tinder/>
- ¹⁷ Vgl. Döring, N. (2000): Feminist Views of Cybersex: Victimization, Liberation, and Empowerment. In: *CyberPsychology & Behavior* 3(5), S. 863–884. doi: 10.1089/10949310050191845.
- ¹⁸ Bildkontakte.de (2016): Single Perspektiven 2016. https://www.bildkontakte.de/pics/wordpress-content/glossar/de_DE/uploads/2014/09/Singlestudie_2016.pdf
- ¹⁹ Vgl. Hitsch, G.J./Hortacsu, A./Ariely, D. (2010): What makes you click? – Mate preferences in online-dating. In: *Quantitative Marketing and Economics* 8(4), S. 393–427.
- ²⁰ Vgl. Ellison, N./Heino, R./Gibbs, J. (2006): Managing Impressions Online: Self-Presentation Processes in the Online Dating Environment. In: *Journal of Computer-Mediated Communication* 11, S. 415–441.
- ²¹ Vgl. Chester, A./Bretherton, D. (2007): Impression management and identity online. In: *Joinson, A./McKenna, K./Postems, T./Reips, U.-D.: The Oxford Handbook of Internet Psychology*, S. 223–236.
- ²² Vgl. Klohnen, E. C./Mendelsohn, G. A. (1998): Partner selection for personality characteristics: A couple-centered approach. In: *Personality & Social Psychology Bulletin* 24(3), S. 268.
- ²³ Vgl. Derlega, V./Winstead, B./Wong, P./Greenspan, M. (1987): Self-disclosure and relationship development: An attributional analysis. In: *Roloff, M. E./Miller, G. R. (Hrsg.): Interpersonal Processes: New Directions in Communication Research*. Thousand Oaks, CA, S. 172–187.
- ²⁴ Walther, J. B./Slovacek, C. L./Tidwell, L. C. (2001): Is a picture worth a thousand words? Photographic images in long-term and short-term computer-mediated communication. In: *Communication Research* 28, S. 105–134. doi: 10.1177/009365001028001004.
- ²⁵ Vgl. Döring, N. (2003): Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen im Internet. Göttingen; Heller, J./Dresing, T. (2001): Chat – Kommunikationsmedium mit Entwicklungspotential. In: *Bader, R./Schindler, W./Eckmann, B. (Hrsg.): Bildung in virtuellen Welten – Praxis und Theorie außerschulischer Bildung mit Internet und Computer*. Frankfurt a. M., S. 83–90.
- ²⁶ Zu idealtypischen Abläufen vgl. z.B.: Döring, N. (2010): Wie wir Liebes- und Sexualpartner im Internet finden: Der aktuelle Forschungsstand. In: *PsychoSozial* 4, S. 33–49.
- ²⁷ Ausführlich vgl. Whitty, M. T. (2008): Revealing the 'real' me, searching for the 'actual' you: Presentations of self on an internet dating site. In: *Computers in Human Behavior* 24, S. 1707–1723. doi: 10.1111/j.1752-0606.2008.00088.x.
- ²⁸ Vgl. Suler, J. (2004): The Online Disinhibition Effect. In: *Cyberpsychology and Behavior* 7, S. 321–326.
- ²⁹ Vgl. Huels, D. J. (2011): Beginning romantic relationships online: A phenomenological examination of Internet couples. In: *Dissertation Abstracts International: Section B: The Sciences and Engineering* 72(5-B), S. 3135.
- ³⁰ Vgl. Finkel, E. J./Eastwick, P. W./Karney, B. R./Reis, H. T./Sprecher, S. (2012): Online-Dating: A critical analysis from the perspective of psychological science. In: *Psychological Science in the Public Interest* 13, S. 3–66. doi: 10.1177/15291061243652; https://www3.nd.edu/~ghaeffel/OnlineDating_Aron.pdf; Rosen, L. D./Cheever, N. A./Cummings, C./Felt, J. (2008): The impact of emotionality and self-disclosure on online dating versus traditional dating. In: *Computers in Human Behavior* 24, S. 2124–2157. <http://www.csudh.edu/psych/+FINAL%20ONLINE%20DATING%20ARTICLE%20IN%20PRESS%20VERSION%20-%20Rosen,%20Cheever,%20Cummings,%20Felt.pdf>
- ³¹ Vgl. Eichenberg, C. (2010): Zusammen – getrennt: Paarbeziehungen im Internet aus medienpsychologischer und psychodynamischer Perspektive. In: *Soeffner, H. G. (Hrsg.): Unsichere Zeiten. Herausforderungen gesellschaftlicher Transformationen. Verhandlungen des 34. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in Jena 2008*. Wiesbaden (CD-ROM).
- ³² Vgl. Kraut, R./Kiesler, S./Boneva, B./Cummings, J./Helgeson, V./Crawford, A. (2002): Internet paradox revisited. In: *Journal of Social Issues* 58, S. 49–74.
- ³³ Vgl. Bargh, J. A./McKenna, K. Y. A. (2004): The Internet and Social Life. In: *Annual Review of Psychology* 55, S. 573–590. doi: 10.1146/annurev.psych.55.090.902.141922.
- ³⁴ Etwa: Abbas, R./Mesch, G. (2016): Do rich teens get richer? Facebook use and the link between offline and online social capital among Palestinian youth in Israel. In: *Information, Communication & Society*. doi: 10.1080/1369.118X.2016.1261168; Lee, S. J. (2009): Online Communication and Adolescent Social Ties: Who benefits more from Internet use? In: *Journal of Computer-Mediated Communication* 14, S. 509–531. doi: 10.1111/j.108.3-6101.2009.01451.x
- ³⁵ Vgl. Stinson, S./Jeske, D. (2016): Exploring online dating preferences in line with the "social compensation" and "rich-get-richer hypothesis". In: *International Journal of Cyber Behavior, Psychology and Learning* 6, S. 75–87. doi: 10.4018/IJCBPL.2016100106; Poley, M. E./Luo, S. (2012): Social compensation or rich-get-richer? The role of social competence in college students' use of the Internet to find a partner. In: *Computers in Human Behavior* 28, S. 414–419. doi: 10.1016/j.chb.2011.10.012.
- ³⁶ Vgl. Geser, H./Bühler, E. (2006): Partnerwahl Online. http://socio.ch/intcom/t_hgeser15.htm
- ³⁷ Vgl. Lo, S.-H./Hsieh, A.-Y./Chiu, Y.-P. (2013): Contradictory deceptive behavior in online-dating. In: *Computers in Human Behavior* 29(4), S. 1755–1762. doi: 10.1016/j.chb.2013.02.010.
- ³⁸ Vgl. Couch, D./Liamputtong, P./Pitts, M. (2012): What are the real and perceived risks and dangers of online dating? Perspectives from online daters. In: *Health, Risk & Society* 14, S. 697–714. doi: 10.1080/13698575.2012.720964.
- ³⁹ Vgl. Alvarez, A. R. G. (2012): "IH8U": Confronting Cyberbullying and exploring the use of Cybertools in teen dating relationships. In: *Journal of Clinical Psychology* 68, S. 1205–1215. doi: 10.1002/jclp.21920.
- ⁴⁰ Vgl. Zweig, J.M./Dank, M./Yahner, J./Lachmann, P. (2013): The rate of cyber dating abuse among teens and how it relates to other forms of teen dating violence. In: *Journal of Youth and Adolescence* 42(7), S. 1063–1077. doi: 10.1007/s10964-013-9922-8.
- ⁴¹ Vgl. Wahr, D. (2013): *Liebe auf Anzahlung. Vorschussbetrug und Internet-Scam*. Norderstedt; Whitty, M. T. (2016): Do You Love Me? Psychological Characteristics of Romance Scam Victims. In: *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. doi: 10.1089/cyber.2016.0729.
- ⁴² Vgl. Döring, N. (2000b): Romantische Beziehungen im Netz. In: *Thimm, K. (Hrsg.): Soziales im Netz. Sprache, Beziehungen und Kommunikationskulturen im Netz*. Opladen, S. 39–70.
- ⁴³ Vgl. Hall, J. A. (2014): First comes social networking, then comes marriage? Characteristics of Americans married 2005–2012 who met through social networking sites. In: *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* 17, S. 322–326. doi: 10.1089/cyber.2013.0408; Wolf, H./Spinath, F. M./Fuchs, C. (2005): Kontaktsuche im Internet: Erfolgsfaktoren und die Rolle der Persönlichkeit. In: *Renner, K.-H./Schütz, A./Machilek, F. (Hrsg.): Internet und Persönlichkeit*. Göttingen, S. 205–219; Baker, A. J. (2004): Double Click: Romance and Commitment among Online Couples. *Cresskill, N. J.*
- ⁴⁴ Vgl. Freeman, T./Jadva, V./Tranfield, E./Golombok, S. (2016): Online sperm donation: a survey of the demographic characteristics, motivations, preferences and experiences of sperm donors on a connection website. In: *Human Reproduction* 31, S. 2082–2089. doi: 10.1093/humrep/dew166.
- ⁴⁵ Vgl. Keehn, J./Howell, E./Sauer, M. V./Klitzman, R. (2015): How agencies market egg donation on the internet: A qualitative study. In: *The Journal of Law, Medicine & Ethics* 43(3), S. 610–618. doi: 10.1111/jlme.12303; Berend, Z. (2016): *The Online World of Surrogacy*. New York, Oxford.



Mehr **forum erwachsenenbildung**?

Hat dieser Artikel Ihnen gefallen?

Wenn Sie regelmäßig über Bildung im Lebenslauf aus wissenschaftlicher, praxisnaher, bildungspolitischer und evangelischer Perspektive informiert werden möchten, abonnieren Sie **forum erwachsenenbildung**:

Abo bestellen Print oder online

(öffnet eine E-Mail-Vorlage an order@waxmann.com)

- Print:** 4 Ausgaben pro Jahr, Jahresabo 25,- € zzgl. Versandkosten, inkl. Online-Zugang (freier Zugriff auf alle Ausgaben ab 2015)
- Online:** 4 Ausgaben pro Jahr (PDF), Jahresabo 20,- € (freier Zugriff auf alle Ausgaben ab 2015)



www.waxmann.com/forumerwachsenenbildung

DEAE WAXMANN