

RESEARCH

Doreen Zillmann

# Von kleinen Lügen und kurzen Beinen

Selbstdarstellung bei der  
Partnersuche im Internet



Springer VS

---

# Von kleinen Lügen und kurzen Beinen



---

Doreen Zillmann

# Von kleinen Lügen und kurzen Beinen

Selbstdarstellung bei der Partnersuche  
im Internet



Springer VS

Doreen Zillmann  
Nürnberg, Deutschland

Diese Arbeit hat der Fakultät Sozial- und Wirtschaftswissenschaften der Otto-Friedrich-Universität Bamberg als Dissertation vorgelegen.

1. Gutachter: Prof. Dr. Hans-Peter Blossfeld

2. Gutachter: Prof. Dr. Karl Lenz

Tag der mündlichen Prüfung: 25.09.2015

ISBN 978-3-658-13880-6

ISBN 978-3-658-13881-3 (eBook)

DOI 10.1007/978-3-658-13881-3

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

Springer VS

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2016

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

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

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer VS ist Teil von Springer Nature

Die eingetragene Gesellschaft ist Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

# Danksagung

Diese Arbeit wäre in der vorliegenden Form ohne die Unterstützung und Anregung verschiedener Menschen nicht möglich gewesen. Zu allererst möchte ich Prof. Hans-Peter Blossfeld danken. Durch ihn erhielt ich die Möglichkeit, in einem fachlich exzellenten Umfeld sozialforschend tätig zu sein. Prof. Karl Lenz danke ich für das entgegengebrachte Interesse an meiner Arbeit und die ausführlichen und anregenden Gespräche. Prof. Cornelia Kristen danke ich für die Übernahme der Drittbegutachtung meiner Arbeit. Danken möchte ich auch Prof. Sandra Buchholz, die mich beim Abschluss dieser Arbeit unterstützt hat, in dem sie mir Freiräume ließ, die für ein zügiges Vorankommen unentbehrlich waren.

Ein besonderer Dank geht an meine beiden ehemaligen Kollegen Dr. Andreas Schmitz und Dr. Jan Skopek, mit denen ich gemeinsam die von der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) geförderten Projekte zur Partnerwahl im Internet bearbeitet habe. Im Rahmen dieser beiden Projekte ist meine Arbeit entstanden. Ich danke euch für die gute Zusammenarbeit, die ich sehr geschätzt habe und die mir sehr viel Spaß gemacht hat. Der DFG danke ich für die finanzielle Unterstützung der beiden Forschungsprojekte. Unserem Kooperationspartner, einem Online-Dating-Anbieter, danke ich für die Bereitstellung anonymisierter Daten zur Online-Partnersuche.

Mein Dank gilt weiterhin den ehemaligen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Lehrstuhls für Soziologie I an der Universität Bamberg, insbesondere sind hier Dr. Valerie Heintz-Martin, Prof. Thorsten Schneider, Dr. Lydia Kleine, Anna Dechant, Dr. Sandra Buchler, Johanna Dämmrich, Nicole Luplow, Markus Zielonka, Erbil Yilmaz und Susann Sachse-Thürer zu erwähnen. Meinen Interviewpartnern danke ich für die detaillierten und interessanten Einblicke in ihre Erlebnisse und Erfahrungen mit dem Online-Dating. Melanie Scholz danke ich für die formale Korrektur meiner Arbeit.

Ganz besonders danken möchte ich meinem Mann Peter, meiner Familie und meinen Freunden. Sie haben mich gewiss am meisten bei der Anfertigung dieser Arbeit unterstützt. Ich danke euch für eure Zuneigung, euer Verständnis und den Rückhalt während der letzten Jahre.



# Inhaltsverzeichnis

<b>Tabellenverzeichnis .....</b>	<b>9</b>
<b>Abbildungsverzeichnis.....</b>	<b>11</b>
<b>1 Einleitung.....</b>	<b>13</b>
<b>2 Theoretische Überlegungen zum Prozess der Partnerwahl.....</b>	<b>19</b>
2.1 Familienökonomische Überlegungen .....	21
2.2 Austauschtheoretische Überlegungen.....	23
2.3 Erweiterung der austauschtheoretischen Grundlagen um suchtheoretische Überlegungen .....	31
2.4 Zur Bedeutung des Handlungskontextes .....	32
2.5 Überblick über empirische Studien zur Partnerwahl .....	35
<b>3 Theoretische Überlegungen zur Selbstdarstellung.....</b>	<b>41</b>
3.1 Die Bedeutung der Selbstdarstellung im Interaktionsprozess.....	41
3.2 Täuschung als kommunikative Strategie .....	49
<b>4 Selbstdarstellung bei der Partnersuche im Internet .....</b>	<b>59</b>
4.1 Das Internet als Partnermarkt .....	60
4.1.1 Was sind Online-Kontaktbörsen?.....	61
4.1.2 Wer nutzt Online-Kontaktbörsen?.....	62
4.1.3 Zur Funktionsweise von Online-Kontaktbörsen.....	65
4.1.4 Strukturmerkmale des Online-Partnermarktes .....	67
4.2 Implikationen der Strukturmerkmale des Online-Partnermarktes für die Selbstdarstellung auf Online-Kontaktbörsen.....	83
4.3 Stand der Forschung zur Selbstdarstellung beim Online-Dating.....	89
4.4 Strategische Dimension unwahrhafter Selbstdarstellung auf Online-Kontaktbörsen.....	96
4.5 Zur Erwartung gegengeschlechtlicher Partnerpräferenzen .....	101



---

<b>5</b>	<b>Datengrundlage .....</b>	<b>105</b>
5.1	Prozessproduzierte Daten einer Online-Kontaktbörse .....	105
5.2	Befragungsdaten: Online-Umfrage zur Partnersuche im Internet.....	112
5.3	Qualitative Interviews.....	124
<b>6</b>	<b>Ausfallanalyse der Befragungsdaten .....</b>	<b>137</b>
6.1	Einleitung.....	137
6.2	Theoretische Überlegungen und Hypothesen .....	139
6.3	Methodisches Vorgehen .....	147
6.4	Ergebnisse.....	153
6.5	Zusammenfassung und allgemeine Schlussfolgerung .....	162
6.6	Schlussfolgerung für die nachfolgenden Untersuchungen auf Basis der Befragungsdaten.....	164
<b>7</b>	<b>Explikation der Täuschungsformen auf Online-Kontaktbörsen .....</b>	<b>171</b>
7.1	Einleitung.....	171
7.2	Methodisches Vorgehen .....	172
7.3	Ergebnisse.....	173
7.3.1	Akteure auf Partnersuche .....	174
7.3.2	Spaßprofile, Experimentierer und Marktwerttester .....	187
7.3.3	Virtuelle Identitäten.....	192
7.3.4	Kriminelle Akteure.....	194
7.4	Zusammenfassung und Schlussfolgerung.....	199
<b>8</b>	<b>Unwahrhaftige Selbstdarstellungen beim Online-Dating .....</b>	<b>205</b>
8.1	Einleitung.....	205
8.2	Methodisches Vorgehen .....	205
8.3	Zur Verbreitung unwahrhaftiger Profildarstellungen.....	211
8.4	Zum Ausmaß unwahrhaftiger Profildarstellungen.....	222
8.5	Zur strategischen Dimension unwahrhaftiger Profildarstellungen....	241
<b>9</b>	<b>Zusammenfassung, Diskussion und Ausblick.....</b>	<b>251</b>
	<b>Anhang .....</b>	<b>259</b>
	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>291</b>

# Tabellenverzeichnis

Tabelle 5.1:	Beschreibung der Nutzerpopulation der Kontaktbörse .....	108
Tabelle 5.2:	Beschreibung der Analytestichprobe entlang soziodemographischer Merkmale.....	114
Tabelle 5.3:	Beschreibung der Interviewpartner entlang soziodemographischer Merkmale.....	129
Tabelle 5.4:	Beschreibung der Interviewpartner anhand ihres Nutzungsgrundes und ihrer Online-Dating-Erfahrung .....	131
Tabelle 5.5:	Beschreibung der interviewten Experten.....	135
Tabelle 6.1:	Ausschöpfung der Online-Befragung zur Partnersuche im Internet.....	149
Tabelle 6.2:	Logistische Regressionsmodelle zur Teilnahme an der Online-Befragung.....	159
Tabelle 6.3:	Beschreibung der Gewichtungvariable .....	170
Tabelle 7.1:	Übersicht über die explizierten Täuschungsformen im Online-Dating .....	199
Tabelle 8.1:	Unwahrhaftige Selbstdarstellung im eigenen Nutzerprofil.....	211
Tabelle 8.2:	Erfahrene unwahrhaftige Selbstdarstellung anderer Nutzer.....	215
Tabelle 8.3:	Vergleich der Profil- und Befragungsangaben.....	220
Tabelle 8.4:	Komplementäre Log-log-Regression zur unwahrhaftigen Profildarstellung des Bildungsniveaus .....	245
Tabelle 8.5:	Komplementäre Log-log-Regression zur unwahrhaftigen Profildarstellung des Körpergewichts .....	247
Tabelle 8.6:	Komplementäre Log-log-Regression zur unwahrhaftigen Profildarstellung der Körpergröße.....	249
Tabelle A.1:	Beschreibung der <i>aktiven</i> Nutzerpopulation der Kontaktbörse anhand von Profilmerkmalen.....	259
Tabelle A.2:	Interviewleitfaden zur Befragung der Kontaktbörsennutzer .....	261

---

Tabelle A.3:	Dokumentationsbogen.....	269
Tabelle A.4:	Transkriptionsregeln.....	272
Tabelle A.5:	Ausschöpfung der Online-Befragung nach Geschlecht.....	273
Tabelle A.6:	Stichprobenbeschreibung (Bereinigte Bruttostichprobe).....	274
Tabelle A.7:	Minimaler Zeitabstand zwischen Profilmessung und Beantwortung des Fragebogens (in Tagen).....	277
Tabelle A.8:	Ausmaß abweichender Profildarstellung in den Merkmalen Größe, Gewicht und Alter.....	280
Tabelle A.9:	Einfluss der Körpergröße auf die Profildarstellung der Körpergröße.....	281
Tabelle A.10:	Einfluss des Körpergewichts auf die Profildarstellung des Körpergewichts.....	282
Tabelle A.11:	Einfluss des Alters auf die Profildarstellung des Alters.....	283
Tabelle A.12:	Einfluss des Beziehungswunsches auf die Profildarstellung des Beziehungswunsches.....	284
Tabelle A.13:	Einfluss des Familienstandes auf die Profildarstellung des Familienstandes.....	285
Tabelle A.14:	Einfluss des Beziehungsstatus auf die Profildarstellung des Beziehungsstatus.....	286
Tabelle A.15:	Einfluss der Kinderzahl auf die Profildarstellung der Kinderzahl.....	287
Tabelle A.16:	Einfluss des Schulabschlusses auf die Profildarstellung des Schulabschlusses.....	288
Tabelle A.17:	Einfluss des Ausbildungsabschlusses auf die Profildarstellung des Ausbildungsabschlusses.....	289

# Abbildungsverzeichnis

Abbildung 5.1:	Beziehungswünsche der Online-Dater .....	116
Abbildung 5.2:	Bekundete Partnerpräferenzen .....	118
Abbildung 6.1:	Teilnahme an der Online-Befragung nach Profilmerkmalen.....	154
Abbildung 6.2:	Teilnahme an der Online-Befragung hinsichtlich der Kontrollvariablen .....	157
Abbildung 8.1:	Erfahrene unwahrhaftige Selbstdarstellung anderer Nutzer.....	213
Abbildung 8.2:	Ausmaß abweichender Profildarstellung der Körpergröße .....	223
Abbildung 8.3:	Profildarstellung der Körpergröße in Abhängigkeit der Körpergröße und des Geschlechts.....	226
Abbildung 8.4:	Ausmaß abweichender Profildarstellung des Körpergewichts .....	227
Abbildung 8.5:	Profildarstellung des Körpergewichts in Abhängigkeit des Körpergewichts und des Geschlechts .....	229
Abbildung 8.6:	Ausmaß abweichender Profildarstellung des Alters.....	230
Abbildung 8.7:	Profildarstellung des Alters in Abhängigkeit des Alters und des Geschlechts .....	232
Abbildung 8.8:	Profildarstellung des Beziehungswunsches in Abhängigkeit des Beziehungswunsches und des Geschlechts .....	234
Abbildung 8.9:	Profildarstellung des Familienstandes in Abhängigkeit des Familienstandes und des Geschlechts .....	235
Abbildung 8.10:	Profildarstellung des Beziehungsstatus in Abhängigkeit des Beziehungsstatus und des Geschlechts .....	236
Abbildung 8.11:	Profilangabe zu Kindern in Abhängigkeit bereits vorhandener Kinder und des Geschlechts .....	237

---

Abbildung 8.12:	Profildarstellung des Schulabschlusses in Abhängigkeit des Schulabschlusses und des Geschlechts .....	238
Abbildung 8.13:	Profildarstellung des Ausbildungsabschlusses in Abhängigkeit des Ausbildungsabschlusses und des Geschlechts .....	240
Abbildung A.1:	Informationsblatt zum Forschungsprojekt und Datenschutz .....	264
Abbildung A.2:	Einwilligungserklärung .....	266
Abbildung A.3:	Kurzfragebogen .....	267
Abbildung A.4:	Interviewleitfaden zur Expertenbefragung .....	270
Abbildung A.5:	Verteilung der Gewichte .....	276
Abbildung A.6:	Minimaler Zeitabstand zwischen Profilmessung und Beantwortung des Fragebogens (in Tagen), aktive Nutzer der Analytestichprobe .....	278
Abbildung A.7:	Minimaler Zeitabstand zwischen Profilmessung und Beantwortung des Fragebogens (in Tagen), nur aktive Nutzer mit Profiländerungen .....	279

# 1 Einleitung

Das Internet bietet seit einigen Jahren neue Gelegenheiten zur Partnersuche. Es eröffnet verschiedene Möglichkeiten der (virtuellen) Begegnung, des Kennenlernens und der Kommunikation. Als spezielle Orte der Partnersuche haben sich Online-Kontaktbörsen herausgebildet, die sich von anderen so genannten Social Network-Seiten dadurch unterscheiden, dass sie explizit auf die Partnersuche oder Partnervermittlung ausgerichtet sind. In gewisser Weise übernehmen Online-Kontaktbörsen dabei die Funktion der früheren Heiratsannoncen; sie gehen im Hinblick auf die sich den Nutzern bietenden vielfältigen Möglichkeiten aber weit darüber hinaus. In Deutschland suchen mittlerweile über acht Millionen Menschen online nach einem Partner (Moucha et al. 2012). Dabei soll es im deutschsprachigen Raum inzwischen etwa 2.700 Online-Kontaktbörsen geben (vgl. Geser 2007). Bereits diese Zahlen verdeutlichen, dass sich das Internet zu einem bedeutenden Partnermarkt entwickelt hat (vgl. auch Lea und Spears 1995; Merkle und Richardson 2000; Ben-Ze'ev 2004; Schulz und Zillmann 2009; Hogan et al. 2011).

Um die Möglichkeiten zur Partnersuche, die das Internet speziell in Form von Online-Kontaktbörsen bereitstellt, nutzen zu können, müssen sich die Nutzer zunächst auf der Plattform registrieren. Im Zuge dessen gibt sich jeder Nutzer ein selbst gewähltes Pseudonym, das seine eindeutige Identifizierung auf der Plattform ermöglicht, jedoch nicht seine tatsächliche Identität preisgibt. Im Anschluss daran füllen die Nutzer ein Nutzerprofil aus, mittels dessen sie anderen Nutzern Informationen über sich, beispielsweise zum Alter, Familienstand, Bildungsniveau, zur beruflichen Situation und zum Aussehen bereitstellen. Neben diesen standardisierten Informationen haben die Nutzer die Möglichkeit, ihre Selbstdarstellung im Rahmen des Nutzerprofils über Freitextfelder zu ergänzen und damit ihr Online-Profil individueller und umfangreicher zu gestalten.

Diese im Nutzerprofil bereitgestellten Informationen über die eigene Person sind zugleich für die anderen Nutzer der Plattform der wesentliche Ausgangspunkt für die Suche und Selektion potenzieller Partner, die dann über plattforminterne Nachrichtensysteme, in der Regel sind das E-Mail-Nachrichten, mitunter

auch Chats, kontaktiert werden können.<sup>1</sup> Bei der Selbstdarstellung in einem Nutzerprofil, aber auch in der sich daran anschließenden Kommunikation über E-Mail-Nachrichten oder ein Chatsystem, lassen sich daher zwei idealtypische Ziele benennen. Zum einen möchten Nutzer durch ihre (Profil-)Darstellung ein Höchstmaß an Aufmerksamkeit bei potenziellen Partnern wecken, indem sie sich interessant und attraktiv darstellen (vgl. z.B. Ellison et al. 2006). Denn damit steigt die Chance, mit potenziellen Partnern überhaupt in Kontakt zu kommen und ein Untergehen in der Masse der Partnersuchenden zu verhindern. Zum anderen möchten die meisten Nutzer einer Online-Kontaktbörse eine (kurz- oder langfristige) Paarbeziehung verwirklichen. Ein potenzieller Partner erwartet jedoch im Fall einer persönlichen Begegnung auf eine Person zu treffen, die den auf der Kontaktbörse offenbarten Merkmalen entspricht. Die Herausforderung bei der Selbstdarstellung besteht also darin, dass sich Nutzer einerseits optimal darstellen müssen, um ihre Aufmerksamkeits- und damit Kontaktchancen zu erhöhen (vgl. Schmitz 2010). Andererseits macht aber unter Umständen gerade diese Optimierung Anschlussinteraktionen und damit das letztliche Ziel der Etablierung einer Paarbeziehung im (nicht-virtuellen) Alltag unwahrscheinlicher. Das Ziel, eine hohe Aufmerksamkeit durch eine attraktive Profildarstellung zu erreichen, konfligiert also unter Umständen mit dem eigentlichen Ziel, einen Partner zu finden.

Aus der Perspektive der anderen Nutzer ist das Nutzerprofil die wesentliche und zugleich vorerst auch die einzige Informationsquelle, die zur Verfügung steht und anhand dessen sie ihre Bewertungen eines potenziellen Partners vornehmen und letztlich ihre Kontaktentscheidungen treffen müssen. Aufgrund der spezifischen Kontextbedingungen, die das Internet für Begegnungen bereitstellt, entfällt jedoch das Minimum an Erwartungssicherheit bezüglich der Identität des Gegenübers, das wir bei Begegnungen in nicht-virtuellen Alltagskontexten haben. Ein Online-Dater aus der qualitativen Studie von Ellison et al. (2006, S. 12) beschreibt die Situation wie folgt:

„You're just kind of blind, you don't know if what they're saying in their profile online is true”.

Fragen der Glaubwürdigkeit und Vertrauenswürdigkeit nehmen beim Online-Dating – in denen die Identität des Gegenübers (d.h. die Frage, wer der andere

---

<sup>1</sup> Für eine bessere Lesbarkeit des Textes wird im Folgenden auf die Verwendung beider Geschlechtsformen verzichtet. Sofern sich Aussagen nur auf Männer oder Frauen beziehen, wird dies explizit kenntlich gemacht.

überhaupt ist) essentiell für die Auswahl von Kontaktpersonen ist – insofern eine sehr prominente Rolle ein.

„Was stimmt? Was ist gelogen? Sind die Angaben über die Größe oder das Alter wahrheitsgemäß? Sind die angegebenen Charaktereigenschaften richtig? Ist er wirklich ledig, lebt sie vielleicht doch getrennt? Oder ist der Andere nur auf der Suche nach einer Affäre beim Treffen, während zu Hause ein Ehepartner wartet?“ (Dombrowski 2011, S. 213)

Vor diesem Hintergrund untersucht die Arbeit unter Rückgriff auf eine innovative Datengrundlage folgende Fragestellungen:

- Wie verbreitet sind unwahrhaftige Selbstdarstellungen auf Online-Kontaktbörsen?
- Welches Ausmaß haben unwahrhaftige Selbstdarstellungen auf Online-Kontaktbörsen?
- Welche Strategien unwahrhafter Darstellungen wenden die Nutzer an, um das oben angesprochenen Dilemma – der Erhöhung der Aufmerksamkeits- und Kontaktchancen ohne dabei die realen Tauschchancen zu sehr einzuschränken – zu lösen.

Insgesamt richten sich diese Fragestellungen auf die Untersuchung des Zusammenhangs der Handlungsvoraussetzungen, mit denen Akteure in den digitalen Partnermarkt einer Kontaktbörse eintreten und den damit verbundenen (Täuschungs-) Handlungen und Strategien der Akteure.

Die nachfolgenden Untersuchungen fokussieren auf die standardisierten soziodemografischen Angaben der Nutzer in ihren Nutzerprofilen. Zum einen sind dies Merkmale, die typischerweise als Filterkriterien für eine erste Auswahl bereitstehen und damit Merkmale, die bereits zu Beginn des Suchprozesses über Erfolg und Misserfolg am Partnermarkt entscheiden können. Es sind also wahrnehmbare Merkmale, die die Chancen der Menschen auf soziale Wertschätzung beeinflussen und damit wesentlich zur Produktion und Reproduktion sozialer Ungleichheiten beitragen. Andererseits sind Merkmale wie das Bildungsniveau und die physische Attraktivität eines Nutzers, wie sie im standarddemografischen Teil des Profils bereitgestellt werden, Merkmale, die in der Partnerwahlforschung häufig diskutiert und für die Paarbildung als zentral charakterisiert werden (vgl. z.B. Blossfeld und Timm 1997; 2003; Lenz 2009c; Murstein 1972; Stevens et al. 1990; Mulford et al. 1998; Franzen und Hartmann 2001).

Die Arbeit ist wie folgt gegliedert: Die Kapitel zwei, drei und vier stellen theoretische Grundlagen zur Strukturierung der empirischen Analysen zur unwahrhaftigen Selbstdarstellung im Online-Dating vor. Kapitel *zwei* beschäftigt



sich mit theoretischen Grundlagen der Paarbildung.<sup>2</sup> Kapitel *drei* stellt im Anschluss theoretische Überlegungen zur Selbstdarstellung und zu Täuschungen (allgemein und speziell auf die Selbstdarstellung bezogen) vor. Kapitel *vier* zur „Selbstdarstellung bei der Partnersuche im Internet“ integriert die beiden vorangegangenen theoretischen Grundlagenkapitel und bezieht diese auf den spezifischen Kontext von Online-Kontaktbörsen. Zum Abschluss der Erörterung der theoretischen Grundlagen werden Hypothesen zu unwahrhaftigen Profildarstellungen im Online-Dating abgeleitet. Anschließend stellt Kapitel *fünf* die verschiedenen Datengrundlagen vor, die zur Beantwortung der Fragestellungen und zur Prüfung der Hypothesen verwendet werden.

Die Kapitel *sechs*, *sieben* und *acht* stellen die empirischen Ergebnisse vor. Kapitel *sechs*, das sich als methodische Voruntersuchung versteht, beschäftigt sich zunächst mit Fragen der Datenqualität. Ein Großteil der empirischen Sozialforschung basiert auf Umfragedaten, die allerdings in der Regel Ausschöpfungsquoten von 100 Prozent nicht erreichen. Typischerweise stellt sich die Frage der Datenqualität umso mehr, je geringer die Ausschöpfungsquote der Umfrage ist, d.h. je mehr Personen an der Umfrage nicht teilgenommen haben. Es wird daher zunächst untersucht, ob und inwiefern die für die Fragestellung genutzten Umfragedaten aus einer Online-Erhebung durch Unit-Nonresponse verzerrt sind. Daraufhin werden Schlussfolgerungen bezüglich der nachfolgenden Datenanalysen zu unwahrhaftigen Selbstdarstellungen abgeleitet.

Das sich anschließende Kapitel *sieben* ist ebenfalls eine Voruntersuchung, qualitativer Art. Hier steht die Explikation von Täuschungsformen auf Online-Kontaktbörsen anhand qualitativer Interviews im Vordergrund. Die Strukturierung der explizierten Täuschungsformen wird entlang der Täuschungsziele vorgenommen. Diese Voruntersuchung macht darauf aufmerksam, dass es weit mehr Täuschungsgründe auf Online-Kontaktbörsen gibt als die der Chancenoptimierung partnersuchender Akteure. Diese Erweiterung des Blickwinkels ist notwendig, um einerseits die theoretische Rahmung ausgehend von der Partnerwahl (und damit von partnersuchenden Akteuren) und andererseits die darauf aufbauenden empirischen Untersuchungen zu unwahrhaftigen Selbstdarstellungen besser in einen Gesamtzusammenhang einordnen zu können.

Kapitel *acht* stellt die empirischen Analysen und Ergebnisse zur Verbreitung und zum Ausmaß merkmalsbezogener unwahrhaftiger Profildarstellungen auf Online-Kontaktbörsen vor. Anschließend werden die Hypothesen bezüglich

---

<sup>2</sup> Im Folgenden werden die Begriffe Partnerwahl und Paarbildung synonym verwendet (siehe dazu auch die Anmerkungen in Kapitel 2).

---

der im theoretischen Teil der Arbeit hergeleiteten Strategien unwahrhafter Darstellungen geprüft.

Die Arbeit schließt mit Kapitel *neun*, das die empirischen Befunde zu unwahrhaftigen Selbstdarstellungen im Online-Dating zusammenfasst, diskutiert und Ausblicke auf zukünftige Forschungsfragen gibt.

## 2 Theoretische Überlegungen zum Prozess der Partnerwahl

Die Partnerwahl basiert nicht auf einer singulären Entscheidung, sondern sie kann als sequenzieller Entscheidungsprozess charakterisiert werden, in dessen Verlauf die Anzahl infrage kommender „Kandidaten“ schrittweise reduziert wird bis letztlich ein konkreter Partner – wenn überhaupt – übrig bleibt (vgl. z.B. Hill und Kopp 2006; Stroebe 1987; Murstein 1970, 1986; Edwards 1969; Kerckhoff und Davis 1962).<sup>3</sup> Am Anfang des Partnerwahlprozesses steht zunächst die Entscheidung darüber, mit welchen Frauen oder Männern jemand überhaupt näher in Kontakt kommen möchte. Wie erfolgt jedoch diese Entscheidung, das heißt wie wählen Akteure aus den zur Verfügung stehenden Personen potenzielle Kontaktpartner aus, aus denen in späteren Phasen des Paarbildungsprozesses möglicherweise feste Paarbeziehungen oder sogar Ehen entstehen?

Ziel dieses Kapitels ist es, einen Überblick über theoretische Perspektiven der Partnerwahlforschung zu geben. Der Überblick begrenzt sich allerdings auf die theoretischen Grundlagen, die für die Strukturierung der eingangs genannten Fragestellungen fruchtbar erscheinen. Weiterhin werden im Folgenden die Begriffe Partnerwahl und Paarbildung synonym verwendet. In diesem Zusammenhang sei auf die Debatte innerhalb der (deutschen) Partnerwahlforschung hingewiesen, die aus verschiedenen Gründen (vgl. dazu z.B. Lenz 2009b) den Begriff der Paarbildung den der Partnerwahl vorzieht. So suggeriere der Begriff Partnerwahl beispielsweise, dass der Paarbildung immer eine Wahl zwischen Personen zugrunde liegen würde, vergleichbar einer Kaufsituation, in der zwischen verschiedenen Gütern zu entscheiden ist. Insbesondere die Studie von Kaufmann (2004) zeigt allerdings, dass die Partnerwahl von den Beteiligten weniger als Wahlsituation erlebt wird, sondern vielmehr als etwas, das sich einfach ergeben hat (vgl. Lenz 2009b, S. 189). Auf den spezifischen Kontext von Online-Kontaktbörsen bezogen, ist der Begriff der Partnerwahl allerdings durchaus treffend (siehe dazu die Ausführungen in Kapitel 4 der Arbeit, das den besonderen Charakter der Paarbildung auf Online-Kontaktbörsen beschreibt).

---

<sup>3</sup> Diese Arbeit beschäftigt sich ausschließlich mit der heterosexuellen Partnerwahl.

Es gibt verschiedene theoretische Perspektiven auf die Partnerwahl, die deutlich voneinander abgegrenzt werden können.<sup>4</sup> Die nachfolgenden Ausführungen beschränken sich auf utilitaristische Ansätze. Damit wird dieser Theorie-Tradition keinesfalls ein alleiniger Erklärungsanspruch zugeschrieben. Aufgrund des besonderen, marktförmigen Charakters des digitalen Partnermarktes, der in dieser Arbeit im Fokus steht (vgl. Schmitz 2014 und 2016), bieten sich utilitaristische Erklärungsansätze allerdings besonders an. Zudem ermöglichen sie eine handlungstheoretische Fundierung der Partnerwahl. Insgesamt versteht sich dieses Kapitel als *allgemeines* Überblickskapitel über theoretische Grundlagen (in der Tradition des Rational-Choice-Ansatzes), die zur Beschreibung und Erklärung der Partnerwahl herangezogen werden können. In diesem Kapitel geht es dabei noch nicht um den spezifischen Kontext der Partnerwahl im Internet. Dazu sei auf Kapitel 4 der Arbeit verwiesen, das als Synopse der beiden theoretischen Kapitel zur Partnerwahl und Selbstdarstellung zu verstehen ist.

Warum ist die Auseinandersetzung mit theoretischen Grundlagen der Partnerwahl vor dem Hintergrund der in der Einleitung formulierten Fragestellungen zu unwahrscheinlichen Darstellungen auf Online-Kontaktbörsen wichtig? Sie ist *erstens* insofern wichtig, weil die Partnerwahl den Kontext, in dem sich die Akteure darstellen, vorgibt. Der spezifische Rahmen der Partnerwahl beeinflusst, *wie* sich Akteure darstellen, insbesondere im Hinblick darauf, welche Merkmale Gegenstand strategischer Darstellungen werden, aber auch im Hinblick darauf, welche Informationen über die eigene Person im Kennenlernprozess zu Beginn und welche erst zu einem späteren Zeitpunkt offenbart werden. Selbstdarstellungen finden in allen Bereichen des sozialen Lebens statt; sie sind grundlegend in Interaktionen eingebettet. Akteure passen ihre Selbstdarstellung allerdings dem Kontext an, in dem die Darstellung eingebettet ist. Es ist daher ein grundlegender Unterschied, ob sich Akteure auf einem Partnermarkt, auf einem Arbeitsmarkt oder auf einem Markt für Freundschaften präsentieren.

*Zweitens* beschreiben die handlungstheoretischen Grundlagen der Partnerwahl, wie Akteure aus den zur Verfügung stehenden Alternativen potenzielle Partner auswählen. Für die Selektion potenzieller Partner sind die über die Selbstdarstellung bereitgestellten Informationen eine wesentliche Entscheidungsgrundlage. Die handlungstheoretischen Grundlagen der Partnerwahl beschreiben damit zugleich eine idealtypische Perspektive des Empfängers von Informationen – des Gegenübers. Dieser entscheidet darüber, ob der Kontakt zur anderen Person als lohnend betrachtet wird und darauf aufbauend, ob das einan-

---

<sup>4</sup> Eine in der Familiensoziologie aktuell diskutierte Theorie ist beispielsweise die Sozialraumtheorie Pierre Bourdieus (Bourdieu 1987; Schmitz 2016).

der Kennenlernen initiiert oder erwidert und schließlich fortgeführt und vertieft wird. Der Sender von Informationen – der Selbstdarsteller – ist insofern abhängig von seinem Gegenüber, dem potenziellen Partner, der als Empfänger dieser Informationen beschrieben werden kann. Beide Perspektiven – die des Senders und des Empfängers von Informationen – greifen ineinander und sind interdependent, weil die Partnerwahl eine gegenseitige Wahl ist und damit die Kooperation des Gegenübers voraussetzt. Deshalb müssen in den theoretischen Vorüberlegungen auch beide Perspektiven berücksichtigt werden.

Dieses Kapitel ist wie folgt aufgebaut: Zunächst werden familienökonomische Überlegungen zur Partnerwahl von Gary. S. Becker vorgestellt. Im Anschluss daran wird die Partnerwahl ausführlicher aus einer austauschtheoretischen Perspektive beschrieben, die innerhalb dieser Arbeit als handlungstheoretische Grundlage der Partnerwahlentscheidung von Akteuren herangezogen wird. Diese Überlegungen werden in einem zweiten Schritt um suchtheoretische Überlegungen zur Partnerwahl erweitert. Schließlich wird explizit berücksichtigt, dass die Partnerwahl als Handeln von Individuen in sozialen Kontexten eingebettet ist, die die Möglichkeiten des Akteurs zur Auswahl potenzieller Partner im Sinne von Optionen und Restriktionen beeinflussen. Die Partnerwahl der Akteure lässt sich damit aus dem dynamischen Zusammenspiel von Präferenzen der Akteure einerseits und den Gelegenheitsstrukturen des Kontextes andererseits erklären (vgl. Blossfeld und Timm 1997, 2003). Das Kapitel schließt mit einem Überblick über bisherige Studien zur Partnerwahl.

## 2.1 Familienökonomische Überlegungen

Die Grundannahme der ökonomischen Theorie nach Becker (1976; 1991) besagt, dass Personen durch Heirat ihr Nutzenniveau gegenüber dem Alleinleben steigern. Die Ehe wird dabei mit einer gemeinsamen Haushaltsführung gleichgesetzt.<sup>5</sup> Der eheliche Haushalt wird als Produktionsort von haushaltsbezogenen, nicht auf dem Markt erwerbbaaren Gütern (sog. „commodities“) aufgefasst, die unter Einbezug von Zeit und den zur Verfügung stehenden Ressourcen durch die Akteure hergestellt werden. Bei diesen in der Haushaltsgemeinschaft selbst hergestellten Gütern handelt es sich beispielweise um Kinder, Liebe, Gesundheit, Erholung. Es sind also Güter, die durch soziale Interaktionen erzeugt werden und zur Befriedigung grundlegender menschlicher

---

<sup>5</sup> Damit werden auch nicht-eheliche Lebensgemeinschaften, sofern sie sich einen gemeinsamen Haushalt teilen, einbezogen.

Bedürfnisse beitragen. Der Ehegewinn ist nun davon abhängig, wie produktiv die Haushaltsgemeinschaft ist. Dies ist abhängig von der Zusammensetzung des ehelichen Haushaltes und damit vom Grad der Komplementarität und Spezialisierung zwischen Mann und Frau. Damit ist die Wahl des richtigen Ehepartners von entscheidender Bedeutung für die eheliche Nutzenproduktion. Becker (1976) geht dabei von einem Marktprinzip, dem sog. „Heiratsmarkt“ aus, an dem Männer und Frauen jeweils um die besten Partner konkurrieren.

Die Frage, wer mit wem eine Beziehung eingeht, ist aus Sicht der ökonomischen Theorie eine Frage der optimalen Sortierung von Männern und Frauen am Heiratsmarkt. Becker unterscheidet in diesem Zusammenhang zwischen komplementären und substitutiven Merkmalen. Komplementäre Merkmale haben die Eigenschaft, dass sie sich in ihrer Wirkung auf das Produktionsergebnis (den Eheertrag) wechselseitig verstärken. Bei substitutiven Merkmalen stehen dagegen die Produktionsvorteile der Haushaltsgemeinschaft durch die Spezialisierung der Ehepartner auf Erwerbs- oder Hausarbeit im Vordergrund. Für die Erzielung von Spezialisierungsgewinnen ist wichtig, dass sich die relative Produktivität der Ehepartner hinsichtlich Erwerbs- und Hausarbeit unterscheidet (vgl. auch Wirth 2000). Handelt es sich um komplementäre Merkmale – Becker benennt hier Merkmale wie das Bildungsniveau, Intelligenz und Alter – ist eine Ähnlichkeitspaarbildung (Homogamie) optimal. Demgegenüber ist bei substitutiven, d.h. sich in ihrer Wirkung auf den Eheertrag beschränkenden Merkmalen, eine Unähnlichkeitspaarbildung (Heterogamie) optimal. Becker nennt hier Merkmale, die die Arbeitsmarktproduktivität beeinflussen, wie das Einkommenspotenzial und die Erwerbsorientierung. Gäbe es keine Unterschiede in den Einkommensverteilungen zwischen den Geschlechtern am Arbeitsmarkt, würden Männer und Frauen nach Becker aus einer Paarbeziehung dann den größten Nutzen ziehen, wenn sie sich hinsichtlich aller Merkmale (Intelligenz, Gesundheit, Bildung, Alter, physische Attraktivität, soziale Herkunft usw.) möglichst ähnlich sind. Eine Annahme ist daher, dass in der Präferenz- und Nutzenstruktur der Männer und Frauen eine inhärente Tendenz zur Homophilie („gleich und gleich gesellt sich gern“) angelegt ist (vgl. Blossfeld und Timm 1997, S. 453f.).

Warum heiraten also Männer und Frauen bzw. allgemeiner formuliert, warum finden sich Männer und Frauen zu Paaren zusammen? Nach Gary Becker verspricht die Ehe durch die Zusammenlegung spezialisierter Ressourcen – im Sinne eines gewinnbringenden Ressourcenpoolings – eine größere und effizientere Produktion von Haushaltsgütern. Männer und Frauen heiraten also dann, wenn sie einen Nutzengewinn aus der Ehe ziehen, der den Ertrag im Vergleich zur Situation des Alleinlebens übersteigt (vgl. auch Skopek 2012; Hill und Kopp

2006). Derjenige Partner, der eine Maximierung der Haushaltsproduktion verspricht, wird zum (Ehe-)Partner gewählt.

## 2.2 Austauschtheoretische Überlegungen

Ein allgemeineres und damit vielseitiger anwendbares theoretisches Modell liefert die Austauschtheorie (vgl. z.B. Edwards 1969; Huston und Burgess 1979). Ihre Wurzeln liegen sowohl in der Soziologie mit den Arbeiten von Blau (1964; 1968) und Homans (1958; 1961) als auch in der Sozialpsychologie mit den Arbeiten von Thibaut und Kelley (1959). Durch diese unterschiedlichen Wurzeln kann nicht von *der* Austauschtheorie gesprochen werden; vielmehr gibt es je nach Theorietradition unterschiedliche Ausformulierungen und Varianten, die allerdings einen gemeinsamen Kern haben. Der gemeinsame Kern des theoretischen Ansatzes wird im Folgenden vorgestellt. Sofern darüber hinausgegangen wird, orientiert sich die Darstellung an den soziologischen Wurzeln, insbesondere an den Ausformulierungen von Peter Blau (1964; 1968).

Prinzipiell ist die Austauschtheorie nicht nur für die Erklärung von Partnerwahlentscheidungen geeignet, sondern vermag auf abstrakter Grundlage zu erklären, wen Personen als potenzielle Interaktionspartner auswählen. Die Interaktion kann dabei auf ganz unterschiedliche soziale Ziele ausgerichtet sein: beispielsweise auf die Wahl von Freundschaftsbeziehungen, die Wahl von (Heirats-) Partnern oder auch auf die Wahl von Arbeitskollegen. Mit der allgemeinen Fokussierung der Austauschtheorie auf soziale Interaktionen verbinden sich zwei Vorteile: erstens kann die Theorie dadurch, wie bereits erwähnt, flexibel für die Erklärung des Handelns von Akteuren in ganz unterschiedlichen sozialen Bereichen angewandt werden. Zweitens lässt sie sich dadurch sehr gut mit den theoretischen Überlegungen zur Selbstdarstellung – als soziales Handeln, das in Interaktionen eingebettet ist – verbinden.

Soziale Beziehungen werden in diesem Ansatz als Tauschbeziehungen beschrieben. Wenn wir heute von Tausch sprechen, dann ist damit in der Regel gemeint, dass wir „etwas“ geben, um dafür „etwas“ anderes zu bekommen. Tauschen umfasst in diesem Sinn also eine Handlung, in der eine Leistung erbracht wird, die mit einer Gegenleistung beglichen wird (vgl. Schroeter 2008, S. 351). Der Tausch kann dabei unterschiedlicher Art sein. Blau (1964) unterscheidet hier explizit zwischen ökonomischem und sozialem Tausch. Ökonomischer und sozialer Tausch weisen insofern Ähnlichkeiten auf, als dass auf eine Leistung eine Gegenleistung erfolgt (Blau 1968, S. 454 sowie 2005, S.

129). Es gibt eine Erwartungshaltung des Gebenden, gerichtet an den Nehmenden, die einen Ausgleich der entgegengebrachten Leistung beinhaltet. Neben dieser Gemeinsamkeit gibt es zwischen sozialem und ökonomischem Tausch grundlegende Unterschiede. *Was* getauscht wird und *wann* getauscht wird, ist beim ökonomischen Tausch genau festgelegt. In der Regel wird dabei Ware oder Dienstleistung gegen Geld getauscht. Leistung und Gegenleistung erfolgen in der Regel zeitgleich; zumindest ist vertraglich oder anderweitig genau festgelegt, wann die Gegenleistung zu erfolgen hat. Der Vertrag beinhaltet zugleich konkrete Sanktionen beim Ausbleiben der vereinbarten Gegenleistung (beispielsweise die Rückgabe der Ware oder zu zahlende Geldbußen). Beim sozialen Tausch ist sowohl das *Was* als auch das *Wann* diffus gehalten und damit nicht näher spezifiziert. Wann die Gegenleistung erfolgt und wie sie ausgestaltet ist, ist damit offen gehalten. Für den sozialen Tausch bedarf es deshalb Vertrauen in das Gegenüber, dass der Erwartungshaltung entsprochen wird und in der Zukunft eine adäquate Gegenleistung und damit ein als fair empfundener Ausgleich erfolgt. Die Erwartungshaltung stützt sich beim sozialen Tausch auf die sogenannte Reziprozitätsnorm (vgl. Gouldner 1960; Mauss 2005) – eine Norm zur Gegenseitigkeit – die nach Erhalt einer Leistung den Nehmenden zur Gegenleistung verpflichtet. Dagegen ist Vertrauen beim ökonomischen Austausch nicht oder zumindest nicht in dem Maße notwendig wie beim sozialen Austausch, da bereits vieles, was die Austauschbeziehung regelt, vorab beispielsweise in Form eines Vertrages fixiert ist. Deshalb entwickelt sich eine soziale Austauschbeziehung typischerweise in einem langsamen Prozess, in dem zunächst kleine Transaktionen ausgeführt werden, die wenig kosten. Damit kann die Vertrauenswürdigkeit des Gegenübers getestet werden. Verlaufen diese anfänglichen kleineren Tauschhandlungen erfolgreich, werden immer mehr und kostenintensivere Transaktionen durchgeführt, in dessen Verlauf das Vertrauen ineinander stetig aufgebaut und gestärkt wird (vgl. Blau 1968, S. 454 und 2005, S. 130f.).

Es wurde bereits davon gesprochen, dass „etwas“ getauscht wird. Getauscht werden sowohl beim sozialen als auch beim ökonomischen Tausch Ressourcen, die ein Akteur kontrolliert und an dem andere Akteure ein Interesse haben. Coleman (1991, S. 36) beschreibt ein minimales Tauschsystem wie folgt:

„Die minimale Grundlage für ein soziales Handlungssystem sind zwei Akteure, die jeweils Ressourcen kontrollieren, an denen der andere interessiert ist. Das jeweilige Interesse an den Ressourcen, die vom anderen kontrolliert werden, bewegt die beiden als zielgerichtete Akteure, Handlungen einzugehen, in die beide einbezogen werden.“

Der Tausch, egal ob ökonomischer oder sozialer Art, findet auf Märkten statt (vgl. Etzrodt 2003, S. 143f.). Ressourcen werden in diesem theoretischen Modell



von den Akteuren auf einem Markt angeboten und von anderen Akteuren nachgefragt. Wendet man die tauschtheoretischen Überlegungen auf den Prozess der Partnerwahl an, in dem die Partnerwahl als sozialer Tausch konzipiert wird, dann werden in diesem Prozess – symbolisch betrachtet – Ressourcen zwischen Frauen und Männern auf einem Partnermarkt getauscht. Akteure bewerten ihre sozialen Beziehungen dabei anhand von Nutzen- und Kostenaspekten. Allerdings sind vor dem Eingehen der jeweiligen Interaktionsbeziehung weder Nutzen noch Kosten hinreichend genau bekannt und müssen deshalb antizipiert werden. Akteure bewerten ihre sozialen Beziehungen also unter Vorwegnahme zukünftiger Erwartungen, die sie an den potenziellen Interaktionspartner richten. Die Bewertung erfolgt dabei in Relation zu anderen verfügbaren Alternativen, aber auch auf Grundlage von Erfahrungen aus vergangenen Interaktionsbeziehungen oder stereotypen Vorstellungen darüber, was vom Gegenüber erwartet werden kann. Erwartungen und Vorstellungen, die die Akteure an ihren Interaktionspartner richten, orientieren sich aber auch wesentlich am Kontext, in den der Tausch eingebettet ist. So werden im Kontext der Anbahnung von Liebesbeziehungen grundsätzlich andere Erwartungshaltungen aufgebaut, die als Maßstab zur Bewertung des Gegenübers herangezogen werden, als beispielsweise bei der Entwicklung von Freundschaftsbeziehungen oder im Rahmen von Arbeitsbeziehungen.<sup>6</sup>

Gemäß der Austauschtheorie initiieren Akteure dann soziale Beziehungen, wenn sie die Interaktion mit dem potenziellen Partner als belohnend und profitabel einschätzen. Diese Perspektive impliziert die Annahme eines rationalen Akteurs, der sein Verhalten an der Maximierung seines individuellen Nutzens, hier in Form eines möglichst „optimalen“ Partners, ausrichtet. Die Austauschtheorie kann damit als eine Variante der Rational Choice-Theorie aufgefasst werden. Im Gegensatz zur Rational Choice-Theorie, die allgemeiner formuliert ist, ist die Austauschtheorie auf eine Form des menschlichen Handelns spezialisiert, nämlich auf Interaktionen (vgl. z.B. Glowsky 2011, S. 32; Hill und Kopp 2006). Im Mittelpunkt austauschtheoretischer Betrachtungen stehen also soziale Interaktionsbeziehungen.

Soziale Interaktionen werden unter dem Blickwinkel des Austauschs von Ressourcen zwischen Akteuren betrachtet. Die Austauschtheorie legt damit ein bestimmtes Menschenbild zugrunde, nämlich dass Akteure einen Mangel an

---

<sup>6</sup> Foa und Foa (1980) und Foa et al. (1993) sprechen in diesem Zusammenhang auch von kontextspezifischen Austauschmärkten. Prinzipiell gibt es keine Beschränkungen beim Tausch von Ressourcen. Jedoch sind empirisch sehr wohl Restriktionen beim Tausch von Ressourcen je nach Kontext beobachtbar (vgl. auch Hill und Kopp 2006; Skopec 2012).

Ressourcen aufweisen.<sup>7</sup> Es bedarf daher der Kooperation anderer, denn für den Großteil der menschlichen Bedürfnisbefriedigung liegt die Quelle im sozialen Miteinander (vgl. Blau 1964; 1968). Damit sind zwar nicht alle, aber viele Belohnungen, nach denen Menschen streben (beispielsweise Liebe, Anerkennung, Wertschätzung, Respekt, Dankbarkeit, Freundschaft), nur in sozialer Interaktion realisierbar. Andersherum werden damit all jene Bereiche des sozialen Lebens, in denen dieser Kerngedanke des belohnenden Charakters von Interaktionen nicht zum Tragen kommt, aus dem analytischen Fokus der Theorie ausgeschlossen. Blau formuliert dies wie folgt (1968, S. 453f.):

“The pervasiveness of social exchange makes it tempting to explore the fruitfulness of the concept by trying to apply it to all social conduct. But the concept of exchange loses its distinctive meaning and becomes tautological if all behavior in interpersonal relations is subsumed under it. Although much of social conduct is oriented towards expected returns from others – indeed, more than we usually think – not all of it is. (...) In brief, the concept of exchange refers to voluntary social actions that are contingent on rewarding reactions from others and that cease when these expected reactions are not forthcoming.”

Das Konzept des Austausches bezieht sich damit auf freiwillig eingegangene soziale Handlungen, die durch wechselseitiges Geben und Nehmen der Akteure charakterisierbar sind. Sie werden aufrechterhalten, solange das Prinzip des wechselseitigen Gebens und Nehmens zufriedenstellend erfüllt wird und abgebrochen, wenn dieses Prinzip verletzt wird.

Die Tatsache, dass Akteure für die Befriedigung einer Vielzahl ihrer Bedürfnisse auf die Kooperation anderer angewiesen sind, ist der Motor für das Eingehen und Aufrechterhalten sozialer Beziehungen. Austauschbeziehungen sind damit durch *Interdependenz* oder in Simmels Worten (1992a) durch *Wechselwirkung* geprägt. Denn die Möglichkeit, Entlohnung durch andere zu erfahren, hängt wesentlich von der eigenen Fähigkeit ab, andere belohnen zu können. Die Partnerwahl als sozialer Tausch ist keine einseitige, sondern eine gegenseitige Wahl (vgl. Todd und Miller 1999). Das Gegenüber ist kein passives Gut, das darauf wartet, gewählt zu werden, sondern hat ein Mitbestimmungsrecht. Die Akteure sind für das erfolgreiche Starten und Aufrechterhalten einer Tauschbe-

---

<sup>7</sup> Das Bild vom menschlichen Ressourcenmangel ist dabei keineswegs neu. Schon in den Arbeiten von Jean-Jacques Rousseau, John Locke, Adam Smith und Jeremy Bentham, um einige zu nennen, finden sich derartige Überlegungen (vgl. Huston und Burgess 1979). Auch in den Arbeiten von Arnold Gehlen und Helmut Schelsky, die die Formulierung der Institutionentheorie entscheidend geprägt haben, ist dieses Menschenbild der Ausgangspunkt ihrer Argumentation. Die Lösungen, die die jeweiligen Autoren und Theorierichtungen zum Ausgleich des Ressourcenmangels vorschlagen, sind jedoch verschieden.

ziehung – die letztlich vielleicht in eine Liebesbeziehung mündet – wechselseitig auf die Kooperation ihres Gegenübers angewiesen. Damit müssen Akteure, um von anderen in sozialen Tauschbeziehungen profitieren zu können, selbst bestimmte Ressourcen anbieten, an denen der Tauschpartner interessiert ist. Dieser Mechanismus der Gegenseitigkeit führt zu einem Wettbewerb auf dem Partnermarkt, auf dem um belohnende Interaktionsbeziehungen konkurriert wird. Dazu Coleman (1991, S. 168f.):

„Paarweiser Austausch im sozialen Leben findet nicht im luftleeren Raum statt. Er findet in einem Milieu statt, in dem ein Wettbewerb um die Ressourcen, die jeder einzelne Akteur besitzt, im Gange ist. Eine Verabredung zwischen einem Mädchen und einem Jungen an einer Oberschule hängt nicht nur von ihrem Interesse aneinander ab, sondern auch von ihrem Interesse an anderen und dem Interesse von anderen an ihnen. Ebenso hängt der Tauschkurs, der für einen bestimmten Schüler zwischen Zensuren und schulischer Leistung besteht, nicht nur vom Interesse des Schülers an Zensuren und dem Interesse des Lehrers an der Leistung des Schülers ab, sondern auch von der Leistung anderer Schüler (dem Konkurrenzkampf der Schüler um Zensuren) und den alternativen Möglichkeiten, wie der Schüler seine Zeit verbringt (dem Konkurrieren der Aktivitäten um die Zeit des Schülers).“

Der Wettbewerb führt letztlich dazu, dass sich die Partner innerhalb einer Beziehung hinsichtlich ihrer Gesamtattraktivität, die sich aus der Ressourcenausstattung der Akteure ableitet, tendenziell ähnlich sein werden. Zumindest haben diejenigen Interaktionsbeziehungen eine höhere „Überlebensdauer“, in denen der Tausch von beiden Seiten als fair empfunden wird. Das Prinzip der Fairness impliziert jedoch nicht, dass die getauschten Ressourcen gleich sein müssen (beispielsweise im Sinne des Tausches von Schönheit gegen Schönheit als körperbezogene Ressource). Vielmehr müssen sie als gleichwertig empfunden werden.<sup>8</sup> So konnten beispielsweise die Studien von Elder (1969), Schoen und Wooldrege (1989) sowie Franzen und Hartmann (2001) die austauschtheoretisch abgeleitete Hypothese bestätigen, dass im Kontext der Partnerwahl ein Tausch von „weiblicher Schönheit“ gegen „männlichen Status“ stattfindet (für Studien, die diesen Austausch empirisch nicht bestätigen konnten, siehe beispielsweise Stevens et al. 1990; Schulz et al. 2010).

Im Zusammenhang mit der Gesamtattraktivität sprechen Todd und Miller (1999) auch von einem Partnerwert („mate value“). Mit dem Konzept des Part-

---

<sup>8</sup> Gouldner (1960, S. 172) unterscheidet in diesem Zusammenhang die gleichförmige (homomorphe) von der verschiedenförmigen (heteromorphen) Reziprozität (vgl. auch Schroeter 2008, S. 355f.). Bei der homomorphen Reziprozität sind die getauschten Ressourcen in ihrem Wert als auch in ihrer Form identisch. Die ausgetauschten Güter bzw. Ressourcen können in ihrer Art und Form aber auch unterschiedlich sein. Sie müssen aber, um der Reziprozitätsnorm zu entsprechen, gleichwertig sein (sog. heteromorphe Reziprozität).

nerwertes wird jedem Akteur auf dem Partnermarkt anhand seiner Ressourcenausstattung ein Wert relativ zu den anderen Marktteilnehmern zugewiesen (vgl. Schmitz 2010). Dieser Wert bestimmt sich damit nicht nur aus den eigenen Ressourcen, sondern zugleich auch durch die Ressourcen der anderen Marktteilnehmer, der Konkurrenten. Der Partnerwert bestimmt letztlich die Gelegenheiten des Akteurs zum sozialen Tausch und deutet damit auf die Verhandlungsposition des Akteurs am Partnermarkt hin, in dem um Kontakt- und Tauschchancen konkurriert wird (vgl. Schmitz und Skopek 2011). Mit dem chancenspezifischen Konzept des Partnerwertes wird zugleich deutlich, dass sich Akteure nicht anhand eines einzigen Merkmals, das im tauschtheoretischen Sinn als Ressource konzipiert werden kann, beschreiben lassen. Akteure bestehen vielmehr aus einem Bündel von attraktiven, aber auch unattraktiven Merkmalen, die für das Gegenüber „Belohnungen“ oder „Kosten“ bedeuten (vgl. Schoen und Wooldredge 1989; Stroebe 1987). Ein potenzieller Partner ist damit attraktiv in einigen, aber nicht unbedingt in allen Merkmalen. Akteure können aber ein als relativ unattraktiv bewertetes Merkmal durch andere, als attraktiv wahrgenommene Merkmale kompensieren. Damit beinhaltet die Partnerwahl sehr wahrscheinlich Kompromisse, da ein Partner in der Regel niemals in allen für die Partnerwahlentscheidung relevanten Charakteristika optimal ausgestattet sein wird.

Um in eine profitable Tauschbeziehung eintreten zu können, müssen Akteure ihre „Qualitäten“ dem potenziellen Tauschpartner signalisieren. Da der belohnende Charakter der Austauschbeziehung noch vor der eigentlichen Kontaktaufnahme abgeschätzt werden muss, kommt dem *ersten Eindruck*, den der potentielle Tauschpartner macht, eine entscheidende Bedeutung zu. Mithilfe eines geeigneten „Impression Managements“ – einer bewussten Eindruckssteuerung – müssen sich Akteure ihrem Gegenüber in einer Art und Weise darstellen, dass der glaubwürdige Eindruck entsteht, sie seien ein legitimer und attraktiver Tauschpartner, mit dem es sich lohnt, den Kontakt zu initiieren, zu erwidern oder aufrechtzuerhalten. Dazu Blau:

“The attraction of associates to an individual and their approval of him are affected in complicated ways by the first impression he makes on them. Their initial impressions give rise to expectations, and these expectations influence his behavior (...).” (Blau 1964, S. 71)

„In brief, to reap the rewards expected from attractive potential associates, a man must impress them as a desirable associate by implicitly conveying the promise that social interaction with him will be rewarding.“ (Blau 1968, S. 452)

Der Eindruck, den jemand erzeugt, ruft Erwartungen hervor, welchen Belohnungswert die Tauschbeziehung wahrscheinlich annehmen wird. Diese Erwart-

tungen können im Verlauf der Interaktionsbeziehung bestätigt oder sogar übertroffen werden. Sie können aber auch enttäuscht werden, nämlich dann, wenn sich herausstellt, dass der erste Eindruck trügerisch war und mit der Realität tatsächlich nur wenig zu tun hat.

Eindrücke über andere werden ständig geformt. Sie sind oftmals vom Gegenüber – dem Selbstdarsteller – nicht intendiert. Es gibt viele Situationen, in denen wir dem Eindruck, den wir bei anderen hinterlassen, kaum oder gar keine Beachtung schenken. Es gibt aber auch eine Vielzahl von Situationen, bei der wir sehr genau überlegen, welchen Eindruck wir bei anderen hervorrufen möchten und wie wir diesen Eindruck am besten erreichen. Die Situation, in der sich Personen potenziellen Partnern gegenüber präsentieren, zählt in jedem Fall dazu. In solchen Situationen wird besonders auf die Darstellung der eigenen Person geachtet. Blau (1964, S. 39) fasst dies – ohne sich konkret auf die Partnerwahl zu beziehen – wie folgt zusammen und greift dabei auf Goffmans Überlegungen zur Selbstdarstellung in face-to-face-Interaktionen (1956) zurück:

„People create impressions, of course, continually and without special design in the process of engaging in activities and interaction with others. But an interest in gaining social acceptance in a new group makes individuals self-conscious and deliberate about making a good impression. Instead of allowing an impression of their activity to arise as an incidental by-product of their activity, they can [and often do in this situation] re-orient their frame of reference and devote their efforts to the creation of the desired impression (Goffman 1956, S. 162).“

Um einen „guten“ und begehrenswerten Eindruck beim Gegenüber zu hinterlassen, müssen die Eigenschaften, die das Gegenüber wertschätzt, und damit, was in seinen Augen als attraktiv gilt, valide antizipiert werden. Dieses Wissen, das sich auf mehr oder weniger vage Vermutungen, auf Normen und Stereotype als auf Gewissheit stützen wird, kann dann für die Erzeugung des gewünschten Eindrucks im Rahmen einer geeigneten Selbstdarstellung genutzt werden.

Welche Ressourcen von den Akteuren im jeweiligen Kontext wertgeschätzt werden, darüber macht die Austauschtheorie keine Aussagen. Die Aussagen, die aus der Austauschtheorie abgeleitet werden können, sind allgemeiner Natur und bleiben damit noch inhaltsleer. Die Konkretisierung muss also noch gleistet werden, und zwar erstens unter Beachtung des Handlungsrahmens der Partnerwahl und zweitens unter Beachtung der jeweiligen gesellschaftlichen (kulturellen und sozialen) Rahmenbedingungen, die die Vorstellungen von Männern und Frauen über die Ausgestaltung von Paarbeziehungen insbesondere über eine mehr oder weniger geschlechtsspezifische Sozialisation beeinflussen. Diese Vorstellungen beeinflussen letztlich auch den vorgelagerten Prozess der Paarbildung; sie setzen gewissermaßen „soziale Standards“ (Blau 1964, S. 87; Blau

1974, S. 122), die zur Bewertung des potenziellen Partners herangezogen werden. Die Austauschtheorie stellt jedoch einen übergeordneten theoretischen Rahmen bereit, der allgemeine Prinzipien für die Wahl von Interaktionspartnern beinhaltet und zudem den Prozesscharakter bei der Entwicklung sozialer Beziehungen berücksichtigt (vgl. z.B. Huston und Burgess 1979; Stroebe 1987).

Insgesamt mag es vielleicht befremdlich sein, die Austauschtheorie auf die Entstehung von Liebesbeziehungen anzuwenden, denn sie scheint dem kulturell gegenwärtig verbreiteten romantischen Liebesideal (vgl. Burkart 1998; Lenz 2009c) zu widersprechen. Gerade die Liebe scheint doch vielen Paaren zufällig und spontan. Sie wird als „einzigartiges Ereignis, das plötzlich und unerwartet in das eigene Leben einbricht“ erfahren (Illouz 2007, S. 134). Sie scheint damit aus individueller Perspektive unerklärlich und irrational und steht damit in starkem Kontrast zu den austauschtheoretischen Überlegungen, mit der die Partnerwahl als rationale Wahl mit Kosten- und Nutzenabwägungen konzeptualisiert wird. Dagegen sprechen allerdings zahlreiche empirische Fakten, die zeigen, dass die Liebe keineswegs zufällig, sondern sozial strukturiert ist. Personen mit bestimmten sozialen Merkmalen werden überzufällig häufig zum „Liebesobjekt“ gewählt (vgl. Hill und Kopp 2008). Ganz am Anfang einer sich entwickelnden Liebesbeziehung werden diese sozialen Merkmale (beispielsweise sozialer Status, physische Attraktivität) von Blau (1964, S. 38) als vom konkreten Liebesobjekt unabhängige soziale Standards bzw. als extrinsische Merkmale beschrieben, die eine vergleichende Bewertung der verfügbaren Partner ermöglicht.

„(...) the initial attraction of individuals to others always rests on extrinsic factors that permit comparisons. Even falling in love is the result of implicit, and partly unconscious, comparisons of specific traits of various girls – their looks and their charm, their supportiveness, and the congeniality of their emotional makeup. The fusion of several such rewarding qualities in one individual is what produces the intrinsic love attachment.” (Blau 1964, S. 38)

Der anfängliche extrinsische Belohnungswert, der aus dem Vergleich der personenunabhängigen Merkmale hervorgeht, entwickelt sich im weiteren Beziehungsverlauf mehr und mehr zu einem intrinsischen Belohnungswert, der die eine gewählte Person als einzigartig und damit immer weniger als vergleichbar erscheinen lässt. Die Interaktion mit der als einzigartig bewerteten Person wird nun an sich als belohnend und profitabel empfunden. Die sich entwickelnde Liebe hilft letztlich dabei, die Interaktionspartner fester aneinander zu binden. Sie wirkt in der Phase des Beziehungsaufbaus „wie ein Magnet, da unter diesen emotionalen Umständen Alter für Ego von fast unschätzbarem Wert ist. Man verzeiht unter Umständen auch Kränkungen und unergiebige Interaktionen, da

bereits die pure Nähe des anderen einen Belohnungswert hat (...).“ (Hill und Kopp 2008, S. 110; vgl. auch Skopek 2012, S. 55).

## **2.3 Erweiterung der austauschtheoretischen Grundlagen um suchtheoretische Überlegungen**

Folgt man diesen austauschtheoretischen Überlegungen, dann werden rationale Akteure auf dem Partnermarkt bestrebt sein, eine optimale nutzenmaximierende Wahl hinsichtlich potenzieller Kontaktpartner zu treffen. Allerdings sind die Akteure dabei in der Praxis mit einer Reihe von Problemen konfrontiert (vgl. z.B. Skopek et al. 2009; Blossfeld und Timm 1997; 2003; Todd und Miller 1999; Oppenheimer 1988; Stroebe 1987).

Zunächst bestehen die Probleme der Wahl der objektiv besten Alternative darin, dass Akteure nicht vollständig und nicht immer richtig über die Eigenschaften zur Verfügung stehender Partner informiert sind. Dieses Problem der unvollständigen und zum Teil auch fehlerhaften Informationen über potenzielle Partner ist ein grundsätzliches Problem, das immer auftritt, wenn fremde Personen einander kennen lernen. Denn viele Merkmale des potenziellen Partners, die für eine Entscheidung relevant sind, sind zunächst nicht erkennbar. Inhärent im Prozess des Kennenlernens ist die Selbstoffenbarung der Akteure, die mit einer schrittweisen Transparenzmachung der eigenen Person einhergeht. Damit hat der Akteur in gewissen Grenzen Entscheidungsgewalt darüber, wann er welche Informationen über sich seinem Gegenüber preisgibt.

Weiterhin ergeben sich Unsicherheiten aus der unbekanntem Verteilung der Eigenschaften aller aktuell und auch zukünftig am Partnermarkt verfügbaren Personen. Alternativen erscheinen sequenziell und in beliebiger Reihenfolge und sind damit nicht simultan verfügbar. Damit wird eine Suche nach Alternativen über die Zeit erforderlich, bei der der damit verbundene Aufwand und Nutzen einer Fortführung des Suchprozesses seitens der Akteure niemals mit Sicherheit abgeschätzt werden kann. Zudem besteht das Problem, dass auf eine vormals nicht gewählte Alternative zu einem späteren Zeitpunkt womöglich nicht mehr zurückgegriffen werden kann.

Aus der Unvollständigkeit und der Unsicherheit der Informationen einerseits sowie der zeitlich und kognitiv begrenzten Ressourcen der Akteure all diese Informationen – wenn sie denn vorhanden wären – auch bewerten zu können, scheint die Annahme einer optimalen nutzenmaximierenden Partnerwahl sehr unwahrscheinlich, wenn nicht gar unmöglich (vgl. Blossfeld und Timm 1997).

Insofern gehen neuere, realistischere Annahmen davon aus, dass Akteure nicht nach einem Optimum, sondern vielmehr – orientiert an einfachen Heuristiken (vgl. Todd und Miller 1999) wie Simons Prinzip des „Satisficing“ (vgl. Simon 1956; 1990)<sup>9</sup> – nach einer zufriedenstellenden Lösung streben. Demnach suchen Akteure nicht nach dem perfekten Partner, sondern beenden die Suche, sobald ein akzeptabler Partner gefunden wird. Als akzeptabel wird ein potenzieller Partner dann bewertet, wenn er ein bestimmtes Mindestmaß bzw. minimales Anspruchsniveau erfüllt (vgl. Todd und Miller 1999; Blossfeld und Timm 1997; 2003; Oppenheimer 1988; Stroebe 1987). Das Anspruchsniveau dient dabei als subjektive Referenz, an der potenzielle Partner gemessen werden und beschreibt eine mehr oder minder vage und bewusste Vorstellung der Akteure davon, was einen akzeptablen Partner auszeichnet (vgl. Oppenheimer 1988). Potenzielle Partner, die diesen Mindestanforderungen nicht genügen, werden nicht in Betracht gezogen und Personen, die diesen subjektiven Schwellenwert überschreiten, müssen dabei andererseits nicht unbedingt den Idealvorstellungen entsprechen (vgl. Blossfeld und Timm 1997). Damit werden Personen, die eine zu geringe Ressourcenausstattung – das heißt einen zu geringen Partnerwert und damit gleichzeitig einen zu geringen Belohnungswert – signalisieren, als potenzielle Partner abgelehnt.

## 2.4 Zur Bedeutung des Handlungskontextes

Viele Bereiche der Soziologie, so auch ein Großteil der Arbeiten der soziologischen Partnerwahlforschung, orientierten sich in den letzten Jahren zunehmend an der Perspektive des methodologischen Individualismus. Ausgangspunkt dieses Ansatzes ist die Beschreibung der Situation, in der die Individuen ihre Handlungsentscheidungen treffen. Gemäß des Modells der soziologischen Erklärung werden kollektive Phänomene dann als Aggregat des Handelns vieler einzelner Akteure in diesen spezifischen Situationen verstanden (vgl. Stauder 2008).

---

<sup>9</sup> Heiner (1983; 1985) argumentiert ähnlich wie Simon. Bei Heiner sind es allerdings Normen, die in Form sozialer Verhaltensregeln („behavioral rules“) die Funktion der Entlastung für die Individuen übernehmen und als Entscheidungshilfen herangezogen werden. Der Ausgangspunkt ist damit bei beiden Autoren ähnlich; er liegt in den begrenzten kognitiven Möglichkeiten der Akteure zur Erfassung der Komplexität alltäglicher Entscheidungssituationen. Die Lösungsansätze bzw. Mechanismen, die die Autoren zum Umgang mit derart komplexen Situationen, die Entscheidungen abverlangen, vorschlagen, sind allerdings verschieden.