

## Vom den „blauen Seiten“ – eine explorative Analyse des Online-Portals *GayRomeo*

Von der Öffentlichkeit beinahe unbemerkt, erlebte die schwule Kontaktkultur in den letzten Jahren eine Art revolutionären Umbruch. Die Ursache: Internet-Communities und Online-Kontaktportale, die den Alltag vieler homosexueller Männer gehörig beeinflussen. „Tatsächlich hat kein anderes Phänomen der letzten Jahre dem Balzverhalten der schwulen Szene so nachdrücklich seinen Stempel aufgedrückt wie die Kontaktforen im Internet. Nie war schwule Sexualität so ausdifferenziert und spezialisiert wie heute.“ (Krämer 2004) Die Online-Community *GayRomeo* gilt als das größte deutsche Kontaktportal für homo-, bi- und transsexuelle Internetuser. Es beinhaltet Community-Elemente wie Foren und Möglichkeiten der Selbstdarstellung, fungiert aber vor allem als Kontaktbörse zu Gleichgesinnten in der eigenen Heimatregion und darüber hinaus. Ein Nutzungsschwerpunkt ist das Finden von unkomplizierten Sexkontakte; gerade für Schwule in ländlichen Gegenden oder kleineren Städten sind Angebote wie *GayRomeo* häufig die einzige Möglichkeit gegenseitiger Kontaktaufnahme sowie zur Organisation schwulen Alltags und der Freizeitgestaltung – die Grenze zwischen on- und offline verschwimmt dabei zusehends. Während sich wahrscheinlich nirgends so deutlich die Verschränkungen von virtuellem und realem Handeln beobachten lassen, ist das allgemeine Forscherinteresse an derartigen Angeboten gleich null. Auch eine Analyse des seit 2002 existierenden, beständig expandierenden Angebots von *GayRomeo* und seiner Rolle im Leben der Nutzer steht trotz seiner Größe und globalen Relevanz aus. Die vorliegende Studie soll einen Beitrag dazu leisten, diese Lücke zu schließen.

### Sexualbezogene Internetnutzung: Demarginalisierung und Empowerment

Viele Autoren (z.B. Cooper et al. 2000, Döring 2009) sind der Ansicht, dass das Internet die Muster sexuellen Handelns und der sexualbezogenen sozialen Kommunikation ändert, und führen hierfür verschiedene Gründe an: Menschen haben im Rahmen der Online-Kommunikation größere Kontrolle darüber, wie sie sich selbst präsentieren und was sie anderen über sich mitteilen.<sup>1</sup> Zudem bieten Internetangebote eine relativ sichere Umgebung für Unerfahrene, um Kontakte herzustellen und mit verschiedenen sexuellen Rollen und Persönlichkeiten zu Experimentieren: „[...] the online world is a great place to experiment and to have a ‚virtual trial‘ of the behavior before deciding whether it is something to engage in real time.“ (Cooper et al.: 523) Darüber hinaus lassen sich bestimmte Seiten individuell und je nach eigenen Interessen und Präferenzen, aktiv auswählen (→ Internet als „pull-Medium“), anonym aufsuchen und privat rezipieren.<sup>2</sup> So lässt es sich relativ einfach nach Gleichgesinnten suchen – dieses „confidential matching“ wird als Potenzial gerade für sexuelle Minderheiten angesehen, insbesondere für Homosexuelle. Siebert (2007) etwa sieht das Internet als einen Entwicklungsschub der Emanzipation Homosexueller: „Internet-Datingforen haben das Leben vieler Schwuler mehr verändert als die so genannte Homo-Ehe.“ Auch Krämer (2004) teilt die Ansicht, dass kommerzielle Internet-Datingforen und -portale die schwule Kontaktkultur weltweit revolutioniert hätten. „Now, people can be put in touch anonymously with people with specific characteristics and sexual interests without regard to geographical location or time zone. This has brought about a revolution on the patterns of making personal and sexual contact“ (Ross et al. 2005: 130) Hierbei gehe

<sup>1</sup> Döring (2009: 1095) schreibt hierzu: „By projecting a specific persona in an online setting, individuals who are otherwise unexceptional in real-world settings can experience the lust and desire of others: Any physical handicap can be made disappear; senior citizens can become young lovers; adolescents can be taken more seriously by portraying themselves as older.“

<sup>2</sup> Die Durchführung und Anbahnung sexualbezogener Kommunikation findet auf Dating-Sites, in Web-Communities, Web Chatrooms oder auch im Rahmen von Online-Spielen statt. „Online profiles, photos, and various dating, chat, and social networking sites are used to identify potential sex partners; communication is undertaken by e-mail, instant messenger, webcam and/or telephone conversations.“ (Döring 2009: 1096)

es vorrangig um eine *effektive* Gestaltung des Liebes- und Sexuallebens.<sup>3</sup> Dies mag an der Kontaktbörsen-Funktion des Internet liegen, das für mangelnde offline-Kontaktmöglichkeiten teils einen Ersatz darstellt, teils überhaupt einzige Möglichkeit zum Kennenlernen anderer Männer ist.

Die Internetnutzung bzw. Online-Kommunikation homosexueller Männer wurde in Deutschland bislang kaum erforscht.<sup>4</sup> Allerdings trifft dies laut Döring (2009: 1098) auch auf allgemeinere Aspekte wie die Implikationen des Web 2.0 auf Internet-Sexualität und auch das diesbezügliche Verhalten der zunehmenden Zahl von älteren Internetnutzern zu: „virtually no studies have investigated how adolescents [...] in fact could benefit in their sexual development from various forms of self-determined Internet sexuality (e.g., sexual self-exploration in online sexual encounters; sexual self-expression on personal homepages, weblogs or online profiles).“ Die vorliegende Studie möchte einen Beitrag hierzu leisten, indem sie eine stark frequentierte Social Web-Anwendung sowie deren Nutzung durch homosexuelle Jugendliche, aber auch ältere Männer im Hinblick auf ein potenzielles Empowerment und eine Demarginalisierung – kurzum: positive Aspekte der Internetnutzung – analysiert.

### *Empowerment, Demarginalisierung*

In zahlreichen Studien wurden positive Implikationen der Internetnutzung für marginalisierte Nutzergruppen hervorgehoben.<sup>5</sup> Demgemäß sprechen einige Autoren von den Potenzialen des Internet hinsichtlich einer Demarginalisierung und des Empowerment gerade von Minderheiten, da sich hier Aushandlungsfelder sexueller und geschlechtlicher Machtdiskurse bieten.

Mit *Demarginalisierung* ist gemeint, dass Menschen, deren sexuelle Präferenzen, Einstellungen oder Identitäten nicht dem gesellschaftlichen Mainstream entsprechen, „durch Publikationen und Foren im Internet [...] eine Plattform finden und so mehr Handlungsmacht erlangen.“ (Eichenberg/Döring 2006: 135) Für marginalisierte Gruppen wie Homosexuelle wird diese Entwicklung als emanzipatorisch eingestuft. „Aus der Sicht einer sexuellen Konsensmoral gelten diese Begehrungsformen heute immer stärker als zu Unrecht diskriminiert. Dementsprechend ließe sich eine internetgestützte Demarginalisierung auch positiv würdigen.“ (ebd.: 140) Beispielsweise können sie sich in Online-Gemeinschaften zusammenfinden und mit „Leidensgenossen“ kommunizieren.<sup>6</sup> Dies hat möglicherweise auch einen Einfluss auf Konstellationen symbolischer Macht, so halten Cooper et al. (2000: 525) fest: „The internet has functioned as a way for gay, lesbians and bisexual minorities to become majorities in their own virtual communities.“ Solche Online-Gemeinschaften sind v.a. für diejenigen vor Vorteil, die in ihrer unmittelbaren Lebenswelt Vorurteilen und Diskriminierung ausgesetzt sind. „For those who are [...] afraid to visit gay establishments or subscribe to gay publications, gay online services bring the gay community into their homes, where they’re shielded from their neighbors and coworkers“ (Gross 2007: ifx).

<sup>3</sup> Laut Daneback et al. (2007) lernen schwule bzw. bisexuelle Männer Sexpartner wesentlich häufiger online kennen als Heterosexuelle. Ihre Studie fand zudem heraus, dass ohnehin viele Männer, die Sex mit Männern haben, ihre Partner online finden. Ross et al. (2005: 138) stellten fest, dass die sexuelle Aktivitäten von Schwulen oder bisexuellen Männern einen größeren Teil ihrer Online-Aktivität einnimmt, und somit zielgerichteter ist: „They are more likely to actively pursue cybersex and to have reduced levels of flirting [...] suggesting that their cybersexual behavior with other men is not the result of chance or furtive encounters, but actively pursued.“ Auch Cooper et al. (2000: 525) stellen fest: „Lesbian women, gay men, and bisexuals use the Internet more often than their heterosexual counterparts for experimentation, networking, communication, and the expression of a variety of sexual behaviors.“

<sup>4</sup> Erste Ansätze lieferte beispielsweise Maes, der sich vorrangig linguistischen Aspekten der von ihm als „schwule Online-Kommunikation“ bezeichneten Thematik zuwendet. Zwei weitere Studien, Löffler (2009) und Dittmann et al. (1998), beschäftigen sich konkret mit der Internetnutzung von Homosexuellen, aktuell legte Bender (2010) eine qualitative Studie vor.

<sup>5</sup> Einige Autoren (Döring 2009, Krämer 2004) benennen zugeleich mögliche negative Aspekte wie die Gefahr suchtartigen Verhaltens, Beziehungsprobleme (Vertrauensstörungen), unerwünschte Kontakte, nicht-konsensuelles bzw. gewalttätige Handlungen oder die Gefährdung durch sinkende Hemmschwellen in realen sexuellen Begegnungen.

<sup>6</sup> McKenna/Bargh (1998: 681) schreiben hierzu: „Internet newsgroups allow individuals to interact with others in a relatively anonymous fashion and thereby provide individuals with concealable stigmatized identities a place to belong not otherwise available.“

Die *Empowerment-Perspektive*, ursprünglich aus dem Bereich der sozialen Bewegungen stammend, benennt Strategien, die geeignet sind, Selbstbestimmung und Autonomie von Individuen zu erhöhen. Döring (2000: 17) schlägt ein Verständnis des sexuellen Empowerment vor, das einen Prozess auf intellektueller Ebene und Erfahrungsebene beschreibt, bei dem es darum geht, Grenzen abzustecken sowie Bedürfnisse zu artikulieren: „Sexuelles Empowerment ist aus feministischer Sicht einerseits ein individueller Lernprozess, andererseits aber auch ein politischer Emanzipationsprozess in Richtung auf positive weibliche (und männliche) Sexualitäten.“ Die so errungenen, sehr unterschiedlichen Freiheitsgrade sind abhängig von den Teilnehmerkreisen der Online-Kommunikation, der Medienkompetenz der Teilnehmer sowie der realweltlichen Einbettung der Kommunikation.<sup>7</sup>

Demarginalisierung und Empowerment sind eng verknüpft, wie Döring (2009: 1097) verdeutlicht: „When a sexual minority is accepted in a specific cultural circle and viewed as unfairly discriminated against or marginalized (e.g., lesbians and gay men in Western Europe), the emancipation and empowerment brought by the Internet is typically welcomed.“ Indem das Internet eine leicht zugängliche Plattform des Kontaktes von Gleichgesinnten bietet, kann es u.a. zur einer Verringerung sozialer Isolation, der Förderung sozialer Vernetzung, der Stärkung der Selbst-Akzeptanz und Selbst-Identität, der Kommunikation praktischer Informationen und der Bestärkung politischen Aktivismus beitragen.<sup>8</sup> Auch Eichenberg/Döring (2006: 143) sind der Ansicht, dass sexueller Diskurs im Netz nicht nur von realweltlicher Diskriminierung entlaste, sondern auch neue Möglichkeiten der sozialen Vernetzung biete. Demgemäß charakterisieren sie das Internet als Medium, „das Interessierten im Sinne der Empowerment- und Demarginalisierungs-These die Möglichkeit bietet, mit alternativen Vorstellungen und pluralen Sexualitäten sichtbar zu werden.“ So stellten etwa McKenna/Bargh (1998) in ihrer Untersuchung fest, dass sexualbezogene Internetnutzung während der Ausbildung der eigenen sexuellen Identität zu größerer Selbstakzeptanz führen kann.<sup>9</sup> Döring (2000: 16) postuliert, dass dies einem Coming-Out außerhalb des Internet zuträglich sein könne. Beispielsweise gelten Lesben- und Schwulen-Chats als identitätsstützende Sozialisationsinstanzen, gerade für homosexuelle Jugendliche. „Das Internet kann folglich die Selbstfindung, die Selbstverortung und die Integration in eine homosexuelle Lebenswelt erleichtern.“ (Löffler 2009: 207) Auch Bender ist der Ansicht, dass durch das Internet „ein Weg in die homosexuelle Identität, die homosexuelle Subkultur und/oder ein Weg in die breite heteronormative Öffentlichkeit gefunden werden“ (Bender 2010: 351) kann. Diese Prozesse seien in ihrem Verlauf aber sehr individuell und verschieden. Darüber hinaus könnten nicht-geoutete Personen ihre nicht offen gelebte Homosexualität im geschützten Raum Internet über Online-Kommunikationen kompensieren bzw. ihr Coming-Out virtuell proben (vgl. Löffler 2009: 197).

Eichenberg/Döring (2006) führen das hier beschriebene Potenzial zur Demarginalisierung und Empowerment auf eine Ausdehnung der *kommunikativen Reichweite* zurück, da sich im Netz neue Möglichkeiten der sozialen Begegnung und Vernetzung bieten. „Die theoretische und praktische Ausein-

<sup>7</sup> Auch Cooper et al. (2000) betonen das Empowerment-Potenzial des Netzes, z.B. für junge Frauen, die durch das Netz aus ihrer vermeintlichen Rolle eines (Sex-)Objekts lösen können. Für Jugendliche scheint aufgrund der Verringerung des sozialen Drucks das online-basierte Experimentieren mit der eigenen Sexualität sicherer als in face-to-face-Begegnungen. Auch dadurch kann eine wichtige Rolle des Internets im Coming Out-Prozess vermutet werden. Darüber hinaus können auch ältere Menschen oder solche, die an ihr Zuhause gebunden sind, über das Netz mit anderen korrespondieren.

<sup>8</sup> Mehra et al. (2004: 788) stellten in ihrer Studie zum Empowerment sexueller Minderheiten durch Internetnutzung fest, dass der Austausch über eine Mailingliste verschiedene ermächtigende politische, soziale und bildende Funktionen hatte, z.B. Informationsressource zu Veranstaltungen, soziale und psychologische Unterstützung, Ort der Artikulation politischer Forderungen gegenüber der heterosexuellen Mehrheit. Auch Döring (2009: 1097) postuliert: „The self-promotional and political activities of a diverse range of sexual subcultures could contribute to greater sexual liberation.“ Zugleich warnt sie davor, dass die Empowerment-Potenziale auch in das Gegenteil umschlagen könnten, da das Internet teils genutzt würde, um Diskriminierung sexueller Minderheiten voranzutreiben (z.B. über das Verbreiten schwulenfeindlicher Kampagnen).

<sup>9</sup> Laut McKenna/Bargh (1998: 692) müssen Identitäten von anderen wahrgenommen werden, um sie zu einer sozialen Realität werden: „Through participation in an Internet group that shares a marginalized aspect of one's identity, that part of the self is transformed, becoming more acceptable. [...] This reduces the inner conflict between the marginalized self-aspect and cultural standards and allows the individual to be more open about that aspects with important others, such as family and friends.“

andersetzung mit gesellschaftlich marginalisierten Begehrensformen steht im Netz auch jenen offen, die etwa durch ihren Wohnort oder sonstige soziale Kontrollbedingungen von entsprechenden Diskursen und Szenen ausgeschlossen sind.“ (Döring 2000: 16) Insbesondere die Bedeutung für junge Homosexuelle in ländlichen Gegenden wird in der Literatur immer wieder hervorgehoben (u.a. Siebert 2007, Döring 2009). So zitieren Cooper et al. (2000) eine Studie, die herausfand, dass v.a. jüngere Männer in kleineren Städten, mit geringer gleichgeschlechtlicher sexueller Erfahrung das Internet nutzten. Dies unterstützt die Annahme, dass das Internet gerade jungen Menschen ein Medium bietet, die ihre sexuelle Identität an geografisch isolierten Orten erkunden (müssen/wollen), und sich so mit anderen vernetzen können.<sup>10</sup> Meeker (zit. nach: Gross 2007: viii) stellt diesen Vernetzungsaspekt als wesentlichen Bestandteil der Identitätsbildung heraus: „Even more than coming out [...], connecting (the moment of emerging from the isolation and invisibility into which most who would later identify as gay or lesbian are born) is the point at which someone becomes homosexual“. Gleichsam wird das Internet laut Bender (2010: 330) zu einem Regulationsmedium sozialer Beziehungen, da emotionale Nähe durch anonyme, unverbindliche Distanz realisiert werden kann. Es ermöglicht den Zugang zu einer neuen sozialen Gruppe, einer neuen Lebensumwelt und zu einer realen, urbanen Erfahrung von Homosexualität: „Das Internet, besonders die homosexuelle Internetplattform *GayRomeo*, bietet eine Anschlussmöglichkeit an die homosexuelle Subkultur im Sinne eines ‚Must have‘ und als Trend.“ Vor diesem Hintergrund hält es Löffler (2009) für denkbar, dass Landbewohner das Internet anders nutzen, da sie keinen Anschluss zur Szene haben.

## Forschungsfragen und Untersuchungsanlage

Es lässt sich auf Grundlage der bisherigen Forschung zu homosexueller Nutzung des Internet annehmen, dass *GayRomeo* Elemente beinhaltet, die ein Empowerment einzelner Nutzer, aber auch der schwulen Community als Ganzes vorantreiben und fördern. Die vorliegende Studie verfolgt deshalb folgende übergeordnete Forschungsfrage: Gibt es Hinweise auf eine positive Wirkung des Internet-Portals *GayRomeo* im Sinne eines Empowerments bei gleichzeitiger Demarginalisierung der schwulen Minderheit? In einem ersten Schritt erfolgt die systematische, explorative Beschreibung von *GayRomeo* hinsichtlich diverser Kriterien zur sexualbezogenen Nutzung des Internet sowie medienspezifischer, interaktivitätsbedingter Kriterien. Im zweiten Schritt wurde anhand der öffentlich einsehbaren Mitgliederliste eine Inhaltsanalyse der Nutzerprofile zweier regional begrenzter Stichproben durchgeführt, in deren Fokus die Selbstdarstellung der Mitglieder stand. Mit beiden Analyseschritten sollen folgende Teilfragen beantwortet werden:

- Nutzung: Wozu wird das Portal genutzt? Steht die Nutzung des Portals zur Suche nach offline-Sexpartnern im Vordergrund? Gibt es Hinweise auf andere relevante Nutzungsmotivationen? (F1)
- Selbstdarstellung: Gibt es Unterschiede in der Selbstdarstellung der Nutzer aus eher kleineren Gemeinden gegenüber solchen aus größeren Städten? (F2)

## **GayRomeo – systematische Darstellung**

### *Entstehung, Rezeption*

Die erste Version von *GayRomeo* ging 2002 online. Weil sich dort pornographisches Material einsehen lässt, ist die Betreiberfirma „PlanetRomeo B.V.“ seit 2006 in Amsterdam niedergelassen, da dort die

---

<sup>10</sup> Krämer (2004) schreibt sehr treffend: „Als Segen erweist es [das Internet, NH] sich in solchen Gegenden, in denen es kaum oder überhaupt keine schwule Infrastruktur gibt. Endgültig passé ist das Gefühl, als Homo irgendwo hoffnungslos in der Provinz versauern zu müssen. Ein paar Mausklicks, und schon kann man sich mit Gleichgesinnten aus der näheren Umgebung verabreden, von denen man zuvor nichts wusste.“

Jugendschutzbestimmungen weniger streng sind als in Deutschland. Aufgrund seiner hohen Nutzerzahlen gilt *GayRomeo* als „das wichtigste Netz von Schwulen für Schwule in Deutschland“ (Hofmann 2006) und Europa.<sup>11</sup> Einer Studie der GfK aus dem Jahr 2010 zufolge, weist *GayRomeo* monatliche Nutzungsdauern auf, die mit durchschnittlich 12 Stunden noch vor sozialen Netzwerken wie Facebook liegen. Einer der Gründe dafür, dass Stefan Mey (2012) die Seite als einen „hidden champion“ im deutschen Netz bezeichnete. Darüber hinaus ist das Portal heute ein globales Phänomen, in dem Maes (2007) gar den lebendigen Ausdruck einer „gay globalisation“ erkennt. Die exponierte Stellung innerhalb der schwulen Gemeinschaft brachte dem Portal Namen wie „blaue Seiten“ oder „schwules Einwohnermeldeamt“ ein. Es gibt in Bezug darauf allerdings auch kritische Stimmen, so wird *GayRomeo* bezüglich der Tolerierung von gesundheitsgefährdendem Verhalten<sup>12</sup> oder Datenschutzfragen (Datenkriminalität, Verifizierungsprobleme) kontrovers diskutiert.

Registrierung und Nutzung von *GayRomeo* sind kostenlos und anonym – dies führt jedoch zum Problem der gefälschten Identitäten und Mehrfachanmeldungen.<sup>13</sup> Jeder User erstellt anhand einer Eingabemaske ein individuelles Profil (Personenangaben, Bilder, Interessen, sexualbezogene Informationen), die genutzt wird, um sich selbst darzustellen, für andere sichtbar zu werden und mit ihnen in Kontakt zu treten. Diese Selbstdarstellung ist, so Eichenberg/Döring (2006: 151), einerseits funktional (Kontaktsuche), andererseits auch Teil der Identitätsarbeit, etwa im Rahmen von Coming-out-Prozessen. Da die Headline (Text der Nutzersuche) ein multifunktional einsetzbares Instrument zur thematischen Eingrenzung und Hervorhebung bestimmter Aspekte sei, lasse die individuelle Gestaltung der Profile laut Hoffarth (2009: 55) Rückschlüsse auf die jeweilige Motivation der Nutzer zu.<sup>14</sup> Diesbezüglich ergab eine Befragung von *GayRomeo*-Mitgliedern im Jahre 2006<sup>15</sup>, dass bereits ca. 72% der Mitglieder mindestens einmal einen Sexkontakt aufgrund einer Verabredung über das Online-Portal hatten. Demgemäß ist die wichtigste Nutzungsmotivation der Befragungsteilnehmer „Sexkontakte suchen“ (31%), danach folgen „Kontakt mit Freunden aufrechterhalten“ (26,7%) und „Neue Freunde kennen lernen“ (24,3%); weiter abgeschlagen ist die Nutzung zur „Partnersuche“ (13,3%). Daraus, so die Autoren, werde

<sup>11</sup> *GayRomeo* hat heute über 370.000 in Deutschland registrierte Nutzer, weltweit sind es über 1,3 Millionen (Stand: Mai 2012). Erstaunlicherweise finden sich darunter auch Länder, in denen homosexuelle Handlungen strafrechtlich verfolgt werden, z.B. Iran oder Saudi-Arabien. Nutzern, die in solchen Ländern registriert sind, stellt *GayRomeo* als schützende Maßnahme einen kostenlosen PLUS Account zur Verfügung, da dieser über eine SSL-Verschlüsselung vertrauliches Surfen ermöglicht.

<sup>12</sup> *GayRomeo* duldet das Suchen von ungeschütztem Geschlechtsverkehr (so genannter „Bareback-Sex“). Dies wird zudem insofern unterstützt, als man entsprechende Profil- und Sucheinstellungen vornehmen kann oder Bareback-Clubs existieren. Dem steht die von *GayRomeo* extensiv betriebene Aufklärung über Safer Sex sowie die Bereitstellung eines so genannten „Health Supports“ durch autorisierte Mitglieder gegenüber. Auch biete es, so Hofmann (2006), eine Möglichkeit für HIV-Infizierte Barebacker aus ihrer sozialen Isolation ausbrechen – die Hemmschwelle Nicht-Infizierter gegenüber gefährlichen Praktiken werde dadurch jedoch gesenkt. Da die Betreiber auf ein generelles Verbot von Bareback-Kommunikation verzichten, weil dies nur über eine Überwachung auch der privaten Messages durchzusetzen sei, richtet sich ihr Appell an die individuelle Verantwortung der Nutzer für sich selbst und andere.

<sup>13</sup> Ein weiteres Problem des Portals ergibt sich aus gefälschten Identitäten, so genannten „Fake-Profilen“. Harmlosere „Faker“ möchten intime Bilder anderer Mitglieder erhalten oder suchen nach anonymen Cybersex, bei dem sie in eine fremde Rolle schlüpfen (vgl. Hofmann 2006). Dem soll ein Bestätigungssystem entgegenwirken. „Nutzer, die sich persönlich kennen, können Profile entsprechend markieren und so die Glaubwürdigkeit des Nutzers erhöhen“ (Siebert 2007). Den Status eines „Plus-Users“ erhält man mittels eines kostenpflichtigen Zugangs, der auch zu Zusatzleistungen berechtigt – darüber soll zugleich ein gewisser Schutz gegen „Faker“ entstehen. Keinen Schutz gibt es jedoch gegen gefälschte oder geschönte Angaben zu Alter, Körperbau, Safer-Sex-Verhalten oder falsche Fotos. Verbreitet ist auch die Einrichtung mehrerer Profile, die je nach Stimmungslage und Motivation genutzt werden – auf derartiges Verhalten reagiert *GayRomeo* mit Profil-Sperren und vertraut dabei auf die aktive Mithilfe der Community.

<sup>14</sup> Ganz ähnlich sieht es Maes (2006: 83), der postuliert, dass es sich empfehle ein dezent gestaltetes Profil zu entwerfen, wolle man einen seriösen Eindruck hervorrufen. „Ist das Ziel möglichst viele Sexdates zu haben, wird das Profil oft einen teilweise wenig originellen und obszönen Charakter haben.[...] Dirtytalk kann stimulierend wirken und im Dialog, je nachdem, welches sprachliche Material gewählt wird, die Gesprächspartner motivieren, aus dem Cybersex im Chat echten Sex werden zu lassen.“ Dabei erfüllt das Profil zugleich eine Suchfunktion: über die Suchmaske lassen sich gewünschte Interaktionspartner nach präferierten Merkmalen sortieren und gezielt ansprechen: „Je nach Bedürfnis und Fetisch wird ein Filter aktiviert, mit dem sich die virtuelle Szene durchsuchen lässt. [...] Dabei kann vom Schreibtisch aus das geleistet werden, was sonst beim Besuch eines Clubs oder einer Bar getan werden muss.“ (ebd.: 72)

<sup>15</sup> Quelle: <http://www.gayromeo.com/infothek/health/sexcheck2006.php> (22.09.2010).

deutlich, dass *GayRomeo* neben den Sexkontakte v.a. als alltägliches Kommunikationsmedium in der schwulen Community genutzt wird.

#### *Modellgestützte, systematische Analyse des Online-Angebots*

Theoretisch verankert ist die explorative Beschreibung durch eine Verknüpfung des erweiterten Triple-A-Modells und des Triple-C-Modells. Beide Modelle sollen die Überwindung der Hemmschwelle zur Beteiligung und Nutzung sexbezogener Internetseiten erklären. „Cooper and Griffin-Shelley have argued that the Internet is particularly popular for making sexual contacts because of the triple-A engine“ (Ross et al. 2005: 132). Zu den drei ursprünglichen Faktoren des Triple-A-Modells gehören *Accessibility* (Millionen Webseiten sind rund um die Uhr verfügbar, u.Ä.), *Affordability* (Wettbewerb unter den Seiten hält die Preise niedrig; kostenfreie Sex-Angebote, z.B. YouPorn), *Anonymity* (Menschen nehmen die Kommunikation im WWW i.d.R. als anonym wahr) (vgl. Cooper et al. 2000: 522). Ross et al. (2005: 132) ergänzen das Triple-A-Modell noch um den Aspekt der *Approximation* (Annäherung, d.h. „the ability to experiment with sexual identity and behavior by approximating being gay, either through fictitious selves or having cybersex.“). Eine Erweiterung dieses Erklärungsansatzes ist das Triple-C-Modell von Eichenberg/Döring (vgl. 2006: 136), das aus den nicht näher erläuterten Aspekten *Communication*, *Collaboration* und *Community* besteht. Die Autoren unterstreichen damit die medienspezifische Interaktivität der Internet-Kommunikation, was insbesondere vor dem Hintergrund neuerer Web 2.0-Angebote äußerst sinnvoll erscheint. In der vorliegenden Studie wurde angenommen, dass diese sieben Faktoren für *GayRomeo* nachgewiesen werden können, das Portal soll anhand dieser Kriterien beschrieben und seine Funktionen eingeordnet werden.

Die interne *Kommunikation* ähnelt formal dem Versenden von E-Mails, hat aber auch Anleihen der Chat-Kommunikation (vgl. Maes 2007) – *GayRomeo* ist allerdings kein Chatroom im klassischen Sinne, da Nachrichten und eigene Bilder nur vom jeweiligen Benutzer gelesen und wiederum an andere Profilseiten gesendet werden können.<sup>16</sup> Darüber hinaus sind sehr viele Inhalte von *GayRomeo* grundsätzlich auch ohne eine entsprechende Anmeldung verfügbar, lediglich die Kommunikation mit den Usern funktioniert nur gegen Anmeldung.<sup>17</sup> Qualitativ werden die Kommunikationen bei *GayRomeo* als unverbindlich und beliebig, als sporadisch und oberflächlich beurteilt (Bender 2010: 333). Da sie stark sexualisiert und soziale Konsequenzen nicht mehr sichtbar seien, würden Hemmschwellen sinken: „Durch die stärkere Selektion der Kommunikationsteilnehmer im Netz komme es zu einer Verarmung und Verhärtung in der Kommunikation, da eine reale, soziale Rückbettung fehle.“

Neben dem Versenden von Nachrichten, der Suche, Verlinkung und Abspeicherung von Nutzerprofilen, kann der User Mitglied von virtuellen Clubs werden. Inhaltlich reichen die Clubs von gesellschaftlichen Verbänden (z.B. Organisation zur Durchführung des thüringischen Christopher Street-Days) und Parteien (z.B. Schwusos Thüringen, Arbeitskreis Lesben und Schwule in der SPD), Freizeitinteressen (z.B. Kultur, Hobbies), bestimmten sexuellen Vorlieben, Clubs zu Bildungs- und Karrierefragen bis hin zu religiösen Themen. Die Gründung eines Clubs, der eine Art Interessengemeinschaft darstellt, steht jedem Mitglied frei, und wird häufig zur Vernetzung der lokalen Szene genutzt (z.B. „Gaystammtisch

<sup>16</sup> Maes (2007: 68) beschreibt die Kommunikation wie folgt: „Die GR-Nachrichtenübermittlung (*GayRomeo messaging*) [...] bietet] den Usern die bequeme Möglichkeit, ohne dass andere User – wie beim Chat – die geschriebenen Texte mitlesen können, sehr schnell miteinander in Kontakt zu treten.“ Hierzu verknüpft *GayRomeo* Messaging verschiedene Schnittstellen wie Brief, Chat, E-Mail, Telefon oder Webcam. Der Vergleich mit einer Messenger-Funktion ist deshalb naheliegend.

<sup>17</sup> Aufgrund der sprachlichen und inhaltlichen Merkmale der hier vollzogenen Kommunikationen bezeichnet Maes(2006: 84) sie als „durchgestylte Kommunikation“, die nur im Internet realisiert werden könne. Die Interaktionen verfügen über eine bestimmte narrative Infrastrukturen, in denen Mitglieder ihre Wünsche und Bedürfnisse artikulieren, und die Herausbildung einer Spezialsprache, ein Vokabular der Motive, Emotionen und Rollenbeziehungen, implizieren (vgl. Keifer-Boyd 2006). Laut Hoffarth (2009: 55) eigne sich das Internet als Instanz der vermittelnden Kontaktaufnahme für Schwule besonders, da die Textproduktion frei und unverbindlich ist, und sich zugleich Anonymität bewahren lässt, was den Nutzern bei einem noch nicht vollzogenen Coming Out besonders wichtig ist.

Gera“).<sup>18</sup> Die thematische Bandbreite bildet schwule Lebenswelten in ihrer Vielfalt ab und unterstreicht, dass es in der virtuellen Parallel-Welt nicht nur um Sex geht (vgl. Siebert 2007). Dafür, dass schwule Männer über *GayRomeo* einen gewissen Teil ihres Alltags organisieren, sprechen auch andere Angebote: So können Nutzer im so genannten Guide, einer Art Branchenverzeichnis, Orts- und interessenspezifisch gezielt nach Einträgen der Bereiche Ausgehen (Bars, Kinos u.a.), Shoppen, der genannten Gruppen, Dienstleistungen (z.B. Ärzte, Beratung) und Reisen suchen. Über den so genannten Escort-Service bietet *GayRomeo* zudem eine Plattform für Prostitution. Darüber hinaus stellen die Betreiber in der Infothek neben zahlreichen gesundheitsbezogenen Informationen auch Material für Männer, die sich für ein Coming-Out entscheiden (wollen), oder Informationen zu weltweiten Fällen von Schwulenverfolgung<sup>19</sup>. Hofmann (2006) konstatiert: „Es dient als Lebenshilfe, Gesundheitsratgeber und Reiseführer, als Job-, Auto- und Wohnungsmarkt.“ Eine weitere Funktion betrifft die Orientierung, so lassen sich Nutzer von anderen Usern über die Szene in fremden Städten, auch länderübergreifend, informieren, beispielsweise im Vorfeld einer (Dienst-)Reise oder eines Auslandsaufenthalts – Interessierte können so auf „schwule Sozialressourcen“ zurückgreifen (vgl. Keifer-Boyd 2006). Dieses Orientierungswissen, so Bender (2010: 353), könne „in der alltäglichen Realität und in der narrativen Ausgestaltung und kontinuierlichen Praxis des Coming-outs zur Anwendung kommen.“

In diesem Zusammenhang gewinnt der *Gemeinschaftsaspekt* große Bedeutung. Gemeinhin gilt das Internet als „hervorragende Option, um den Kreis möglicher Beziehungen über den unmittelbaren sozialen und geographischen Raum hinaus zu erweitern. Es ermöglicht Begegnungen, die realweltlich kaum zustande gekommen wären.“ (Heintz 2003: 200) Somit komme es im Internet durchaus zur Gruppenbildung. Diese virtuellen Gruppen teilen Eigenschaften mit realweltlichen, z.B. in Form eines Zusammenghörigkeitsgefühl oder einer kollektiven Identität. Online-Vertrautheit und Offline-Kontakte stützen sich gegenseitig, wobei die Online-Beziehungen nicht an die Stelle realweltlicher Beziehungsnetze treten, sondern sie ergänzen. Im Zusammenhang mit *GayRomeo* kann von so genannten netzwerkartigen „group communities“ gesprochen werden, die sich innerhalb bestehender Kommunikationsgruppen bilden, aber auch gruppenübergreifend sein können. So ist vorstellbar, dass sich viele geoutete Nutzer von *GayRomeo* innerhalb einer regional umgrenzten Szene wie Erfurt offline kennen und gleichzeitig online in Verbindung stehen. Zugleich ist es offline isolierten Nutzern (aus ländlichen Gegenden) insofern möglich, online Teil einer solchen group community zu werden, als bei *GayRomeo* andere User gespeichert werden können, sich User miteinander verlinken und über die Mitgliedschaft in einer Gruppe mit anderen Mitgliedern vernetzen können.<sup>20</sup> Dementsprechend postuliert auch Gross (2007: ix): „The potential for friendship and group-formation provided by the Internet is particularly valuable for members of self-identified minorities who are scattered and often besieged in their home surroundings.“ Während vor allem junge Männer sich häufig mangels einer unterstützenden „queer community“ in ihrer unmittelbaren Umgebung isoliert fühlen, können sie im Internet Teil einer Gemeinschaft sein. Darüber hinaus schließt auch die Verwendung einer Spezialsprache gemeinschaftsbildende Elemente (Sprachcodes) ein. Eine Gemeinschaft bilde sich, so Keifer-Boyd (2006: 257), in dem Sinne

<sup>18</sup> Die Gruppen im Raum Thüringen stammen vorrangig aus dem Bereich „Sex, Fetisch“ oder „Party, Lifestyle“, wobei auch Unternehmen und verschiedene „nicht-schwule“ Einrichtungen als offenbar beliebte Treffpunkte vertreten sind. Ausnahmen bilden z.B. ein Judoclub, ein Club zu Computertechnik oder ein Club für Hörbehinderte. Während einige Clubs bezüglich Zielgruppe und Thematik eher allgemein sind, gibt es bei anderen einen eindeutig lokalen Bezug, beispielsweise Sextreffen an bestimmten Orten.

<sup>19</sup> Die Betreiber engagieren sich in diesen Bereichen, z.B. gründeten sie 2009 die „PlanetRomeo Foundation“, deren Ziel das „Aufbringen und die Vergabe von Mitteln oder die anderweitige Unterstützung wohltätiger Projekte oder anderer gemeinnütziger Zwecke [ist]. Dies gilt insbesondere [...] für jene, die relevant für die Interessen der Lesben-, Schwulen-, Bisexuellen- und Transgendergemeinschaften (LGBT) sind.“ (<http://www.gayromeo.com>; 23.09.2010) Themenschwerpunkte sind Bildung, Kultur, Schwulenrechte, Gesundheit, Emanzipation und Sport.

<sup>20</sup> Ein weiteres gemeinschaftsbildendes Element könnte das Hinterlassen von so genannten „Fußtapsen“ auf Profilen anderer Nutzer sein, wodurch User bestimmte Merkmale (z.B. den Körperbau oder das Gesicht) als besonders positiv hervorheben können. Dadurch sind die User angehalten, sich mit anderen Profilen auseinanderzusetzen, hinzu kommt der Wettbewerbsgedanke, da einmal täglich diejenigen Profile mit den meisten Fußtapsen, die zufällig aus einer Rangliste ermittelt werden, auf der Suchseite erscheinen.

“that participants in the community share intentions for developing friendships and for seeking individual amorous and/or sexual encounters with others. Knowing that everyone in the community is gay sustains the community as an entity.”

Es gibt aber auch skeptische Einschätzung hinsichtlich der Gemeinschaftsbildung. So sehen etwa die von Bender befragten Nutzer aufgrund der Unverbindlichkeit und Beliebigkeit der bei *GayRomeo* stattfindenden Kommunikation ein fehlendes Gemeinschaftsgefühl. Dennoch sei das Portal ein spezifisch homosexueller Raum, „der eine Bereicherung des Lebens [...] darstellt und eine Beobachtung von Kommunikationsteilnehmern aus sicherer Entfernung erlaube.“ (Bender 2010: 334) Die Ausbildung eines Gemeinschaftsgefühls sei, bei aller Kritik, aber insofern gegeben, als „Gleiche unter Gleichen in ähnlichen Lebenssituationen nach einem (festen) Partner oder einem Zugang zu einer homosexuellen Bezugsgruppe suchen.“ (ebd.) Der Punkt der Selbstorganisation (realer Treffen) über die geografische Lage und geteilte Interessen ist ein wesentlicher Aspekt der sich bei *GayRomeo* formierenden Gemeinschaft. Auch Keifer-Boyd (2006: 257) stellte in ihrer Studie fest: „[...] the search for others who share one's beliefs, values, and desires is the primary purpose within the [...] community. This search motivates members to interact and share beliefs, ideas, and information.“

Über die genannten Aspekte hinaus erfüllt *GayRomeo* das Kriterium der *Annäherung*, da es über die auf den Profilen geleistete Selbstdarstellung möglich ist, mit der eigenen sexuellen Identität zu experimentieren (auch über gefälschte Profile) und über den Kontakt zu anderen Nutzern und allgemein das Surfen über den “Planeten” *GayRomeo* einen Eindruck davon zu gewinnen, was es heißt, schwul zu sein. Auch die Möglichkeit der Anbahnung von Cybersex (z.B. in entsprechenden Gruppen) bestätigt die Annäherungsfunktion, denn so ist es möglich “to experiment with, and experience, an activity closely, [...] to become psychologically and physically [...] familiar in the context of a virtual encounter.” (Ross et al. 2005: 132)

Triple-A+	Triple-C
<i>Accessibility:</i> weltweit zugänglich, diverse Sprachausgaben	<i>Communication:</i> schreiben von privaten Nachrichten, Kommunikation in Foren und Gruppen, Privatchats
<i>Affordability:</i> kostenfreier Zugang ( <i>GayRomeo</i> finanziert sich über zahlungspflichtige Zusatzleistungen und Werbung, die in der Benutzersuche eingebettet wird – das Nichteinblenden der Werbung ist wiederum bezahlungspflichtig)	<i>Collaboration:</i> Guide (Branchenverzeichnis), Organisation von Zusammenarbeit in Gruppen, <i>GayRomeo</i> -Nutzungs-Support und Health-Support (autorisierte User); Aufrufe zur Beteiligung an Demonstrationen und anderen Aktionen, „schwule Sozialressourcen“
<i>Anonymity:</i> keine Überprüfung persönlicher Angaben, Beschränkung der Profilzugänglichkeit	<i>Community:</i> Gruppenzugehörigkeit (lokal, überregional), Vernetzungspotenzial, Bereitstellung von Orientierungswissen, kollektive Identität (Homo- bzw. Bisexualität)
<i>Approximation:</i> Möglichkeit der Anbahnung von Cybersex und des Experimentierens mit unterschiedlichen Identitätsaspekten („Fake-Accounts“)	

Tab. 1: Kriterien der sexualbezogenen Nutzung von *GayRomeo*

Insgesamt erfüllt *GayRomeo* alle Kriterien des Triple-A+ und des Triple-C-Modells (vgl. Tab. 1): es ist leicht *zugänglich*, auch für Nutzer aus schwulenfeindlichen Ländern, in seinen Grundfunktionen *kostenfrei* und gewährt den Nutzern einen *anonymen* Zugang. Darüber hinaus stellt Löffler (2009: 200f.) den Wert heraus, den *GayRomeo* hinsichtlich der Nutzungsaspekte *Identitäts-* und *Kapitalmanagement*<sup>21</sup> besitzt: „Wer

<sup>21</sup> Bezuglich des *Identitätsmanagements*, so Löffler, nutzen Schwule das Internet, da sie sich generell intensiv mit ihrer Identität auseinandersetzen. Besonders der Aspekt der Gruppenidentität wird durch Portale wie *GayRomeo* befördert, da sie das Bedürfnis nach Zugehörigkeit und Zusammenhalt, im Sinne von Austausch und Teilhabe, bedienen. Zugleich ermöglichen sie Distinktion (sozialer Vergleich) und den Ausdruck der eigenen Persönlichkeit, d.h. durch die Unterstützung von Aspekten der individuellen Identität, trägt die Nutzung zur Selbstfindung bei. *Kapital- und Alltagsmanagement* bezieht sich einerseits auf soziales Kapital (Kontaktpflege, -erweiterung, -reaktivierung) (vgl. Löffler 2009: 200). Andererseits meint Alltagsmanagement die Bereitstellung von (nicht ausschließlich sexualbezogenem) Wissen im Internet bzw. das Internet als Ideen- und Ratgeber, wobei Keifer-Boyd's (2006) Begriff „schwuler Sozialressourcen“ in den Sinn kommt.

dafür Plattformen wie *GayRomeo* einsetzt, schlägt gleich zwei Fliegen mit einer Klappe: Er ist Teil der homosexuellen Community und kann gleichzeitig mit Freunden und Bekannten chatten oder neue Bekanntschaften knüpfen (Freundschaft, Affäre, Partnerschaft).“ Auch Eichenberg/Döring sind der Ansicht, dass sexueller Diskurs im Netz neue Möglichkeiten der *sozialen Vernetzung* biete, sofern die Medienmerkmale des Triple-C-Modells, wie sie sich bei *GayRomeo* wiederfinden, auch genutzt werden. „Die medienspezifischen Merkmale des Internet bietet [...] Männern eine niedrigschwellige Möglichkeit, ihre Sexualitäten zum Ausdruck zu bringen. Damit wird ein neuer sexueller Erfahrungs- und Diskursraum mit zusätzlichen Freiheitsgraden geschaffen“ (Eichenberg/Döring 2006: 151), in einem vergleichsweise sicheren Rahmen. Gleichsam können Interessierte durch Datensätze „flanieren“ und ohne jegliche Ortswechsel an Sozialität teilnehmen (vgl. Bender 2010). Auch wenn *GayRomeo* somit Elemente bestimmter Web 2.0-Angebote aufweist (z.B. Vernetzungsaspekt, Gruppenzugehörigkeit, Selbstdarstellung), handelt es sich eher um einen Hybriden zwischen Kontaktbörse und Social Community.<sup>22</sup>

## Quantitative Inhaltsanalyse: Selbstdarstellung in Profilen

### *Sample*

Für die quantitative Inhaltsanalyse bot sich die Eingrenzung auf das Bundesland Thüringen an, da es sich um eine umgrenzte Stichprobe handelt. Bezugnehmend auf die Forschungsliteratur, laut der das Internet gerade denjenigen ein Medium bietet, die ihre sexuelle Identität an geografisch isolierten Orten erkunden und keine oder nur wenige Zugänge zu szenetypischen Treffpunkten haben, wurde ein Vergleich zwischen Nutzern eher ländlichen Gegenden und einer Großstadt hinsichtlich ihrer Selbstdarstellung im *GayRomeo*-Profil angestrebt. Bestandteil der quantitativen Inhaltsanalyse waren somit zwei Nutzer-Gruppen: zum einen Nutzer mit Standortangabe Erfurt<sup>23</sup> (Gruppe Erfurt), was von der Bevölkerungszahl her laut Daneback et al. (vgl. 2007: 103) einer Großstadt entspricht. Zum anderen solche, die als Standort kleinere thüringische Städte und Gemeinden angaben (Gruppe Land) mit einer Bevölkerungszahl von unter 20.000. Der Anteil der männlichen Bevölkerung liegt hier i.d.R. unter 10.000, entspricht somit der Definition einer Stadt bzw. ländlichen Gegend bei Daneback et al. (ebd.; „town or rural“, unter 10.000 Einwohner). Unter Zuhilfenahme der thüringischen Bevölkerungsstatistik wurde zunächst geprüft, welche Gemeinden, die über die Usersuche von *GayRomeo* eingegeben werden können, dem Aufgreifkriterium (männliche Bevölkerung >10.000) entsprechen. Unter Gruppe Land konnten so 393 Mitglieder gefasst werden, die einer Vollerhebung unterzogen werden sollten. Im zweiten Schritt wurden alle Mitglieder mit Standortangabe Erfurt aufgelistet. Unter Verwendung eines Lotterieverfahrens wurden unter den 1.476 Mitgliedern aus Erfurt ebenso viele Mitglieder zufällig ausgewählt. Da die Inhaltsanalyse ressourcenbedingt zu einem späteren Zeitpunkt stattfand, kam es zu einigen Fallausfällen, die letztlich der Dynamik des Internets geschuldet sind.<sup>24</sup> So ergab sich die

<sup>22</sup> Der Gedanke des „user generated content“, wie er etwa für die Wikipedia, YouTube oder Weblogs charakteristisch ist, steht bei *GayRomeo* weniger im Vordergrund. Auch ist nur im eingeschränkten Maße möglich die Profile zu personalisieren – die Einbindung externer Links, wie etwa bei Facebook, ist untersagt.

<sup>23</sup> Die Bevölkerungsstatistik der thüringischen Landeshauptstadt Erfurt erfasste am 31.12.2009 eine Bevölkerungszahl von 199.952, davon 96.223 männlich und 103.729 weiblich (vgl. <http://www.erfurt.de/erfurt/de/rathaus/daten/bevoelkerung/stadt/>, 20.09. 2010). Laut *GayRomeo*-Usersuche waren am 20.09.2010 1.756 Nutzer mit Standort Erfurt gemeldet (ca. 1,8% der männlichen Erfurter Bevölkerung). Dass grundsätzlich mehr Homosexuelle in Großstädten leben, wurde in zahlreichen Studien bestätigt, zudem „treffen Personen, die in Großstädten aufwachsen, häufiger eine homosexuelle Selbstdarstellung als ‚Personen, die in ländlichen Regionen aufwachsen‘“ (Löffler 2009: 194).

<sup>24</sup> Rössler (2010: 68) gibt zu bedenken, „dass in vielen Fällen die Grundgesamtheit nicht bekannt ist und wegen der ständigen Veränderungen auch kaum bestimmt werden kann. Täglich gehen unzählige neue Inhalte online und ebenso viele werden wieder aus dem Netz genommen.“ Der Ausfall einiger Profile bestätigt diese Beobachtung – hinzu kommt, dass *GayRomeo* Profile nach Ablauf einer gewissen Zeit, in der man nicht online geht, automatisch löscht. D.h. bei den Ausfällen könnte es sich z.B. auch um Personen gehandelt haben, die *GayRomeo* nur ein Mal, um „reinzuschauen“, nutzten und sich darüber hinaus nicht wieder angemeldet haben. Aufgrund der Problematik der dynamischen Materialbasis, die keine Reproduktion der Inhaltsanalyse erlaubt, musste auf einen Reliabilitätstest verzichtet werden. Allerdings war lediglich die Forscherin selbst an der Erhebung beteiligt, somit besteht gewissermaßen eine Analysevalidität. Darüber hinaus bestand insgesamt durchweg eine hohe

endgültige Fallzahl von  $n = 367$  (Gruppe Erfurt) und  $n = 372$  (Gruppe Land) – diese leicht unterschiedliche Verteilung stellt insofern kein Problem dar, als es sich um eine minimale Gewichtung von 49,7% (Gruppe Erfurt) zu 50,3% (Gruppe Land) handelt. Die quantitative Inhaltsanalyse wurde im Dezember-Januar 08/09 durchgeführt – es kann aufgrund der oben genannten inhaltlichen Dynamik davon ausgegangen werden, dass einige Mitgliederprofile zum jetzigen Zeitpunkt nicht mehr existieren bzw. neue entstanden sind. Um grundsätzliche Änderungen dürfte es sich hierbei jedoch nicht handeln, da sich *GayRomeo* in seinem Angebot nicht grundlegend gewandelt hat (mit Ausnahme der Escort-Funktion, s.o.).

### *Instrument*

Das Codebuch zur Analyse der Nutzerprofile (s. Anhang) orientierte sich in weiten Teilen am Aufbau der verfügbaren Profilinformationen.<sup>25</sup> Zunächst wurde der Standort (Region oder Stadt; V3a-c) der Profils erfasst – hierbei gilt zu berücksichtigen, dass viele Mitglieder sehr mobil sind, in dem Sinne, dass sie oft mehrere Orte angeben. Zugleich stellten einige Nutzer über ihren Nickname einen Bezug zu ihrer Heimatregion bzw. einen lokalen Bezug her (z.B. über Abkürzungen wie „IK“ für Ilmenau-Kreis), dies wurde ebenfalls erfasst (V7). Eine weitere interessierende Kategorie war der „Inhalt der Selbstdarstellung“, diese wurde in zwei Variablen (V5a und 5b) erfasst, da die Selbstdarstellung in der Headline des Profils bzw. der Such-Headline teils zwei Ausprägungen hatte (Haupt- und Nebenthema). In diesem Zusammenhang wurde auch codiert, ob die Sprache des Profiltextes einen expliziten (z.B. „blasen“, „ficken“, „abspritzen“ – hierzu gehören auch szenetypische Beschreibungen bestimmter sexueller Praktiken bzw. entsprechende Abkürzungen), einen unterschweligen, latenten oder metaphorischen (z.B. „Spaß im Hotel zu zweit“) oder keinen Sexualbezug (V5c) hat.<sup>26</sup> Zur besseren Nachvollziehbarkeit der Zuordnung wurden Codierungen von explizit bzw. latent mit Wortfeldern belegt und anschließend noch einmal überprüft.

Ein weiteres wesentliches Element der Selbstdarstellung sind Bilder (V6). Waren Bilder vorhanden, wurden verschiedene Ausprägungen codiert: handelt es sich um Abbildungen des Gesichts (Porträt), der gesamten Person (vollständig bzw. nicht oder nur teilweise bekleidet) oder von Objekten o.Ä. (z.B. Fotografien von Landschaften oder Gegenständen)? Weitere wesentliche Aspekte der Selbstdarstellung, die anderen Nutzern zur Eingrenzung der Suchoptionen dienen, sind die sexuelle Orientierung (V10), der Beziehungsstatus (V13), der Radius der Suche (z.B. am eigenen Standort, in Thüringen oder einer thüringischen Region; V14), der Beruf (V15) und die Art des Kontaktes, nach dem der Profilinhaber sucht (Optionen bei *GayRomeo*: Beziehung, Freundschaft, Sexkontakt – häufig lagen hier Mehrfachnennungen vor, dies wurde in der Erhebung berücksichtigt; V9). Eine vor dem Hintergrund der theoretischen Annahmen äußerst relevante Variable ist das Alter (V2). Folgende weitere Variablen wurden erhoben: Ein Hinweis auf die Nutzeraktivität stellte Zeitpunkt des letzten Logins (V12) dar, da sich so nachvollziehen lässt, ob die Mitglieder ihre Profile täglich oder eher unregelmäßig aufsuchen. Inwiefern die Mitglieder eher unter sich bzw. anonym bleiben wollen, kann mittels der Variable Profilzugang (V8)

---

Inhaltsvalidität, da die jeweiligen Auffangkategorien kaum bis gar nicht codiert wurden. Lediglich die Kategorie „Inhalt der Selbstdarstellung“ wurde in etwa 6% der Fälle mit der Auffangkategorie „Sonstiges“ codiert, diese Profiltexte waren nicht eindeutig zuzuordnen.

<sup>25</sup> Auf eine Erhebung sämtlicher Profilinformationen wurde verzichtet, da hierfür eine Anmeldung bei *GayRomeo* erforderlich gewesen wäre. Da dies aus forschungsethischen Gründen höchst bedenklich erschien, beschränkte sich die quantitative Inhaltsanalyse auf diejenigen Profilelemente, die ohne eine Anmeldung öffentlich „frei“ verfügbar waren. Ein Teil der analysierten Nutzer hatte bestimmte Zugangseinstellungen (Profil nur für Mitglieder sichtbar), weshalb einige Informationen nicht angezeigt wurden. Dies wurde in der Analyse berücksichtigt. Darüber hinaus waren nicht alle der zahlreich verfügbaren Informationen (z.B. Augenfarbe, Penis-Größe oder Angaben zu sexuellen Vorlieben) für die Untersuchung relevant.

<sup>26</sup> In schwulen Kontaktanzeigen findet sich, so Hoffarth (2009), ein Fundus an vulgär und sexuell eingefärbter Sprache, der jedoch nicht nur zur Bezeichnung sexueller Aktivität dient: „They also refer to many different iconic and performance aspects of contemporary gay lifestyle to identify how they view themselves and their desired relationships.“ (Thorne/Coupland, zit. nach: ebd.: 95f.) Dieser „schwule Gruppenstil“ ist gekennzeichnet durch Kürze und Prägnanz und stellt, so Hoffarth, einen Ausdruck vielfältiger Facetten schwuler Identität und Lebensweise dar.

ergründet werden – hier wurde codiert, ob es sich um ein öffentlich, ohne *GayRomeo*-Account zugängliches Profil handelt, oder ob es zugangsbeschränkt ist. Rückschlüsse darauf, ob die User mit der Ausgestaltung ihres Profils erfolgreich sind, lassen sich möglicherweise auch über die Besucherzahlen (V11) ziehen.

### Ergebnisse

Zwei Merkmale der untersuchten Profile sind aufgrund der oben beschriebenen theoretischen Annahmen für die folgende explorative Analyse der Daten zentral: das Alter der Nutzer und ihr Standort – dieser wurde bereits über die Stichprobenzugehörigkeit geklärt. Zunächst wurden deshalb die untersuchten Profile in Altersgruppen nach Daneback et al. (vgl. 2007: 104) eingeteilt (s. Tab. 2). *GayRomeo* lässt nur volljährige User zu. Der Altersschnitt der Land-Gruppe beträgt 32,4 (SD = 10,4), der älteste Nutzer gab ein Alter von 84 an, die Frage, ob diese Zahl tatsächlich stimmt oder ob sich beispielsweise ein Pärchen eine Account teilt und deshalb das Alter summiert hat, lässt sich allerdings nicht beantworten. Da Altersangaben von über hundert Jahren jedoch unplausibel erscheinen, wurden hinsichtlich des Alters in der Gruppe Erfurt vier Fälle ausgeklammert, der Altersdurchschnitt der Erfurter Nutzer beträgt 31,98 (SD = 9,3), der älteste Nutzer gab hier ein Alter von 81 Jahren an. Es lässt sich also festhalten, dass sich beide Gruppen im Schnitt altersmäßig nicht wesentlich unterscheiden, der durchschnittliche Nutzer dürfte 32 Jahre alt sein, unabhängig davon, wo er lebt bzw. sich aufhält.<sup>27</sup> Die gruppenübergreifende Gesamtverteilung entspricht z.B. der Angabe von Hofmann (2006), laut der ca. zwei Drittel der *GayRomeo*-Nutzer unter 35 Jahren alt sind, hier sind es 61,3%. Interessanter ist jedoch ein Vergleich der Verteilung in Altersgruppen. Betrachtet man beide Stichproben, so fällt auf, dass die Altersgruppen sehr ähnlich verteilt sind. Lediglich bezüglich der ältesten Nutzergruppe ist der Unterschied zwischen Stadt (2,5%) und Land (6,7%) etwas deutlicher.

Altersgruppe	Gruppe Land (N = 372)		Gruppe Erfurt (n = 363)	
	n	%	n	%
18-24	94	25,3	93	25,6
25-34	131	35,2	133	36,6
35-49	122	32,8	128	35,3
50-99	25	6,72	9	2,5

Tab. 2: Verteilung der Altersgruppen nach Stadt und Land (n = 735, 4 Missings in der Gruppe Erfurt)

Die Nutzer der Gruppe Land verorten sich am häufigsten im Landkreis Eichsfeld<sup>28</sup> (15,4%) und in der Stadt Bad Salzungen (männliche Bevölkerung: 8.644), insgesamt wurden hier 66 verschiedene, vorrangig ländlichere Standorte benannt. In der Gruppe Erfurt wird erwartungsgemäß überwiegend Erfurt (82,2%) genannt, daneben aber auch 28 weitere Standorte, z.B. umliegende Städte wie Jena und Weimar oder ganz Deutschland.<sup>29</sup> Beide Gruppen benennen deutschlandweit auch größere Städte (z.B. Berlin,

<sup>27</sup> Maes (2006: 73) spricht vom „nachteiligen Faktor des Alters. Je jünger, desto größer die Wahrscheinlichkeit als attraktiv zu gelten.“ Deshalb spezifizieren die Nutzer in ihren Profiltexten häufig Altersgrenzen, innerhalb derer sich die potenziellen KontaktPartner befinden sollen. Dies spricht für ein sehr rationalisiertes, schematisches Suchverhalten. „Das Alter also einzurahmen und damit zu relativieren ist somit eine häufig gebrauchte Methode seinen eigenen ‚Marktwert‘ zu steigern.“ (ebd.) Laut Hofmann (2006) nutzen ältere Schwule eher andere Kontaktportale wie „Gayroyal“, in einem persönlichen Gespräch deutete ein *GayRomeo*-Nutzer an, dass beim Portal „Funkyboys“, das in Funktion und Aufmachung *GayRomeo* ähnelt, vorrangig jüngere Nutzer vertreten seien – man läuft sich so nicht „über den Weg“.

<sup>28</sup> Das Eichsfeld hatte am 31.12.2009 einen männlichen Bevölkerungsstand von 53.371 (Quelle: <http://www.tls.thueringen.de/seite.asp?aktiv=dat01&startbei=datenbank/default2.asp>, 30.09.2010). Interessanterweise bildet das Eichsfeld im protestantischen Thüringen gewissermaßen eine katholische Enklave, was die Region stark prägt und von anderen Regionen in Thüringen unterscheidet: „Katholizismus und Eichsfeld gehören auch heute zusammen wie Topf und Deckel. Denn in dem thüringischen Landstrich haben sich durch die jahrhundertelange Insellage die religiösen Traditionen [...] bis heute hartnäckig gehalten. Das mag auch an der Mentalität der Eichsfelder liegen: bodenständig, gläubig, stur.“ (Quelle: <http://www.dradio.de/dkultur/sendungen/religionen/980609>).

<sup>29</sup> In beiden Gruppen wird im Nickname nicht allzu häufig (Land: 15,3%; Stadt: 16,4%) auf den Standort bzw. Thüringen verwiesen (s. Tab. 3, Anhang), wohingegen des Öfteren Verweise auf Geburtsjahr, sexuelle Vorlieben oder Charakterzüge zu beobachten waren. Es geht offenbar eher um Aspekte der Persönlichkeitsdarstellung als um einen Regionalbezug. Hoffarth

München, Göttingen; s. Tab. 4, Anhang), was von der Mobilität der *GayRomeo*-User bzw. ihrer Orientierung auf urbanere Zentren mit etablierter Schwulenszene zeugt. In diesem Zusammenhang interessieren auch die Radien, innerhalb derer die Nutzer Kontakte suchen. Hierbei ist auffällig, dass Land-User wesentlich häufiger (63,4%) in der Region bzw. thüringenweit Kontakte anstreben, wohingegen dies nur auf etwas weniger als die Hälfte (47,3%) der Stadt-Gruppe zutrifft. Umgekehrt suchen die „Städter“ zu etwa einem Drittel (27,3%) nach Kontakten in Erfurt, während die Nutzer in ländlicheren Gegenden dies nur halb so oft, nämlich zu 14%, tätigen. Gründe hierfür könnten sein, dass die Land-Nutzer bei Kontakten im gleichen Ort um ihre Anonymität fürchten müssen – in der Stadt ist es freilich praktischer, sich direkt vor Ort zu treffen, möglicherweise auch, weil hier grundsätzlich eine anonymere Atmosphäre als in kleineren Städten oder Dorfgemeinden herrscht (s. Tab. 17, Anhang).

In der Gruppe Land hat etwas weniger als ein Viertel der Nutzer ein Mitgliederprofil (21%, n = 78), d.h. bestimmte Inhalte auf dem Profil können nur von angemeldeten Nutzern eingesehen werden. Bei der Gruppe Erfurt trifft dies auf fast ein Drittel der analysierten Profile zu (28,9%, n = 106) – möglicherweise neigen die in Erfurt angesiedelten Nutzer eher dazu, bestimmte Aspekte ihrer Selbstdarstellung (z.B. die sexuelle Ausrichtung) nicht öffentlich zugänglich zu machen.<sup>30</sup> Die öffentlichen Profile der Erfurter Gruppe (n = 261) haben durchschnittlich mehr Besucher ( $M = 6629,9$ ) als diejenigen der Gruppe Land (n = 294,  $M = 4621,6$ ). Dieser Unterschied ist signifikant mit  $p < .05$ ,  $F(1, 553) = 4.9$ .

Hinsichtlich der Angaben zur beruflichen Situation (s. Tab. 5, Anhang) zeigen sich in beiden Gruppen keine wesentlichen Unterschiede, am häufigsten vertreten ist das Berufsbild Angestellter. In der Land-Gruppe folgen die Angaben Ausbildung (3,7%), selbstständig (3,4%) und Arbeiter (3,4%), in der Stadt-Gruppe wurden Student (4,6%) und Schüler (2,3%) noch etwas häufiger genannt. Da Erfurt ein Hochschul- und Universitätsstandort ist, scheint es nicht verwunderlich, dass sich unter den Erfurter Nutzern 12 Studenten finden – allerdings hatte Daneback et al. (2007: 103) in seiner Befragungsstudie einen Studentenanteil von 17%. In der vorliegenden Studie ist jedoch zu berücksichtigen, dass – wahrscheinlich aus Gründen der Anonymität – beinahe zwei Drittel der verfügbaren Profile keine Angaben zum Beruf machen. Darüber hinaus bezeichneten sich in der Gruppe Erfurt zwei Personen als Zivildienstleistende, in der Land-Gruppe hingegen niemand. Wie bereits angedeutet, sind die Unterschiede, auch im Hinblick auf die Fallzahlen, insgesamt aber eher gering. Ganz ähnlich verhält es sich hinsichtlich des auf den frei zugänglichen Profilen angegebenen, momentanen Beziehungsstatus, wo annähernd ähnliche relative Häufigkeiten ermittelt wurden (s. Tab. 6, Anhang). Fast die Hälfte der Nutzer beider Gruppen gab an, alleinstehend (Single) zu sein, etwa ein Fünftel befindet sich in einer Partnerschaft. Seltener hingegen sind offene Partnerschaften (Land: 4,1%; Erfurt: 5,8%) oder die Angabe „verheiratet“ (Land: 4,4%; Erfurt: 3,8%). Bei Letzterem muss allerdings beachtet werden, dass bei bisexuellen Männern oder solchen, die keine Angabe über ihre sexuelle Orientierung machen und eventuell nicht geoutet sind, unklar ist, ob sie ihren Beziehungsstatus auf Männer beziehen, oder ob sie hier auf ihren Beziehungsstatus zu einer Frau referieren (z.B. könnten sie tatsächlich eine heterosexuelle Ehe führen). Hinsichtlich der externen Validität kann festgehalten werden, dass auch Daneback et al. (2007: 103) ca. die Hälfte (47,3%) ihrer männlichen Studienteilnehmer als alleinstehend identifizierten – dies deckt sich mit den bei *GayRomeo* gemachten Beobachtungen.

(2009: 95) konstatiert: „Schwule Inserenten greifen zur Konstruktion ihrer gender-Identität vergleichsweise häufig auf die Kategorie der Namensgebung zurück. [...] [Sie nutzen] ein Spektrum an kreativen Selbstbezeichnungen [...] mit häufig explizit formulierten Darstellungen des sexuellen Kontaktwunsches. Namensgebung und Profiltext dienen hierbei vorwiegend dem Ziel, beide Kommunikationspartner [...] auf bloße Objekte der körperlichen Begierde zu reduzieren“. Maes (2007: 66) bezeichnet diese bei *GayRomeo* über den Nutzernamen konstruierte Identität als „Metaphern-Identität“.

<sup>30</sup> D.h., dass hinsichtlich bestimmter Merkmale (z.B. Beruf, Beziehungsstatus, sexuelle Neigung und Rolle) nur ein Teil der Profile analysiert werden konnte, dadurch sind die Gruppe Land (n = 294) und die Gruppe Erfurt (n = 261) unterschiedlich groß. Dadurch, dass zur Auswertung jedoch nur die gültigen Prozent (relative Häufigkeit) verwendet wurden, dürfte dies nicht problematisch sein.

Beziehungsstatus <i>Gruppe Erfurt (n = 261)</i>	Sexuelle Orientierung			
	homosexuell	bisexuell	transsexuell	Keine Angabe
Single, alleinstehend	82 (65,1%)	30 (23,8%)	1 (0,8%)	13 (10,3%)
in einer Partnerschaft	30 (54,6%)	20 (36,4%)	-	5 (9,1%)
keine Angabe	29 (52,7%)	12 (21,8%)	1 (1,8%)	13 (23,6%)
offene Partnerschaft	7 (46,7%)	6 (40,0%)	-	2 (13,3%)
verheiratet	2 (20,0%)	7 (70,0%)	-	1 (10,0%)
<i>Gruppe Land (n = 294)</i>	homosexuell	bisexuell	transsexuell	Keine Angabe
	88 (60,7%)	46 (31,7%)	1 (0,7%)	10 (6,9%)
	29 (49,2%)	28 (47,5%)	-	2 (3,4%)
	23 (35,4%)	23 (35,4%)	-	19 (29,2%)
	4 (33,3%)	7 (58,3%)	-	1 (8,3%)
verheiratet	3 (23,1%)	9 (69,2%)	-	1 (7,7%)

Tab. 8: Kreuztabelle Beziehungsstatus und sexuelle Orientierung nach Gruppe (ohne Mitgliederprofile)

*GayRomeo* richtet sich an homo-, bi- und transsexuelle Männer. Dies bestätigt sich in den öffentlich verfügbaren Profil-Angaben zur sexuellen Orientierung<sup>31</sup>, alle drei Orientierungen sind hier vertreten (s. Tab. 7, Anhang). Erwartungsgemäß geben die meisten Nutzer beider Gruppen an, homosexuell zu sein (Land: 50%; Stadt: 57,5%). Interessanterweise unterscheiden sich die Gruppen aber dahingehend deutlich, als sich die Land-Nutzer wesentlich häufiger als bisexuell (38,4%) bezeichneten, denn die Erfurter Gruppe (28,7%). Da dies möglicherweise mit dem Beziehungsstatus korrespondiert, wurden dementsprechende Kreuztabellen gebildet (s. Tab. 8). Daraus ergeben sich Unterschiede zwischen der Land- und Stadtgruppe. So geben die bisexuellen Land-Nutzer häufiger an, in einer Partnerschaft bzw. offenen Partnerschaft zu leben, hingegen identifizieren sich die Land-Nutzer in einer Partnerschaft bzw. offenen Partnerschaft im Vergleich zur Stadt-Gruppe seltener als homosexuell. Dies könnte darauf verweisen, dass User aus ländlichen Gegenden häufiger nicht homosexuell, sondern möglicherweise in heterosexuellen Partnerschaften leben – unabhängig davon, ob die homo- und bisexuellen Neigungen offen ausgelebt werden. Diese Einschätzungen sind mangels kontextualisierender Nutzeraussagen jedoch spekulativ, auch wenn in einigen Profiltexten entsprechende Hinweise (sinngemäß: meine Frau darf nichts erfahren) gegeben wurden.

Inhalt	Gruppe Land		Gruppe Erfurt	
	n	%	n	%
Sexwunsch, Sexgesuch, Sexkontakt	94	20,5	75	17,9
Zitat, Sinnspruch, Motto	88	19,2	117	27,9
Suche nach Freunden bzw. Kontaktsuche auf freundschaftlicher Basis	72	15,7	62	14,8
Selbstbeschreibung (Aussehen, Charakter etc.)	48	10,5	38	9,1
sexuelle Vorlieben, Fetisch	29	6,3	25	6,0
Begrüßung	27	5,9	7	1,7
Sonstiges	22	4,8	23	5,5
Kontaktanweisung	22	4,8	8	1,9
aktueller Status bzw. Zustand (Emotion, Aufenthalt etc.)	19	4,2	15	3,6
Beziehungssuche, Artikulation Beziehungswunsch	16	3,5	13	3,1
Coming Out, erste Erfahrungen (Bericht, Kontaktsuche)	8	1,8	6	1,4
offline, im "realen" Leben	8	1,8	25	6,0
kein Text (nur Zeichen)	5	1,1	6	1,4

Tab. 10: Inhalt der Selbstdarstellungstext (Mehrfachnennungen)

<sup>31</sup> Die Variable „sexuelle Rolle“ wurde im Nachgang als irrelevant eingestuft. Da zudem keine wesentlichen Unterschiede zwischen beiden Gruppen ausgemacht werden konnten, wurde diese Variable aus der Analyse ausgeschlossen.

Insgesamt wurden die vier inhaltlichen Felder „Sexwunsch, Sexgesuch, Sexkontakt“, „Suche nach Freunden bzw. Kontaktsuche auf freundschaftlicher Basis“, „Zitat, Sinspruch, Motto“ und „Selbstbeschreibung (Aussehen, Charakter etc.)“ sowohl bei der Erfurt- (insgesamt 69,5%) als auch bei der Land-Gruppe (insgesamt 65,9%) am häufigsten codiert (s. Tab. 10). Dies verweist auf die zwei wesentlichen Funktionen dieser Profile: *Definition des gewünschten Kontaktes*<sup>32</sup> und *Selbstdarstellung*.<sup>33</sup> Hierbei gibt es allerdings Unterschiede: Hinsichtlich des Inhaltes der Profiltexte bestehen sie zwischen Stadt und Land darin, dass die Stadt-Profile sehr deutlich am häufigsten, zu etwa einem Drittel (27,9%), Zitate, Sinsprüche oder das (Lebens)Motto der betreffenden Person beinhalten, die Suche nach Sex(kontakten) wird hier lediglich zu ca. einem Fünftel (17,9%) in den Texten artikuliert. In der Land-Gruppe hingegen tauchen Sexgesuche (20,5%) und Zitate (19,2%) ähnlich häufig, zu je etwa einem Fünftel, auf. Auch spielen in der Gruppe Erfurt Anweisungen zur konkreten Kontaktaufnahme (dass sich z.B. keine älteren Männer melden sollen, nur über die Chatfunktion oder nur in Verbindung mit der Versendung eines Bildes Kontakt aufgenommen werden soll) eine geringere Rolle (1,9%) als in der Gruppe Land (4,8%). Diese Gruppe verbindet ihre Selbstdarstellung jedoch häufiger mit einer Begrüßung ihrer Besucher (5,9%) (z.B. „schön, dass du vorbeischaust“). Ein weiterer Unterschied betrifft den Inhalt „offline“, d.h. die User signalisieren anderen Nutzern in ihrem Profiltext, dass sie sich momentan nicht mit ihrem Account einloggen und dementsprechend keine Nachrichten beantworten werden (hieraus ließen sich Anzeichen einer „Netiquette“ deuten), einige Nutzer betonen, dass sie sich „im wahren Leben“ befänden, was möglicherweise auch einen kritischen Blick dieser User auf das Nutzungsverhalten von *GayRomeo* impliziert.<sup>34</sup> In der Land-Gruppe waren solche Aussagen wesentlich seltener (1,8%), was möglicherweise auch damit zusammenhängt, dass diese Nutzer *GayRomeo* ohnehin etwas beständiger aufsuchen (s. Tab. 12, Anhang). Fast die Hälfte aller Land-Nutzer loggte sich am Tag der Erhebung ein (43,8%) bzw. am Tag oder in der Woche zuvor (19,9% und 20,2%). Die Mitglieder der Stadt-Gruppe loggten sich seltener täglich ein (34,6%), dafür etwas häufiger in der Woche zuvor (25,1%). Allerdings hatten sich hier doppelt so viele Nutzer (4,6%) zuletzt über einen Monat vor dem Erhebungszeitpunkt bei *GayRomeo* angemeldet.

Im Hinblick auf den Inhalt des Profiltextes unterscheidet sich die Altersgruppe 18-24 v.a. hinsichtlich der Artikulierung von Sexgesuchen, die bei der Land-Gruppe wesentlich häufiger stattfindet (Land: 18,1%; Stadt: 7,5%). Demgegenüber legen die jüngeren Mitglieder aus Erfurt möglicherweise mehr Wert auf eine Persönlichkeitsdarstellung, da die Bereiche „Zitat, Sinspruch, Motto“ (36,6%) und „Selbstbeschreibung (Aussehen, Charakter etc.)“ (17,2%) häufiger thematisiert werden. In der Altersgruppe der 25- bis 34-jährigen wird deutlich, dass die Land-User in ihren Profiltexten öfter die Suche nach Sexkontakten (23,7%) und Freundschaften (20,6%) thematisieren. Die Erfurter User dieser Altersgruppe setzen hingegen zu über einem Drittel (36,8%) Zitate, Sinsprüche oder ihr (Lebens-)Motto in ihren Profiltext. Die Gruppe 35-49 zeigt keine wesentlichen Unterschiede, diese Nutzer ähneln sich bezüglich der Thematik des Profiltextes in der Stadt und auf dem Land sehr – am häufigsten werden hier die Bereiche

<sup>32</sup> Ein Element zur Definition des gewünschten Kontaktes ist neben dem Profiltext eine entsprechende Angabe im Profil: Sexkontakt, Freundschaft oder Beziehung – Mehrfachnennungen sind möglich. Beide Gruppen gaben am häufigsten die Suche nach einem Sexkontakt an (s. Tab. 11, Anhang). Markante Unterschiede zwischen Stadt und Land sind hierbei nicht auszumachen. Darüber hinaus wurde die Variable des Sexbezugs der Profiltexte erhoben (s. Tab. 16, Anhang). Die Verteilung zwischen den Gruppen ist nahezu identisch, etwa 80% der Texte hat keinen sexuellen Bezug, jeweils etwa 10% der Texte beinhalten latente bzw. explizite Sexverweise.

<sup>33</sup> Maes (2006: 83) verdeutlicht die Funktion der Zitate: „Gut durchkomponierte Profile, interessant und extravagant gestaltet, sind nicht die Regel [...]. Dennoch sind Zitate eine bequeme Möglichkeit, zumindest ergänzende Informationen zu den selbst verfassten Zeilen beizusteuern. [...] Vorher informiert zu sein, was sein virtueller Partner für Hobbys hat, welche Musik er mag, ob er in seiner Freizeit kulturell engagiert ist, all das sind Details, die durch die Verwendung von Zitaten bzw. deren Kenntnisnahme näher erläutert werden. Auf selbst produzierte Texte trifft dies natürlich auch zu. Hier ist aber die Gefahr größer, am Ende zu viel von sich preiszugeben, was im schwulen Chat nicht als en vogue gilt.“

<sup>34</sup> Bender (2010) konstatiert, dass das diesbezügliche Verhalten der Nutzer stark an lebensweltliche Aspekte (z.B. Single-Dasein vs. Partnerschaft) gebunden ist, und mitunter „wellenartig“ verläuft (biografiebedingte Wechsel von An- und Abmeldung). Er berichtet von einem Befragten, der durch die starke Fokussierung auf Sexualität, z.B. bei *GayRomeo*, eine Selbstfremdung empfand und deshalb sein Leben, auch hinsichtlich der Internetnutzung, radikal änderte.

„Zitat, Sinspruch, Motto“ sowie die Suche nach Sexkontakte oder Freundschaften artikuliert. Die Land-User der ältesten Altersgruppe, die insgesamt stärker vertreten ist (s.o.) sucht, genau wie die ältesten Erfurter Nutzer, zu 44% nach Sexkontakte. Während allerdings die Land-Nutzer zusätzlich ihre sexuelle Vorlieben bzw. ihren Fetisch zum Ausdruck bringen (24%), drücken die älteren Erfurter User den Wunsch nach einer Beziehung aus (22%) – bei dieser letzten Altersgruppe gilt es jedoch die geringe Fallzahl zu berücksichtigen.

<b>Altersgruppe</b>						
<b>Inhalt</b>		18-24	25-34	35-49	50-99	
<i>Gruppe Land (N = 372)</i>						
Suche nach Freunden bzw. Kontaktsuche auf freundschaftlicher Basis		20 (21,3%)	27 (20,6%)	21 (17,2%)	4 (16,0%)	
Zitat, Sinspruch, Motto		21 (22,3%)	24 (18,3%)	38 (31,1%)	5 (20,0%)	
Sexwunsch, Sexgesuch, Sexkontakt		17 (18,1%)	31 (23,7%)	35 (28,7%)	11 (44,0%)	
Beziehungssuche, Artikulation		7 (7,5%)	3 (2,3%)	6 (4,9%)	-	
Beziehungswunsch						
Coming Out, erste Erfahrungen (Bericht, Kontaktsuche)		3 (3,2%)	4 (3,1%)	1 (0,8%)	-	
aktueller Status bzw. Zustand (Emotion, Aufenthalt etc.)		3 (3,2%)	11 (8,4%)	5 (4,1%)	-	
sexuelle Vorlieben, Fetisch		5 (5,3%)	9 (6,9%)	9 (7,4%)	6 (24,0%)	
Selbstbeschreibung (Aussehen, Charakter etc.)		10 (10,6%)	19 (14,5%)	14 (11,5%)	5 (20,0%)	
offline, im „realen“ Leben		2 (2,1%)	3 (2,3%)	3 (2,5%)	-	
Kontaktanweisung		8 (8,5%)	9 (6,9%)	4 (3,3%)	1 (4,0%)	
Begrüßung		8 (8,5%)	12 (9,2%)	5 (4,1%)	2 (8,0%)	
kein Text (nur Zeichen)		2 (2,1%)	2 (1,5%)	1 (0,8%)	-	
Sonstiges		7 (7,5%)	9 (6,9%)	6 (4,9%)	-	
<i>Gruppe Erfurt (n = 363)</i>		18-24	25-34	35-49	50-99	
Suche nach Freunden bzw. Kontaktsuche auf freundschaftlicher Basis		17 (18,3%)	19 (14,3%)	25 (19,5%)	1 (11,1%)	
Zitat, Sinspruch, Motto		34 (36,6%)	49 (36,8%)	32 (35,0%)	1 (11,1%)	
Sexwunsch, Sexgesuch, Sexkontakt		7 (7,5%)	23 (17,3%)	41 (32,0%)	4 (44,4%)	
Beziehungssuche, Artikulation		5 (5,4%)	3 (2,3%)	2 (1,6%)	2 (22,2%)	
Beziehungswunsch						
Coming Out, erste Erfahrungen (Bericht, Kontaktsuche)		2 (2,2%)	2 (1,5%)	2 (1,6%)	-	
aktueller Status bzw. Zustand (Emotion, Aufenthalt etc.)		4 (4,3%)	6 (4,2%)	4 (3,1%)	1 (11,1%)	
sexuelle Vorlieben, Fetisch		5 (5,4%)	4 (3,0%)	16 (12,5%)	-	
Selbstbeschreibung (Aussehen, Charakter etc.)		16 (17,2%)	10 (7,5%)	10 (7,8%)	1 (11,1%)	
offline, im „realen“ Leben		8 (8,6%)	9 (6,8%)	6 (4,7%)	1 (11,1%)	
Kontaktanweisung		3 (3,2%)	3 (2,3%)	2 (1,6%)	-	
Begrüßung		4 (4,3%)	1 (0,8%)	2 (1,6%)	-	
kein Text (nur Zeichen)		1 (1,1%)	5 (3,8%)	-	-	
Sonstiges		3 (3,2%)	14 (10,5%)	6 (4,7%)	-	

Tab. 13: Kreuztabelle Inhalt der Selbstdarstellung und Altersgruppe (Mehrfachnennungen, 4 Missings in der Gruppe Erfurt)

Im Zusammenhang mit den Profiltexten muss noch einmal auf die Annahme, dass gerade jüngere Nutzer im Hinblick auf ein Coming-Out von der Nutzung bestimmter Online-Portale profitieren können, zurückgekommen werden. Insgesamt spielt das Thema „Coming Out, erste Erfahrungen (Bericht, Kontaktsuche)“, also die Suche nach Personen, die beim Coming-Out helfen möchten oder Erfahrungen austauschen wollen, nur eine marginale Rolle – in beiden Gruppen. Allerdings lässt sich zumindest festhalten, dass sich in beiden Gruppen jeweils die jüngste Nutzergruppe bezüglich eines Coming-Out's äußert. Mit einer insgesamt höheren Fallzahl ließe sich dies möglicherweise stärker untermauern.

Neben dem Profiltext ist ein weiteres Element der Selbstdarstellung relevant: das Profilbild (s. Tab. 14, Anhang). So postulierte Keifer-Boyd (2006: 261f.), dass die Nutzer solcher Portale eine Form der „semiotischen Interpretation“ der Profilbilder anderer Nutzer vollziehen und so bereits viel über den potenziellen Interaktionspartner zu wissen meinen: „You can tell an enormous amount about a person by the way they look and the sort of photo they put online to present themselves. A shot of their penis – they are looking for sex, probably older and not so attractive. What kind of clothes are they wearing? You can glean an enormous amount about their personality, background, and economic status from this. [...] And of course, since this is about dating and sex, it is important to know if you find the person attractive.“ Zudem unterstützte die Bereitstellung eines Bildes die Vertrauens- und Gemeinschaftsbildung, da es eine Art des persönlichen Austauschs darstelle.

Diesbezüglich ergab die Inhaltsanalyse jedoch, dass mehr als ein Drittel der Nutzer beider Gruppen kein Bild im Profil zur Verfügung stellten.<sup>35</sup> Allerdings haben die Profile der Land-Nutzer (37,4%) seltener Bilder als die Stadt-Profile (33,5%), dies ließe sich beispielsweise dadurch erklären, dass die Nutzer in ländlichen Gegenden mitunter stärker auf ihre Anonymität bedacht sind, die sie durch das Bereitstellen von Bildern gefährden würden – dies kompensieren sie möglicherweise durch die Darstellung von Objekten, Naturaufnahmen o.Ä., die in der Land-Gruppe (9,7%) häufiger vertreten sind als in der Erfurt-Gruppe (6,3%). Des Weiteren zeigen sich die Nutzer aus der Stadt häufiger als die Land-Nutzer (16,4%) in ganzer Person und bekleidet (22,3%). Einen interessanten Vergleich versprach darüber hinaus die Gegenüberstellung des Zusammenhangs zwischen Bebilderung des eigenen Profils und sexuellem Bezug des Profiltextes. Hier zeigte sich zunächst, dass Mitglieder beider Gruppen besonders explizite Sexsprache in Verbindung mit intimen Bildern (z.B. Nacktaufnahmen) oder keinem Bild verwenden, wobei die Land-User häufiger als die Stadt-User dazu tendieren, bei expliziter (52,6%) bzw. latenter (42,9%) Sexsprache kein Bild zu verwenden (s. Tab. 15, Anhang). In der Stadt-Gruppe zeigen sich die Nutzer mehr als doppelt so häufig (27,5%) als ganze Person bekleidet bei latentem sexuellem Bezug des Profiltextes, denn die Nutzer der Land-Gruppe (11,9%). Zugleich sind die Land-Nutzer in Verbindung mit intimen Bildern seltener direkt in der Sexsprache (23,7%) als die Stadtnutzer (35,1%). Hingegen sprechen Nutzer aus ländlichen Gebieten in Verbindung mit einem Porträtbild Sex explizit an (10,5%) als die Nutzer aus Erfurt (2,7%).

## Diskussion & Ausblick

*GayRomeo* kann als ein interaktives schwules Netzwerk bezeichnet werden, dass hinsichtlich seiner vielfältigen Nutzungswisen und -motive (s.o.) die schwule Gemeinschaft in ihrer Vielfältigkeit und Breite abbildet. Die Nutzung des Portals wird in der schwulen Gemeinschaft selbst allerdings ambivalent betrachtet, darauf verweisen beispielsweise die Ergebnisse von Bender (2010) oder die kontroversen Diskussionen einzelner Nutzungsaspekte (s.o.; Hofmann 2006). Die Qualität der Kommunikation kann in dieser Studie nicht bewertet werden, jedoch scheint in der Tat die Suche von Sexkontakte, aber auch die Identitätsarbeit über die Profile im Vordergrund zu stehen.

Hinsichtlich der Forschungsfragen lässt sich konstatieren, dass die Nutzung von *GayRomeo* auf zwei wesentliche Funktionen verweist: die *Definition gewünschter Kontakte* und *Selbstdarstellung*. Während bei städtischen Nutzern die Selbstdarstellung über Zitate und die Artikulation eines (Lebens-)Mottos deutlicher im Vordergrund steht, scheinen die Motive Sexsuche und Selbstdarstellung über Zitate und Sprüche für Nutzer aus ländlicheren Gegenden ähnlich relevant. Dies wird besonders ersichtlich bei der

<sup>35</sup> Maes (2006: 72) schreibt hierzu: „Die Chancen miteinander in Kontakt zu treten hängen [...] im Internet ebenso von Äußerlichkeiten ab, wie im wirklichen Leben auch. Im Unterschied dazu gibt es hier die Option, zunächst ohne Bilder ins Gespräch zu kommen und erst später, gewissermaßen um die Spannung zu steigern, erst Facepics und dann Pornopics zu verschicken.“ In der Tat war aus einem Teil der analysierten Profil-Texte zu entnehmen, dass Bilder erst nach Kontaktaufnahme ausgetauscht würden – möglicherweise ist dies ein Hinweis auf mangelndes Vertrauen bzw. auf eine Authentifizierungsstrategie seitens der Nutzer.

jüngsten Nutzergruppe der 18- bis 24-jährigen, in der die Land-Nutzer deutlich häufiger Sexgesuche artikulieren. Mit Rückgriff auf die theoretischen Annahmen ließe sich daraus schließen, dass die jüngeren Nutzer aus isolierten Gegenden ohne szenetypische Einrichtungen in der Internetnutzung in der Tat eine Möglichkeit sehen, aus ihrer Isolation herauszutreten und im geschützten Raum des Internets ihre sexuelle Identität auszuprobieren und dementsprechende Kontakte anbahnen. Entgegen der Annahmen vieler Autoren spielte das Thema „Coming-Out“ kaum eine Rolle. Wenn überhaupt traf allerdings die jüngste Nutzergruppe, für die das Internet in dieser Hinsicht besondere Relevanz besitzen soll, dementsprechende Aussagen. Dies und die Erkenntnisse aus persönlichen Gesprächen mit jüngeren Nutzern sprechen dafür, dass eine intensivere Untersuchung junger Nutzer v.a. in ländlichen Gegenden, diesbezüglich interessante Ergebnisse hervorbringen könnte.

Darauf, dass sich Nutzer der Land-Gruppe stärker zur Suche nach Sexkontakte bei *GayRomeo* aufhalten, spricht beispielweise die häufigere Formulierung von Kontaktanweisungen. Dies könnte auch als Hinweis darauf gewertet werden, dass diese Nutzer zielgerichteter nach derartigen Kontakten suchen oder auch vorsichtiger sind bei der Kontaktanbahnung.<sup>36</sup> Auch suchen Land-Nutzer in einem breiteren Radius nach Kontakten, was möglicherweise darin begründet liegt, dass Land-Nutzer bei Kontakten im gleichen Ort um ihre Anonymität fürchten müssen. Auffällig war in diesem Zusammenhang außerdem, dass mehr ältere Nutzer aus ländlicheren Gegenden *GayRomeo* zur Kontaktanbahnung nutzen, dabei aber wesentlich seltener Profilbilder verwenden, was möglicherweise dafür spricht, dass die Nutzer in ländlichen Gegenden stärker auf ihre Anonymität bedacht sind. Dies könnte auch daran liegen, dass mehr Land-Nutzer nicht geoutet leben. Hierfür spricht der wesentlich höhere Anteil bisexueller Männer in der Land-Gruppe, die zudem häufiger in einer Partnerschaft bzw. offenen Partnerschaft leben. Wie oben bereits diskutiert, könnte dies darauf deuten, dass User aus ländlichen Gegenden häufiger nicht in homosexuellen, sondern heterosexuellen Partnerschaften leben – unabhängig davon, ob die homo- und bisexuellen Neigungen offen ausgelebt werden.

Es kann insgesamt festgehalten werden, dass sich die Nutzung zwischen beiden untersuchten User-Gruppen in einigen Punkten durchaus deutlich voneinander unterscheidet. Dass auch Nutzer in isolierten Gegenden eine Möglichkeit der Selbstdarstellung und der Anbahnung sexueller Kontakte, d.h. des Auslebens der eigenen Sexualität, ergreifen können, ohne dabei negativen Reaktionen des eigenen Lebensumfeldes oder möglichen negativen Konsequenzen ausgesetzt zu sein, kann als positiv im Sinne einer Demarginalisierung verstanden werden. Elemente wie der Guide, in dem über Veranstaltungen und Treffpunkte informiert – kurzum: Orientierungswissen bereit gestellt – wird, verweisen auf das (politische, kulturelle und soziale) Empowerment-Potenzial von *GayRomeo* für das Individuum, aber auch die (vielen Gegenden besonders) marginalisierte schwule Minderheit insgesamt.

*GayRomeo* kann, auch aufgrund der hohen Nutzerzahlen, klar als wichtige Schnittstelle im kommunikativen und organisatorischen Alltag schwuler Männer bezeichnet werden – es ist Teil des homosexuellen Mainstreams und viele schwule Männer organisieren dort ihre sozialen Netze. Die Bezeichnung „blaue Seiten“ scheint deshalb äußerst treffend. Darauf verweisen nicht nur die hier gegebenen Möglichkeiten zur Kommunikation und Kontaktaufnahme in städtischen sowie ländlichen Umgebungen, sondern v.a. auch die Gruppen und das Branchenverzeichnis, die eine große Breite schwuler Themen und Lebenswelten anzeigen, und zugleich die Dynamik dieser Nutzergruppe (hinsichtlich der Kontakte, Standorte usw.) widerspiegeln. Die Veralltäglichung des Internets führt gleichsam zu einer Veralltäglichung seiner sexualbezogenen Nutzung. In diesem Zusammenhang werde mit Blick auf homosexuelle Lebenswelten Löffler (2009: 201f.) zufolge deutlich, „dass das Internet vor allem bei der Identitätsbildung (Auseinandersetzung mit der sexuellen Orientierung, Stärkung der Identität, homosexuelle Community) und in Sachen Netzwerk (Treffen von Gleichgesinnten, Austausch, Sexual- und Lebenspartner) eine wichtige Funktion übernehmen kann“. Insofern kann insgesamt konstatiert werden,

<sup>36</sup> In einigen Profiltexten hieß es sinngemäß: „Treffen nicht bei mir bzw. nur dann und dann möglich“.

dass die Nutzung von Portalen wie GayRomeo durchaus eine demarginalisierende Wirkung haben kann, v.a. im Sinne eines Empowerments der eigenen Identitätskonstruktion. In diesem Sinne konstatiert auch Bender (2010: 354f.), dass die Nutzer durch (homosexuelle) Internetplattformen „temporäre, ludische und narrative Qualitäten ihrer Identität explorieren und diese spielerisch in einem geschützten Rahmen ohne soziale Konsequenzen und Sanktionen durch Heteronormativität bearbeiten“ können. Dies führt zur Realisierung völlig neuer Formen der biografischen und medialen Artikulation, Kommunikation und Narration, sowie des Kontakts und der Sozialität zu anderen Menschen. Ein weiteres Argument für eine Demarginalisierung liefert ebenfalls Bender, wenn er postuliert, dass Einstiegs- und Hemmschwellen zu homosexuellen Erfahrungen durch die Möglichkeit der Internetnutzung mit Zugang zu homosexuellen, sozialen Netzwerken gesenkt würden.

*GayRomeo* ist darüber hinaus ein erstaunliches Beispiel dafür, wie stark die Verschränkung von on- und offline vorangeschritten ist. Es geht seinen Nutzern vorrangig darum, im virtuellen Raum offline-Kontakte herzustellen – das Internet fungiert als Schnittstelle, der Wechsel in reale Räume ist das Hauptmotiv der *GayRomeo*-User. Beinahe nirgendwo sonst wird diese Verschränkung von den Nutzern derartig forciert und ist so sichtbar, diese Einschätzung wird durch die Erfüllung aller Kriterien des erweiterten Triple-A-/Triple-C-Modells gestützt. Maes postuliert gar, dass *GayRomeo* auch über die Grenzen des Internet, des virtuellen Raums, hinweg auf die schwule Gemeinschaft einwirke und Einfluss auf den Umgang schwuler Männer bei realen Begegnungen habe. Das Profil wird für viele User ein zentraler Teil ihres Lebens, so sei es gängige Praxis anstelle von realen Kontaktdaten, die *GayRomeo*-Usernamen auszutauschen, oder Dritte im Gespräch mit ihrem Profilnamen zu benennen. Hofmann (2006) etwa zitiert einen Nutzer: „Neue Bekanntschaften fragen mich inzwischen eher nach meinem Profilnamen als nach meiner Telefonnummer“. Durch *GayRomeo* habe sich, so Maes (vgl. 2007: 65), die Kommunikation schwuler Männer insgesamt verändert, das Internet stelle eine eigenständige schwule Parallelgesellschaft dar, die größten Einfluss auf die reale Gesellschaft habe: „Dadurch entsteht zum einen eine Wechselwirkung zwischen Realität und Virtualität innerhalb der jeweiligen Persönlichkeit, der Menschen, die hinter den Profilen stehen, als auch ein Geflecht von Wechselwirkungen zwischen den real bzw. virtuell agierenden Partnern. [...] Eine Hybrid-Kommunikation im Spannungsfeld von Realität und Virtualität.“ (Maes 2007: 66) Dabei stellt sich aber auch die Frage, inwiefern der Rückzug schwuler Männer in virtuelle Parallelwelten die Akzeptanz und den Austausch mit der Mehrheitsgesellschaft prägt. Siebert (2007) stellt in diesem Zusammenhang fest, dass das Internet für manchen kein emanzipatorischer Fortschritt, sondern einen Rückschritt bedeute, „da das Internet das Auftreten in der Öffentlichkeit überflüssig machen könnte.“ Angesichts der extensiven Nutzung von Online-Portalen sei eine Auszehrung gängiger Einrichtungen der Schwulen-Szene zu befürchten (u.a. Hofmann 2006). Hier stehen die vermutete Demarginalisierung und das Empowerment durch Internetnutzung im Widerspruch mit einem gleichzeitigen Rückzug von der öffentlichen Bildfläche (v.a. großer Städte). Bender (2010: 353f.) sieht allerdings keinen generellen Trend des Rückzugs in den geschlossenen Raum des Internet, allerdings würden kollektive und verbindende Erfahrungen weniger existenziell. „Stattdessen lässt sich eher eine Verwischung der Grenzen [...] zwischen Unsichtbarkeit und Sichtbarkeit der homosexuellen Nutzer in der Virtualität als auch in der Realität [...] feststellen. Durch die fortschreitende Alltagseinbettung der Internetnutzung und des größeren Zugangs verschiedener Bevölkerungsschichten zum Netz entstehen neue Impulse für die Weiterentwicklung bestehender subkultureller Räume und neuer subkultureller, sozialer Netze.“<sup>37</sup>

<sup>37</sup> In der Folge, so Bender (2010), differenzierten und dezentralisierten (Homo-)Sexualität und Coming-Out's zusehends. In diesem Zusammenhang seien ICTs nicht nur als technische Medien, „sondern auch als narrative, soziale und gesellschaftliche Medien zu begreifen, die eng an soziale, (sub-)kulturelle und vor allem auch heteronormative Kontexte gebunden sind.“ Während zwar Selbstdefinitionen über einzelne Szenen verstärkt würden, sind sie aber weniger ausschließlich und bindend. Bender sieht hierin einen Ausdruck des temporären Charakters und der Enttraditionalisierung sozialer Beziehungen in der Moderne, und verweist somit auf die zentrale Bedeutung solcher Portale, die einer weiterführenden Erforschung bedürfen.

Die vorliegende Studie hat aufgrund ihrer rein quantitativen Ausrichtung deutliche Grenzen. Um die Bedeutung von *GayRomeo* und ähnlichen Portalen für den Alltag homosexueller Männer zu erfassen, ist es letztlich unumgänglich, tiefergehende qualitative Untersuchungen durchzuführen und eine Methodentriangulation anzustreben. Gefordert werden Projekte mit holistischem Anspruch, die eine Beziehung zwischen realen Gemeinschaften bzw. Kulturen und Online-Aktivitäten schaffen, und so die Vernetzung von on- und offline-Handeln aufzeigen. Dabei gilt es zu fragen: wie ist schwuler Alltag organisiert und welche Rolle spielen hierbei ICTs (*information and communication technologies*)? Inwiefern dienen sie homosexuellen Männern in Regionen ohne entsprechende Einrichtungen und Veranstaltungen zur Anbindung an schwule Szenen? Können sie dadurch zu einer Coming-Out-Entscheidung gelangen, treten sie aus ihrer gefühlten Isolation? Und inwiefern nehmen sie selbst die Nutzung als demarginalisierend wahr? Persönliche Gespräche mit *GayRomeo*-Nutzern verweisen auf die Notwendigkeit qualitativer Studien, z.B. Interviews und Gruppendiskussionen – dadurch könnte man auch die Rolle des Internet im Zuge der Entwicklung von Jugendlichen oder auch Älteren im Coming-Out-Zusammenhang besser ergründen. Versteht man schwule Online-Kommunikation als Ausdruck subkultureller Kommunikation und Lebensweise (vgl. Maes 2007), so bestünde die Möglichkeit von cyberethnografischen Studien.<sup>38</sup> Auch aus forschungsethischen Gründen gebietet sich die Suche nach alternativen methodischen Ansätzen zur Analyse solcher Angebote gesellschaftlicher Minderheiten. Die Nutzer in ihren Bedürfnissen und ihrer Kommunikation ernst zu nehmen und als eigenständige Gruppe in ihrer Besonderheit zu begreifen, scheint hierbei zentral. Abschließend sei angemerkt, dass die persönlich befragten Nutzer der Untersuchung insgesamt sehr positiv gegenüberstanden und sie, auch vor dem Hintergrund der eher dürftigen Forschungslage, als äußerst wichtig befinden – die vorliegende Studie konnte einen Beitrag zum Schließen dieser Forschungslücke leisten.

## Literatur

- Bender, Claus (2010): *Bildung in Medienwelten? – Eine biografieanalytische Studie zu Lern- und Bildungsprozessen bei Homosexuellen im Internet*. Unveröff. Dissertation. Gutenberg-Universität, Mainz. Online: <http://ubm.opus.hbz-nrw.de/volltexte/2010/2279/pdf/doc.pdf> (27.09.2010).
- Cooper, Al / McLoughlin, Irene / Campbell, Kevin (2000): Sexuality in Cyberspace: Update for the 21st Century. In: *CyberPsychology & Behavior*, Heft 4, 521-536.
- Daneback, Kristian / Måansson, Sven-Axel/ Ross, Michael (2007): Using the Internet to Find Offline Sex Partners. In: *CyberPsychology & Behavior*, Heft 1, 100-107.
- Döring, Nicola (2000): Cybersex aus feministischen Perspektiven: Viktimisierung, Liberalisierung und Empowerment. In: *Zeitschrift für Frauenforschung & Geschlechterstudien*, Heft 1/2, 22-48 (Draft online: [http://www.nicola-doering.de/publications/ZfFG\\_doering-2000.pdf](http://www.nicola-doering.de/publications/ZfFG_doering-2000.pdf), 20.09.2010).
- Döring, Nicola (2009): The Internet's Impact on Sexuality. A Critical Review of 15 Years of Research. In: *Computers in Human Behavior*, Heft 5, 1089-1101.
- Eichenberg, Christiane / Döring, Nicola (2006): Sexuelle Selbstdarstellung im Internet. Ergebnisse einer Inhaltsanalyse und einer explorativen Befragung zu privaten Websites. In: *Zeitschrift für Sexualforschung*, Heft 2, 133-153.
- Gross, Larry (2007): Foreword. In: O'Riordan, Kate / Phillips, David (Hrsg.): *Queer Online. Media Technology & Sexuality*. New York: Peter Lang, vii-x.
- GfK Panel Services (2010): *Spiele und soziale Netzwerke fesseln ans Internet* (Pressemeldung). Online: [http://www.gfk.com/imperia/md/content/presse/pressemeldungen2010/100914\\_pm\\_internetnutzung\\_dfin.pdf](http://www.gfk.com/imperia/md/content/presse/pressemeldungen2010/100914_pm_internetnutzung_dfin.pdf) (15.05.2012).
- Heintz, Bettina (2003): Gemeinschaft ohne Nähe? Virtuelle Gruppen und reale Netze. In: Thiedecke, Udo (Hrsg.): *Virtuelle Gruppen. Charakteristika und Problemdimensionen*. 2. überarb. Aufl. Opladen: Westdeutscher Verlag, 180-210.
- Hoffarth, Florian (2009): *Quer Dating. Eine kontrastive Untersuchung von Kontaktanzeigen in Online-Magazinen für schwule und Lesben*. Duisburg: Universitätsverlag Rhein-Ruhr.
- Hofmann, Friederike (2006): GayRomeo: Schwul mit Hund sucht Flugbegleiter. In: *SpiegelOnline*. Online: <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,441054,00.html> (02.05.2010).
- Keifer-Boyd, Karen (2006): Back in the Early Days: A Gay Man's Perspective on the Changes from 1999-2004 in Purposes of and Participation at Gay.com. In: Hipfl, Brigitte / Hug, Theo (Hrsg.): *Media communities*. Münster u.a.: Waxmann, 253-270.
- Krämer, Axel (2004): Gefährlich hoher Datingfaktor. In: *taz.de*. Online: <http://www.taz.de/1/archiv/archiv/?dig=2004/11/13/a0329> (22.09.2010).

<sup>38</sup> Beispielsweise greift eine quantitative Erhebung der Selbstdarstellung zu kurz. Fraglich bleibt, welche Aspekte der Selbstdarstellung in den Profilen Teil subkultureller Sprach-Codes sind, und welche Aussagen reines Kokettieren. Vor diesem Hintergrund könnte man die Profile gar als Performances begreifen, die für Außenstehende, die nicht dieser (kommunikativen) Subkultur angehören, mitunter äußerst schwer zu entziffern sind. Mit Blick auf das Portal Gay.com konstatierte Keifer-Boyd (2006: 256): „There is a playfulness in self-representation in the virtual community that more directly communicates one's intentions, desires, and how one would like to be known than occurs in real life communities.“ Vor diesem Hintergrund sei die Zuverlässigkeit der Selbstaussagen, gerade bei einer stigmatisierten Minderheit, problematisch. Keifer-Boyd gibt jedoch zu bedenken, dass die Nutzer, weil sie zumeist reale Treffen beabsichtigen, ihre Selbstdarstellungen wahrheitsgemäß gestalten, um den Erwartungen des virtuellen Eindrucks im realen Treffen zu entsprechen.

- Löffler, Sandra (2009): „Weil es halt doch eine Möglichkeit ist, jemanden kennenzulernen.“ Internetnutzung von Homosexuellen. In: Meyen, Michael; Pfaff-Rüdiger, Senta (Hrsg.): *Internet im Alltag: Qualitative Studien zum praktischen Sinn von Onlineangeboten*. Berlin: Lit-Verlag, 191-209.
- Maes, Daniel (2006): Faktoren schwuler Kommunikation im Internet. In: Fries, Norbert (Hrsg.): *Linguistik im Schloss II. Linguistischer Workshop Wartin 2006*. Czernowitz: Bukrek-Verlag. Online: <http://www2.rz.hu-berlin.de/linguistik/institut/syntax/liwo/liwo2/index.htm> (02.05.2010).
- Maes, Daniel (2007): Metaphern-Identität, Realität und Virtualität. In: Fries, Norbert (Hrsg.): *Linguistik im Schloss III. Linguistischer Workshop Wartin 2007*. Berlin. Online: <http://www2.rz.hu-berlin.de/linguistik/institut/syntax/liwo/liwo3/index.htm> (02.05.2010).
- McKenna, Katelyn / Bargh, John (1998): Coming Out in the Age of the Internet: „Demarginalization“ Through Virtual Group Participation. In: *Journal of Personality and Social Psychology*, Heft 3, 681-694.
- Mehra, Bharat / Merkel, Cecelia / Peterson Bishop, Ann (2004): The internet for empowerment of minority and marginalized users. In: *New Media & Society*, Nr. 6, 781-802.
- Mey, Stefan (2012): *Gayromeo – ein Hidden Champion im deutschen Internet*. Online: <http://www.netzpiloten.de/2012/01/31/gayromeo-hidden-champion-im-internet/> (27.05.2012).
- Rössler, Patrick (2010): *Inhaltsanalyse*. 2. überarb. Aufl. Stuttgart: UTB Basics.
- Ross, Michael / Måansson, Sven-Axel / Daneback, Kristian / Tikkane, Ronny (2005): Characteristics of Men Who Have Sex with Men on the Internet But Identify as Heterosexual, Compared with Heterosexually Identified Men Who Have Sex with Women. In: *CyberPsychology & Behavior*, Heft 2, 131-139.
- Siebert, Sören (2007): *GayRomeo – schwule Kontaktbörse zwischen Blind Date und Jugendschutz*. Online: <http://www.e-recht24.de/news/datenschutz/408.html> (22.09.2010).