

Partnerwahl per Inserat

Autor(en): **Dieffenbacher, Christoph**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Horizonte : Schweizer Forschungsmagazin**

Band (Jahr): - **(2000)**

Heft 46

PDF erstellt am: **21.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-967680>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Partnerwahl per Inserat

Wer ein Heiratsinserat aufgibt, will möglichst vorteilhaft und zeitgemäss erscheinen. Doch die Zeiten ändern sich. Ein Soziologenteam an der ETH Zürich untersucht, wie sich die Selbstdarstellungen bei der Partnersuche in den letzten 100 Jahren gewandelt haben.

VON CHRISTOPF DIEFFENBACHER
FOTO PHOTODISC



Da ist der «junge Mann», «kerngesund mit solidem, festem Charakter in gesicherter Lebensstellung», der «mit einer achtbaren, fleissigen und lebensfrohen Tochter aus schweizerischer, reformierter und gutsituierter Familie behufs baldiger Heirat in nähere Beziehung zu treten» sucht. Und da ist der «Selbstinsistent, in sozialem Beruf tätig, warmherzig, unkonventionell, umweltbewusst, kinderliebend, gut aussehend», der «Dich, feinfühlig junge Frau» kennen lernen möchte. Ob sie Glück hatten oder nicht – zwischen den beiden 30-Jährigen aus Zeitungsannoncen vom Anfang und vom Ende des 20. Jahrhunderts liegen Welten.

Unkonventionelle Quellen

In der Sozialforschung gelten quantitative Daten von kulturellen Veränderungsprozessen, die über die letzten 20 oder 30 Jahre hinausgehen, als Rarität. Heiratsinserate sind unkonventionelle, leicht zugängliche und geeignete Quellen, um Änderungen der Werte über längere Zeit hinweg zu verfolgen. Sie bestehen in aller Regel aus verkürzenden, häufig in Standart-Formeln abgefassten Texten, mit denen jemand die gerade aktuellen

Persönlichkeits-, aber auch Beziehungswerte öffentlich ausdrückt.

So lautet der Ansatz der Soziologieprofessorin Marlis Buchmann und ihres Kollegen Manuel Eisner, die sich die Heirats- und Kontaktanzeigen in einem Forschungsprojekt vorgenommen haben. Sie wählten dafür eine repräsentative Stichprobe von rund 7700 einschlägigen Annoncen aus, die zwischen 1900 und 1996 in den Spalten von «Tages-Anzeiger» und «NZZ» erschienen; ausgeschlossen haben sie Inserate von Vermittlungsinstituten. Für die quantitative Auswertung wurden die Inserate mit einer computerunterstützten Inhaltsanalyse aufbereitet.

In den Selbstdarstellungen der Partnersuchenden unterscheiden Buchmann und Eisner drei Gruppen von Charakterqualitäten, die sich zeitlich in groben Zügen ablösen. Zunächst gab noch das «bürgerliche Selbstideal» den Ton an: Bis in die 20er-Jahre beschrieb sich die Hälfte der Inserierenden als «solide», «seriös», «rechtschaffen», «bescheiden» oder «tüchtig», also in Begriffen von Pflichterfüllung und Fleiss, Familie und Arbeit. Zwischen den 30er- und

den frühen 60er-Jahren kam dann das «harmonieorientierte Selbstideal» auf – jeder Dritte verwendete Begriffe wie «liebenswert», «fröhlich», «sympathisch» oder «nett» und beschwor damit das idyllische Bild einer harmonischen und glücklichen Kleinfamilie.

Originalität gesucht

Seit den 50er-Jahren – und besonders ab Anfang der 70er – stellen sich Menschen in Heiratsannoncen völlig anders dar. Zu über einem Drittel sind sie nun «aktiv», «vielseitig interessiert», «sensibel», «tolerant» oder «selbstständig»: Eigenschaften, welche die Forschenden als «expressives Selbstideal» bezeichnen. Die Arbeitswelt verliert an Bedeutung, dafür werden Freizeit und Lebensstil, aber auch Authentizität, Selbstverwirklichung und Originalität immer wichtiger. Und auch die Beziehungsideale sind längst nicht mehr die gleichen: «Heute», bilanziert Eisner, «stehen gemeinsame Vorlieben und Interessen, eine gefühlsmässige Zusammengehörigkeit und die Gleichberechtigung der Partner sehr viel stärker im Vordergrund als zu Beginn dieses Jahrhunderts.» ■