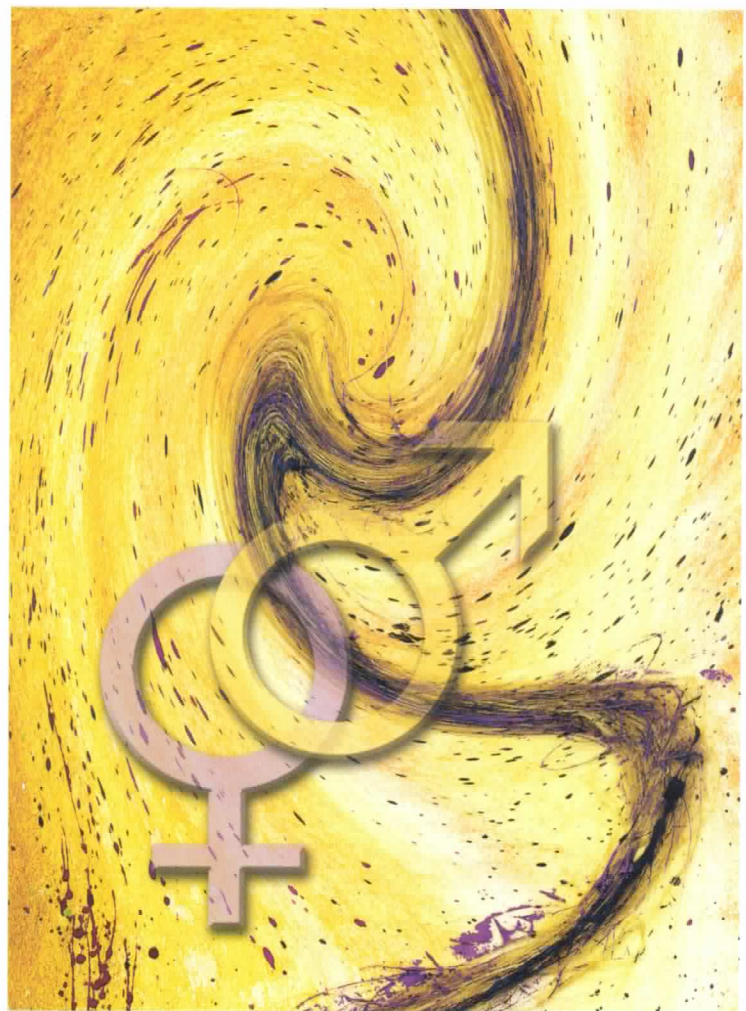


# Ärztliche PSYCHOTHERAPIE

## und Psychosomatische Medizin

### Sexualmedizin in der klinischen Praxis

Mit Fortbildungsprogramm  
zur 20. Jahrestagung der DGPM  
und 63. Arbeitstagung des DKPM



 **Schattauer**

[www.aerztliche-psychotherapie.de](http://www.aerztliche-psychotherapie.de)  
[www.schattauer.de](http://www.schattauer.de)

**Schriftleiter**

M. Neises, Hannover    V. Köllner, Blieskastel  
W. Bertram, Stuttgart    F. Neitscher, Euskirchen  
H. Heister, Aachen    N. Panitz, Berlin  
G. Hildenbrand,    I. Pfaffinger, München  
Lüdenscheid



## Inhaltsverzeichnis

1/2012

|                                     |   |   |    |
|-------------------------------------|---|---|----|
| Zum Thema                           | K. M. Beier; D. Bodenstein<br>Sexualmedizin in der klinischen Praxis  | 1   |    |
| Themenschwerpunkt<br>Theme Articles | <b>Sexualmedizin in der klinischen Praxis</b>   |   |    |
|                                     | G. Hüther<br>Sexuelle Anziehung – Verliebtheit – Liebe<br><i>Sexual attractiveness – amorousness – love</i>   | 5   |    |
|                                     | B. Delisle; D. Rösing<br>Sexuelle Funktionsstörungen – Diagnostik und Therapie<br><i>Disorders of sexual function – diagnosis and therapy</i>   | 11  |    |
|                                     | K. M. Beier; S. J. Faistbauer<br>Diagnostik und Therapie bei sexuellen Präferenzstörungen<br><i>Assessment and treatment of sexual preference disorders</i>   | 19  |    |
|                                     | F. Siedentopf<br>Chronischer Unterbauchschmerz der Frau und Auswirkungen auf die Sexualität<br><i>Chronic pelvic pain in women and the consequences for female sexuality</i>  | 25  |    |
|                                     | Ch. J. Ahlers; G. A. Schaefer<br>Porno, Dating, Bindungswunsch – Sexualität und Partnerschaft im Internet<br><i>Porno, dating, desire for relationship – sexuality and relationship on the internet. An overview of sex adds, dating services, and single platforms in the internet</i> | 29  |    |
|                                     | K. M. Beier; K. Loewit<br>Syndyastische Sexualtherapie<br><i>Syndyastic Sexual Therapy – the transdisciplinary concept of sexual medicine</i>   | 34  |    |
|                                     | I.-D. Kress; K. Loewit<br>Weiterbildung in Sexualmedizin – zur Rolle themenzentrierter Balintgruppen<br><i>Postdoctoral education in sexual medicine: the role of modified Balint-groups</i>  | 42  |    |
|                                     | Aus Politik und Praxis  | Th. Dost; S. Dost<br>Von der Vielfalt und dem Sinn sexueller Symptome | 46 |
|                                     |   | W. Tress<br>Psychosomatische Medizin und Psychotherapie               | 52 |
|                                     | A. Kugelstadt<br>Wartezeit in der Psychotherapie  | 54  |    |
|                                     | K. Rodewig<br>Versorgungspraxis als Weiterbildungsstätte  | 57  |    |
| Fortbildungsprogramm                | 20. Jahrestagung der DGPM und 63. Arbeitstagung des DKPM  | A1  |    |
| Verbandsnachrichten                 | Mitteilungen der DGPM   | 60  |    |
|                                     | Mitteilungen der VPK  | 65  |    |
|                                     | Mitteilungen des BDPM   | 71  |    |
| Verschiedenes                       | Kongress DGPM   | 75  |    |
|                                     | Leserbrief  | 76  |    |
| Umschlagabbildung                   | Venus- und Marssymbol, © Thommy Weiss/pixelio   |   |    |



# Porno, Dating, Bindungswunsch – Sexualität und Partnerschaft im Internet

## Ein Überblick über Sexangebote, Singlebörsen und Partnerschaftsportale im Internet

Ch. J. Ahlers; G. A. Schaefer

Institut für Sexualpsychologie, Berlin

### Schlüsselwörter

Internet, Sexualität, Partnerschaft

### Zusammenfassung

Zu Beginn der zweiten Dekade des 21. Jh., ca. 20 Jahre nach Einführung des zivilen Internets und ca. 10 Jahre nach Beginn dessen Verbreitung in der Allgemeinbevölkerung, spielt das Thema Sexualität bei der Nutzung dieser Informations- und Kommunikationstechnologie eine gewichtige Rolle. Neben einer schier unerschöpflichen Fülle an Informationen zum Thema Sexualität in mehr oder minder lexikalischer Qualität sowie Marktplätzen (Foren) und Informationstauschbörsen zu allen erdenklichen sexuellen Themen, imponiert vor allem die Nutzung des Internets zum Konsum von Erotika (Erotic Posing) und Pornografie, und zur Herbeiführung von Sexualkontakten sowie zur Anbahnung partnerschaftlicher Sexualbeziehungen. Der vorliegende Beitrag soll einen kursorischen und entsprechend peripheren Überblick über die Phänomenologie der Internetnutzung im Themenkreis von Sexualität liefern. Besonderes Augenmerk soll dabei auf den Bereich der Single- und Partnerbörsen gelegt werden.

### Keywords

Internet, sexuality, relationship

### Summary

In the beginning of the second decade of the 21st century, twenty years after the introduction of the civil internet and approximately ten years into its wide spread use in the general public, the topic of sexuality plays an important role in the use of this information and communication technology. Next to an almost inexhaustible amount of information on the topic of sexuality in more or less lexical quality and markets (platforms) serving any possible sexual topics, what impresses most about the use of the Internet is its function for the consumption of erotica (i.e., erotic posing) and pornography and for the arrangement of sexual contacts as well as for the initiation of sexual relationships. This article offers a cursory and consequently peripheral overview of the phenomenology of the use of the internet within the context of sexuality. Special attention is paid to platforms catering for singles dating and relationship.

**Porno, dating, desire for relationship – sexuality and relationship on the internet. An overview of sex adds, dating services, and single platforms in the internet**  
 Ärztliche Psychotherapie 2012; 7: 29–33

**D**as Internet ist 20 Jahre nach Einführung zur zivilen Nutzung und spätestens seit dem Millenniumswechsel die zentrale Informations- und Kommunikationstechnologie des 21. Jahrhunderts. Auf der informatorischen Seite ist das Internet mit entsprechenden Computerprogrammen (sog. *Browsern* und Suchmaschinen) zur größten in der Menschheitsgeschichte jemals verfügbaren, dezentralen und ubiquitären Informationsquelle der Welt geworden. Nie

zuvor war für so viele Menschen so viel Information dezentral an jedem Ort der Erde zeitgleich und überwiegend kostenlos verfügbar wie heute. *Online-Dictionaries* und Enzyklopädien ersetzen physische Bibliotheken und sind bei gegebenen technischen Voraussetzungen informationsdemokratisch überall für jedermann überwiegend kostenlos verfügbar.

## Internet im 21. Jh. – Web 2.0

Auf der kommunikationstechnischen Seite haben sich die Möglichkeiten zum Informationsaustausch und zur Kontaktaufnahme enorm erweitert und beschleunigt. Mit Internet-Telefonie (*Skype*) stehen global kostenlose Telefonverbindungen zur Verfügung. Mit mobiler Telefonie entwickelten sich als sog. *Utility-Merge* (Geräteverschmelzung) im Übergang vom 20. zum 21. Jahrhundert der *Desktop*-Personalcomputer zum *Palmtop*-Personalcomputer, einem handflächengroßen und hosentaschentauglichen (mobilen) *Smartphone*, mit allen zugehörigen Spezialanwendungen (sog. *Applications*, kurz *Apps*), mit dem nicht nur überall und jederzeit mobile Telefonie möglich ist, sondern neben Kurznachrichten (*Short-Message-Service/SMS*) und E-Mail vor allem mobile Internetnutzung. Im Vordergrund steht hierbei die Nutzung von Kommunikationsmöglichkeiten der sog. *Social Media*, wie *Social Networks* (z.B. *Facebook*), *Newsgroups* (z.B. *Twitter*), *Foren*, *Chats* und *Bloggs*. Das Entscheidende an dieser Weiterentwicklung durch den technologischen Fortschritt besteht vor allem in der Erweiterung von einer monodirektionalen, konsumatorischen Nutzung (Abruf von Informationen) hin zur interaktiven, inhaltsgenerierenden Mitgestaltungs- und Austauschmöglichkeit (Web 2.0).

## Internet und Sexualität

Im November 2011 ergab die Eingabe des Suchbegriffes „Sex“ in der weltweit größten Suchmaschine *Google* in 0,11 Sekunden 398 000 000 Ergebnisse. Demgegenüber resultieren aus der Eingabe des Suchbegriffes „Sexuality“ in immerhin 0,20 Sekunden „lediglich“ 69 600 000 Ergebnisse, und der Suchbegriff „Sexualität“ schließlich ergibt in 0,22 Sekunden „nur noch“ 8 660 000 Ergebnisse (7). An diesen Ergebnissen scheint die Proportion zwischen der *sexualwirtschaftlichen*, im weitesten Sinne erotisch motivierten Nutzung des Internets („Sex“), im Verhältnis zur *sexualwissenschaftlichen*, im weitesten Sinne informatorisch motivierten Nutzung („Sexuality“) ablesbar.

Die teuerste Internet-Domain der Welt ist folglich auch nicht *sexology.com*, sondern *sex.com*, die mit US \$ 12,5 Mio. veranschlagt wird, direkt gefolgt von der zweitwertesten Domain *porn.com*, welche für US \$ 9,5 Mio. verkauft wurde (11, 12). Die kontextuell zugehörigen, weltweit am meisten eingegebenen Suchbegriffe bei *Google* sind „sex, fuck, porn, big tits, oral sex sowie anal sex“ (8). Führend beim Sex-Google sind nicht etwa die Nordamerikaner, sondern Asiaten, wobei Pakistan auf dem ersten, die Philippinen auf dem zweiten und Indonesien auf dem dritten Platz landet (8). 43% aller Internetnutzer konsumieren erotische bis pornografische Inhalte, durchschnittlich 15 Minuten pro Internetnutzung; ein Drittel davon sind Frauen.

35% aller Downloads sind pornografischen Inhalts. „sex + porn“ gehören zu den fünf meist eingegebenen Suchbegriffen von Kindern und Jugendlichen unter 18 Jahren. Lediglich 3% aller „Adult-Websites“ verlangen einen verifizierten Altersnachweis (10).

## Posing und Pornografie

Unter *Erotic Posing* wird das erotische Posieren vor der Kamera in sexuell aufreizenden Körperhaltungen (Posen), ohne Fokussierung auf Genitalien und sexuelle Handlungen, verstanden; unter Pornografie hingegen die Fokussierung auf Genitalien und sexuelle Handlungen (1). In Deutschland wurde Pornografie 1975 legalisiert (5). Mit allein 800 Millionen Euro in der DVD Produktion, ist die Pornofilmbranche ein umsatzstarker Wirtschaftszweig in Deutschland. Im Internet haben Porno- und Sexkontakt-Portale heute mehr Mitglieder, als die größte Tageszeitung Käufer, und die Pornografieindustrie hat sich vom Verkauf- und Verleih von Filmen immer weiter auf das Internet verlagert (9).

Weltweit wird nach Angaben der britischen Wochenzeitschrift „*The Economist*“ in der Pornoindustrie derzeit ein Umsatz von rund 97 Milliarden Dollar pro Jahr erwirtschaftet. In den USA sind es rund 14 Milliarden Dollar pro Jahr. Das entspricht der Summe aller dort erwirtschafteten Beträge der Musik- und Filmbranche. Die Pornoindustrie macht damit schätzungsweise 1,5 Milliarden Euro mehr Umsatz als Hollywood (10). Wie weit der Einfluss der Pornoindustrie fortgeschritten ist, zeigte sich auch bei der Entscheidung zwischen Blu-ray-Disc oder HD-DVD: Die Pornoindustrie entschied sich für Ersteres, die Welt folgte der Entscheidung.

Ursachen für die stetige Steigerung der Nutzung von Erotik- und Sex-Angeboten ist auch das Internet. Die neue Dimension des Mediums Internet ist im Web 2.0 die Interaktion. Pornografie wird nicht mehr nur passiv konsumiert, sondern auch aktiv produziert (4). Der Marktführer ist das Internetportal „*Youporn.com*“. Der Anbieter ist mit ca. 60 Mio. Zugriffen pro Tag auf Platz zehn der weltweit meist besuchten Internetseiten. Es gibt keine Alters- und Sicherheitsbeschränkungen, sodass praktisch jeder User, ob Kind oder Erwachsener, uneingeschränkt Videos einstellen und anschauen bzw. hoch- und runterladen kann. Privater Sex ist damit rund um die Uhr für eine Weltöffentlichkeit zugänglich (6). Auf dem Vormarsch ist die Handypornografie. In Deutschland wurden im Jahr 2009 ca. 2 Milliarden Euro umgesetzt.

Die entscheidenden Qualitäten der Nutzung von Internet-Pornografie sind, dass der Nutzer anonym bleiben kann, dass er heimlich, also in absoluter Privatsphäre bequem konsumieren kann, dass es keine Zugangsbeschränkungen gibt (z.B. Alter), dass die Inhalte rund um die Uhr dezentral von überall aus verfügbar sind, dass viele Ange-



bote bereits kostenlos zu haben sind, dass das Spektrum der Inhalte alles übersteigt, was im Rahmen pornografischer Druckerzeugnisse jemals existierte oder denkbar gewesen wäre und dass die Inhalte multimedial (als Tonfilm) konsumiert werden können. All das sind Qualitäten, die noch bis zum Ende des 20. Jahrhunderts im Bereich der Druckmedien so gut wie undenkbar und auf dem Videomarkt durch indizierte Inhalte reglementiert sowie durch Altersüberprüfungen beim Verleih nur sehr eingeschränkt verfügbar waren.

Laut einer Untersuchung der Organisation Young Media Australia ist in den letzten Jahren die Anzahl der Fälle drastisch gestiegen, in denen Kinder unter 10 Jahren sexuelle Gewalt ausübten. In 90% der Fälle gaben die Kinder an, mit Internet-Pornografie in Berührung gekommen zu sein, und ein Viertel der Kinder benutzte das Internet ausschließlich zu diesem Zweck (19).

## Cybersex und Prostitution

Durch internetbasierte Bildtelefonie bzw. *Webcam-Chats* hielt das Web 2.0 auch im Bereich der Sexualwirtschaft Einzug: „Sex on demand“ bedeutet, dass Nutzer in *Live-Stream-Striptease* oder *Peepshows* die Stripperinnen und Pornodarstellerinnen live sehen und ihnen Fragen stellen und Wünsche äußern (jedoch i.d.R. keine Anweisungen geben) können und die Darstellerinnen persönlich antworten und mit den Nutzern sprechen bzw. chatten. Hierbei versuchen die Darstellerinnen gezielt, eine persönliche Beziehung zum Nutzer aufzubauen, indem sie die Nutzer zum Beispiel mit Namen ansprechen, nach deren Befinden fragen und Komplimente machen, um diese möglichst lange online, d.h., im Bezahlmodus zu halten.

Im Bereich der Prostitution sind durch dieselbe Technologie virtuelle Rundgänge durch die Bordelle möglich, wobei sowohl Foto-, Film-, als auch ggf. Live-Portraits der Prostituierten samt Angebotsspektrum abgerufen, als auch Vorabgespräche sowie Leistungs- und Preisverhandlungen geführt werden können. Die für viele Nutzer (hier *Freier*) schwierige Anbahnungsphase und Kontaktetablierung kann somit ohne direkte, physische Begegnung bereits im Vorfeld online hergestellt werden, was den Besuch im Bordell erleichtern kann bzw. soll. Wenn der Kunde ins Bordell kommt, „kennt man sich schon“ aus dem Chat und kommt so auch direkt leichter ins Gespräch. Die Sparte der vermeintlichen Laienangebote sowohl auf dem Pornografie- als auch auf dem Prostitutionsmarkt wächst: „Hausfrauen, Studentinnen, Privatkontakte aus deiner Umgebung“ verzeichnen eine genau so große Nachfrage wie herkömmliche, professionelle Prostitution. Eine Authentifizierbarkeit der Angebote gibt es nicht. Meist handelt es sich um Profis, die die jeweiligen Rollen spielen. Hinzu kommen Swinger- und Seitensprung-Agenturen für Personen in festen part-

nerschaftlichen Beziehungen, die entweder gemeinsam mit dem eigenen Partner (Swinger) oder verheimlicht vor dem eigenen Partner (Seitensprung) sexuelle Kontakte mit Anderen suchen. Die letzte Sparte in diesem Marktsegment besetzen so genannte Nischenanbieter, die unter der Rubrik „Adult-Dating“ Spezialangebote z.B. für besondere sexuelle Neigungen unterbreiten, wie Fetisch-Foren, S/M-Kontakte oder andere Formen von „Non-Normative-Sex“. Proportional zur Häufigkeit dieser Vorlieben in der Gesamtbevölkerung haben diese Nischenanbieter im Verhältnis zu den Mehrheitsangeboten auch nur einen geringeren Marktanteil, mit welchem aber immerhin auch ca. 30 Mio. Euro umgesetzt werden (13).

## Online-Dating-Portale und Singlebörsen

Zahlreiche Internetportale bieten Kontaktmöglichkeiten zum Kennenlernen, Flirten, Verabreden und Verlieben. Sie werden überwiegend von Singles genutzt und ermöglichen einen zwanglosen Austausch, auch auf virtuellen Marktplätzen zu bestimmten Themengebieten. Hier geht es nicht um die explizite Suche nach Beziehungs- und Sexualpartnern bzw. die zielgerichtete Erschließung von Partnern oder Sexkontakten, sondern um ungezwungenes und ausgangsoffenes Kennenlernen und ggf. Flirten. Direkte „Anmache“ gilt eher als unerwünschtes Verhalten. Die verbreitete Bezeichnung der „virtuellen“ Internetwelt spiegelt das Erleben der Nutzer nicht zutreffend wider, denn das Kennenlernen und die nachfolgende Kontaktgestaltung wird von den Nutzern als äußerst reell erlebt und führt ggf., auch ohne direkte physische Begegnung, bis zum Verlieben. Die Bezeichnung Online-Dating meint daher nicht, dass das Internet lediglich zum Kennenlernen genutzt wird, um sich danach real zu verabreden, sondern die Online-Verabredungen werden real im Internet gesucht und erlebt und die Frage einer direkten, physischen Begegnung ist kein zwingender Ausgang eines Kennenlernens.

Bei Online-Dating-Portalen und Singlebörsen handelt es sich mit ca. 55 Mio. registrierten Mitgliedern im Jahr 2008 in Deutschland um das bedeutendste Marktsegment der Non-Sex-Branche (Abb. 1). Die bekanntesten Portale heißen *friendscout24.de* (ca. 6 Mio. registrierte Mitglieder) sowie *neu.de* (ca. 5 Mio. registrierte Mitglieder), *datingcafe.de* (ca. 1,5 Mio. registrierte Mitglieder), *flirtcafe.de* (ca. 1,8 Mio. registrierte Mitglieder), *flirtfever.de* (ca. 0,4 Mio. registrierte Mitglieder), *ilove.de* (ca. 4 Mio. registrierte Mitglieder), *match.com* (ca. 1,4 Mio. registrierte Mitglieder). Schätzungen zufolge nutzen ca. 40% aller Singles Online-Dating-Portale. In Deutschland sind monatlich ca. 7 Mio. Singles auf diesen Portalen aktiv (13).

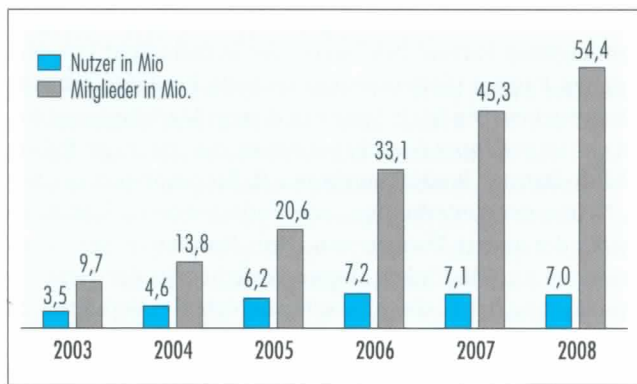


Abb. 1 Entwicklung der gelegentlichen Nutzer und registrierten Mitglieder auf deutschen Online-Dating-Portalen und Singlebörsen von 2003 bis 2008 (13).

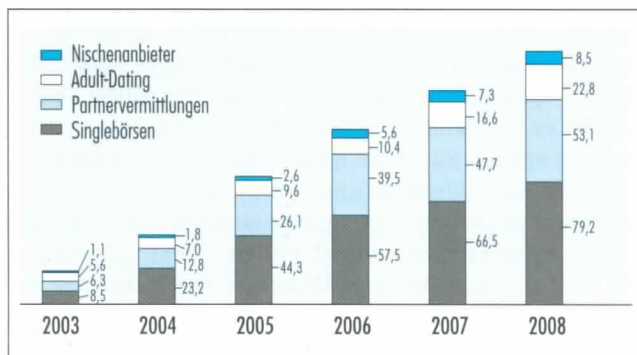


Abb. 2 Branchen-Umsätze nach Marktsegmenten in Mio. Euro von 2003 bis 2008 (13).

## Beziehungswunsch-Portale und Partnerbörsen

Bei Internetportalen zur Partnersuche handelt es sich nicht nur um eine Übertragung von konventioneller Ehesanbahnung und Partnervermittlung mit Kleinanzeigen in Druckmedien ins Internet, sondern um eine erheblich erweiterte Möglichkeit, einen passenden Partner für eine Beziehung kennen zu lernen und zu finden. Die zum Teil wissenschaftliche Fundierung und die wesentlich größere Reichweite mit vielfach mehr Mitgliedern bietet für die Partnersuche über Internetportale eine erheblich reellere Kosten-Nutzen-Relation mit höherer Erfolgsquote und hebt die Internet-Partnerbörsen damit deutlich von konventionellen Ehe-Anbahnungs-Instituten und Partnervermittlungs-Agenturen mit Kleinanzeigen in Druckmedien ab.

Neben der Möglichkeit, sich hier in authentifizierten Profilen mit Foto zu präsentieren, verfügen die Portale über eine Fülle an Zusatzangeboten, die die Passung potenzieller Partner verbessern und die Kontaktaufnahme erleichtern können. So beantworten beispielsweise alle Mitglieder ein

Repertoire von Einstellungs- und Präferenz-Fragen, wodurch ein rascher Abgleich mit den eigenen Antworten möglich wird. Die weiterentwickelten Partnerbörsen verfügen darüber hinaus über die Option, ein sog. *Partner-Matching* (Persönlichkeits-Kompatibilität) zweier Partner anhand der Ergebnisse einer paarpsychologischen Testdiagnostik vorzunehmen. Die umfangreichen psychodiagnostischen Inventare umfassen dabei sowohl persönlichkeitspsychologische Fragen, als auch Items zu Einstellungen und Vorlieben, sowie mitunter projektive Verfahren, bei denen durch die Auswahl bestimmter Motive aus einer Bilderreihe auf Ähnlichkeiten im Bereich Geschmack und Stil geschlossen wird. Auf der Grundlage dieser Ergebnisse bekommt der Nutzer dann eine Liste potenzieller Partner, samt zugehörigem *Matching-Score*, welcher den Grad der Übereinstimmung prozentual anzeigt (13).

Zur zwanglosen Kontaktaufnahme können sich die Mitglieder beispielsweise zu sog. *Fun-Matches* einladen, bei dem dann beide unabhängig voneinander nochmals ein paar Fragen beantworten und hierbei wieder ihre Übereinstimmung herausfinden können. Über die Ergebnisse ist dann die direkte Kontaktaufnahme gebahnt, wobei bei einigen Portalen die Portrait-Fotos individuell auf Nachfrage personengebunden freigeschaltet werden können und nicht von vornherein für alle sichtbar sind. Die bekanntesten Portale heißen parship.de (ca. 5,2 Mio. registrierte Mitglieder), partner.de (ca. 0,75 Mio. registrierte Mitglieder), elitepartner.de (ca. 3,1 Mio. registrierte Mitglieder), edarling.de (ca. 2,6 Mio. registrierte Mitglieder) sowie be2.de (ca. 2 Mio. registrierte Mitglieder) (13).

Der Branchenumsatz hat sich von 2000 bis 2008 versiebenfacht und lag 2009 bei 163,6 Mio. Euro. Auf Online-Dating-Portale und Singlebörsen verfielen dabei ca. 80 Mio. Euro, auf Beziehungswunsch-Portale und Partnerbörsen ca. 53. Mio. Euro. Spezielle Nischenanbieter (Adult-Dating / Non Normative Sex) kamen 2008 auf einen Gesamtumsatz von ca. 30 Mio. Euro (Abb. 2) (13).

## Online versus offline?

Die Frage, ob das Internet mit seiner zugehörigen Informations- und Kommunikationstechnologie guten oder schlechten Einfluss auf Sexualität und Partnerschaft hat, ist viel diskutiert, aber falsch gestellt. Realistischerweise kann nur gefragt werden, welche guten und welche schlechten Einflüsse erkennbar sind. Und hier finden wir auf beiden Seiten ähnlich viele Aspekte:

Auf der einen Seite potenziert das Internet die Möglichkeiten, mit anderen Menschen, auch bezogen auf Liebe, Sexualität und Partnerschaft, in Kontakt zu kommen, was nicht nur für Jugendliche positiv ist, sondern vor allem für ältere Menschen in einer alternden Gesellschaft zunehmend große Bedeutung erlangen wird (sog. *Silver Surfer*). Die Ge-



bundenheit an dezentrale Wohnorte bei gleichzeitiger Erschwernis von Mobilität (Abbau des öffentlichen Nahverkehrs) kann durch Internet-Kontaktmöglichkeiten zumindest gemildert werden. Damit eröffnet das Internet enorme Potenziale gegen die erkennbare Tendenz der Alters-Einsamkeit.

Auf der anderen Seite ist unvorhersagbar, welche Auswirkung die schrankenlose Verfügbarkeit von Pornografie inklusive aller Darstellungen so genannter normabweichenden sexuellen Praktiken auf die sexuelle Entwicklung von Kindern und Jugendlichen hat, auch, wenn die Häufigkeit und Intensität des Pornografiekonsums offenbar nicht so exzessiv zugenommen zu haben scheint, wie dies durch die mediale Berichterstattung den Anschein hat: In der „Dr. Sommer-Studie 2009 – Liebe! Körper! Sexualität!“ wurden 2009 wieder 1 228 Jugendlichen aus ganz Deutschland im Alter von 11 bis 17 Jahren befragt. Das Ergebnis scheint nahezu liegen, dass es keinen Anlass für das Etikett „Generation Porno“ gibt: Nur 8% der befragten Jungen und lediglich 1% der Mädchen nutzen Pornografie regelmäßig, 35% der Jungen geben zu, sich das „hin und wieder“ anzuschauen. Insgesamt haben zwei Drittel der Jugendlichen Erfahrungen mit pornografischen Bildern und Filmen gemacht, ob auf DVD oder im Internet. Die meisten Jugendlichen schauen sich Pornografie mit Freunden an, wenn sie „Spaß haben wollen“ (2, 15–18).

Ein anderer Problembereich ist viel mehr die Herstellung und Verbreitung von Kinderpornografie über das Internet. Hier ist deutlich zu erkennen, dass die Verfügbarkeit der Technologie ein Katalysator für die Produktion zu sein scheint und dass diese eine Vermarktung solcher Inhalte in solchem Umfang erst möglich macht.

Zusammenfassend lässt sich damit sagen, dass ein Medium nicht für Inhalte zur Rechenschaft gezogen werden kann: Bücher können nichts dafür, was Autoren in ihnen schreiben. Fernseher können nichts dafür, was Sender über sie ausstrahlen. Und das Internet kann nichts dafür, was in ihm verbreitet wird. Das Internet ist ein Medium, kein Inhalt. Medien sind wie Beton: Es kommt darauf an, was man damit macht! Medien machen Dumme dümmer und Kluge klüger. Alle Inhalte, ob nun wünschens- oder verachtenswert, werden von Menschen eingestellt. Die Inhalte gab's schon immer, nur früher weniger verbreitet; so, wie das Wissen, bevor es den Buchdruck gab.

## Literatur

1. Ahlers ChJ, Neutze J, Hupp E, Mundt IA, Konrad A, Beier KM, Schaefer GA. Erhebungsinstrumente in der klinischen Sexualforschung – Teil II. *Sexuologie* 2008.
2. [bravo.de/dr-sommer/sex/...](http://bravo.de/dr-sommer/sex/...) November 2011.
3. Bravo Dr. Sommer Studie 2009 – Liebe! Körper! Sexualität! BZgA Forum Sexualaufklärung und Familienplanung – Medien – Jugendsexualität – Repräsentative Wiederholungsbefragung von 14- bis 17-Jährigen und ihren Eltern. *BZgA FORUM*, 1/2009.
4. Döring N. Sexualität im Internet – Ein kultureller Forschungsüberblick. *Zeitschrift für Sexualforschung* 2008; 21: 291–318.
5. Ertel H. Erotika und Pornographie. Repräsentative Befragung und psychophysiologische Langzeitstudie zu Konsum und Wirkung. München: Psychologie Verlags Union 1990.
6. Gernert J. *Generation Porno – Jugend, Sex, Internet*. Fackelträger Verlag, Köln 2010.
7. [Google.com](http://Google.com) ... November 2011.
8. [google.com/trends...](http://google.com/trends...) November 2011.
9. Hajok D. Pornografie und Darstellungen von Sexualität im Internet: Ein kurzer Blick auf eine zentrale Problemdimension. *tv diskurs* 2009; 47/1: 76–79.
10. [onlineeducation.net...](http://onlineeducation.net...) November 2011.
11. [sedo.de...](http://sedo.de...) November 2011.
12. [sexdotcom.com...](http://sexdotcom.com...) November 2011.
13. [singleboersen-vergleich.de...](http://singleboersen-vergleich.de...) November 2011.
14. Skopek J, Schulz F, Blossfeld H.-P. Partnersuche im Internet – Bindungsspezifische Mechanismen bei der Wahl von Kontaktpartnern. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 2009; 61: 1–28.
15. Stulhofer A, Schmidt G, Landripet I. Beeinflusst Pornografie in der Pubertät sexuelle Skripte, Intimität und sexuelle Zufriedenheit im jungen Erwachsenenalter? *Zeitschrift für Sexualforschung* 2009; 1: 13–23.
16. Wanielik R. Medienkompetenz und Jugendschutz. Überlegungen zur sexualpädagogischen Arbeit mit Pornografie. *BZgA FORUM* 2009; 1: 33–38.
17. Weber M. Die Nutzung von Pornografie unter deutschen Jugendlichen. *BZgA FORUM* 2009; 1: 15–18.
18. Weiler K. Wie nutzen Jugendliche Pornografie und was bewirkt sie? Befunde – Theorien – Hypothesen. *pro familia magazin* 2009; 1: 9–12.
19. [youngmedia.org.au/...](http://youngmedia.org.au/...) November 2011.

## Korrespondenzadresse

Dr. DP Christoph J. Ahlers  
 Institut für Sexualpsychologie  
 Calvinstr. 23, 10557 Berlin  
 Tel. 030 – 51 64 55 41  
 Fax 030 – 51 64 55 39  
 E-Mail: [dr.ahlers@berlin.de](mailto:dr.ahlers@berlin.de)  
 Internet: [sexualpsychologie.org](http://sexualpsychologie.org)