

**Partnersuche im Internet:
Selbstdarstellung, Schüchternheit, Selbstwert**

DIPLOMARBEIT

Zur Erlangung des Magistertitels der Naturwissenschaften an der
Fakultät für Human- und Sozialwissenschaften der Universität Wien

Eingereicht von
Claudia Neuwirth

Wien, Oktober 2008

Danksagung:

Ich möchte mich ganz besonders bei meinen Eltern für ihre Unterstützung bedanken. Ein großes Dankeschön auch an meine Freunde, die mir mit Rat und motivierenden Worten zur Seite gestanden sind.

Ein spezieller Dank an Maiki für die Hilfe beim Programmieren und Online stellen des Fragebogens, an Antonia und Andrea fürs Korrekturlesen und an Walter für seine unermüdliche Motivation und Unterstützung.

Danke auch an Herrn Professor Herkner für die geduldige Betreuung meiner Diplomarbeit.

Inhaltsverzeichnis:

Seite:

Einleitung	6
 A <i>Theorieteil</i>	
1 Schüchternheit	8
1.1 Definition der Schüchternheit	8
1.2 Verschiedene Arten der Schüchternheit	9
1.3 Unterscheidung von ähnlichen Konstrukten	13
1.4 Entstehung von Schüchternheit und Sozialer Gehemmtheit	15
1.4.1 Psychologischer Erklärung der Ursachen der Schüchternheit	15
1.4.2 Entwicklung der Sozialen Hemmung	16
1.4.3 Untersuchung zur angeborenen Schüchternheit	17
1.5 Zusammenfassung und Bedeutung für meine Arbeit	18
 2 Selbstwert	 19
2.1 Definition des Selbstkonzepts	19
2.2 Der Selbstwert	19
2.2.1 Definition des Selbstwertes	19
2.2.2 Ursachen des Selbstwertgefühls	21
2.2.3 Funktionen des Selbstwertes	23
2.2.4 Selbstwert und Partnersuche	24
2.3 Zusammenfassung und Bedeutung für meine Arbeit	26
 3 Selbstdarstellung	 27
3.1 Theorien zur Selbstdarstellung	27
3.2 Selbstdarstellungsverhalten	28
3.3 Zusammenfassung und Bedeutung für meine Arbeit	32

4 Modelle der Partnerwahl	33
4.1 Modelle der Partnerwahl	33
4.1.1 Genetischer Ansatz	34
4.1.2 Psychoanalytisches Modell	34
4.1.3 Komplementarität	35
4.1.4 Ähnlichkeit versus Gegensätzlichkeit	36
4.1.5 Austauschtheoretische Ansätze (Equity Theorie)	37
4.1.6 Stimulus-Werthaltungs-Rollen-Theorie	40
4.2. Geschlechtsunterschiede bei der Partnerwahl	41
4.2.1 Geschlechtsunterschiede in der Selbstdarstellung	41
4.2.2 Geschlechtsunterschiede in den Partnerwahlkriterien	41
4.2.3 Unterschiede in der Bewertung der physischen Attraktivität	42
4.2.4 Unterschiede in der Bewertung des sozialen Status	43
4.2.5 Unterschiede im Einsatz von Täuschungsmanövern	43
4.2.6 Unterschiede in der Kontaktaufnahme	44
4.3. Partnerwahl in Kontaktanzeigen im Internet	45
4.3.1 Partnersuche im Internet	45
4.4. Zusammenfassung und Bedeutung für meine Arbeit	45
 5 Das Internet	 46
5.1 Geschichte des Internets	46
5.2 Internetnutzung in Österreich	47
5.3 Die gesellschaftliche Bedeutung des Internets	48
5.4 Computervermittelte Kommunikation	48
5.4.1 Zeitversetzte computervermittelte Kommunikation	49
5.4.2 Zeitgleiche computervermittelte Kommunikation	49
5.4.3 Kanalreduktion	50
5.5 Soziale Beziehungen im Internet	51
5.6 Schüchternheit und Internet	51

5.7 Entstehung neuer sozialer Beziehungen im Internet	52
5.7.1 Beiläufiges Kennenlernen im Internet	53
5.7.2 Zielgerichtetes Kennenlernen im Internet	53
5.8 Zusammenfassung und Bedeutung für meine Arbeit	57
Exkurs: Websingles	57

B Empirischer Teil – Psychologische Untersuchung

6 Planung der Untersuchung	59
6.1. Ziel der Untersuchung	59
6.2. Hypothesen der Untersuchung	59
7 Methode und Durchführung der Untersuchung	67
7.1 Untersuchungsdesign	67
7.1.1 Allgemeine Informationen zur Befragung	67
7.1.2 Struktur des Fragebogens	68
7.1.3 Erklärung der statistischen Begriffe und Verfahren	83
8 Auswertung der Daten	86
8.1 Deskriptivstatistik	86
8.1.1 Soziodemographische Merkmale	86
8.1.2 Schüchternheit, Selbstwert, Beziehungswunsch	89
8.2. Inferenzstatistik	98
8.2.1 Ergebnisse der Hypothesenprüfung	98
9 Zusammenfassung, Interpretation und Diskussion	177
9.1 Ziel meiner Studie	177
9.2 Hypothesen	177
9.3 Durchführung der Studie	177
9.4 Stichprobe und Methode der Hypothesenprüfung	178
9.5 Ergebnisse und Interpretation	178
9.5.1 Ergebnisse des ersten Hypothesenblocks	178
9.5.2 Ergebnisse des zweiten Hypothesenblocks	179

9.5.3 Ergebnisse des dritten Hypothesenblocks	180
9.5.4 Ergebnisse des vierten Hypothesenblocks	181
9.5.5 Ergebnisse des fünften Hypothesenblocks	182
9.5.6 Ergebnisse des sechsten Hypothesenblocks	183
9.5.7 Ergebnisse des siebenten Hypothesenblocks	184
9.6 Zusammenfassung	185
9.7 Ausblick	186
Literaturverzeichnis	187
ANHANG	
A Fragebogen	
B Abstract	
C Lebenslauf	

Einleitung

Immer wieder wird die Frage: „Wo habt ihr euch kennen gelernt?“, mit: „Im Internet“ beantwortet. War dieses Geständnis früher vielen noch unangenehm, so ist heute das Internet zu einer beliebten Möglichkeit miteinander zu kommunizieren und einander kennen zu lernen, geworden.

Vielleicht mag der Eindruck entstehen, dass viele Menschen, besonders Jugendliche, sich vor ihren Computern verschanzen, statt Kontakte mit anderen zu pflegen. Aber das Medium Internet wird auch dazu genutzt, Kontakte mit anderen Menschen herzustellen, aufrecht zu erhalten und zu vertiefen. Aus zufälligen Begegnungen in Online-Spielen, Chats, Foren oder über Gästebucheinträge auf Homepages entstehen häufig Freundschaften, die sich im realen Leben (real Life) fortsetzen. Über diese Möglichkeit der Kontaktaufnahme wurden bereits einige Studien durchgeführt.

Meine Studie beschäftigt sich mit der gezielten Suche von Freundschaften und festen Beziehungen im Internet mittels Kontaktanzeige. War es vor einigen Jahren noch eher peinlich zuzugeben in so einer Online-Kontaktbörse registriert zu sein, ist es heute eine in weiten Kreisen gebräuchliche, oft praktizierte Weise der Partnersuche. Manche registrieren sich dort aus reiner Neugier und um neue Erfahrungen zu machen, viele mit der Absicht auf diesem Weg einen passenden Partner zu finden.

In meiner Studie werden Frauen und Männer, die sich in einer Kontaktanzeige im Internet eingetragen haben, unter anderem über ihre Motive dazu befragt.

Meine Arbeit gliedert sich in einen theoretischen und einen empirischen Teil. Im theoretischen Teil werde ich im ersten Kapitel das bekannte Phänomen der Schüchternheit aus psychologischer Sicht vorstellen. Es geht darin um die Definition der Schüchternheit, sowie um verschiedene Formen, Ursachen und Entstehung der Schüchternheit.

Ein Vorteil der Online-Kontaktaufnahme ist die anfängliche Anonymität, die erst zugunsten eines realen Treffens aufgegeben werden muss. Diese Anonymität und die Zeit, die man sich vor dem ersten Treffen lassen kann, um einen Eindruck vom anderen zu bekommen und sich selbst bestmöglich darzustellen, sollte auch die Hemmschwelle schüchterner Menschen herabsetzen und ihnen ermöglichen auf

diesem Weg leichter Kontakt aufzunehmen und so einen passenden Partner zu finden. Ob schüchterne Menschen diese Möglichkeit auch nutzen und in der Online-Partnersuche Erfolg haben, ist Teil meiner Arbeit.

Da in meiner Studie nicht nur Personen mit einem unterschiedlichen Grad an Schüchternheit, sondern auch mit unterschiedlichem Selbstwert verglichen werden, wird im zweiten Kapitel näher auf den Selbstwert eingegangen. Definition, Ursachen und Funktion des Selbstwertes werden kurz dargestellt.

Ich stelle die Frage, ob sich der Selbstwert auf den Erfolg in der Partnersuche, auf die Schüchternheit und auch auf das Selbstdarstellungsverhalten auswirkt.

Da auch die Frage nach dem Selbstdarstellungsverhalten meiner Probanden in meiner Arbeit eine wichtige Rolle spielt, gehe ich in Kapitel 3 näher auf die Selbstdarstellung ein. Verschiedene Techniken der Selbstdarstellung werden vorgestellt und die Bedeutung für meine Arbeit wird erklärt.

Kapitel 4 beschäftigt sich mit verschiedenen Modellen der Partnerwahl. Es gibt viele verschiedene Theorien anhand welcher Kriterien Partner gewählt werden, und wo es Unterschiede zwischen den Geschlechtern gibt. Ich vergleiche in meiner Arbeit Frauen und Männer in ihrem Verhalten in der Partnersuche, in der Wichtigkeit verschiedener Kriterien des Wunschpartners und im Korrespondenzverhalten beim Kennenlernen über Kontaktanzeigen im Internet.

In Kapitel 5 werde ich einen kurzen Überblick über die Geschichte des Internets geben und verschiedene Möglichkeiten der Kommunikation über dieses Medium erläutern.

Im empirischen Teil werden Ziele, Hypothesen und die Planung meiner Studie vorgestellt. Danach wird erklärt wie die Studie durchgeführt wurde und die Ergebnisse der Hypothesenprüfung werden dargestellt.

Abschließend folgt eine kurze Zusammenfassung der wichtigsten Erkenntnisse meiner Arbeit und Ausblick auf daraus entstehende neue Fragen.

A Theorieteil

1 Schüchternheit

In meiner Arbeit geht es unter anderem um den Vergleich von schüchternen und nicht schüchternen Personen, bei der Partnersuche in Kontaktanzeigen im Internet. Ich werde untersuchen, ob sich schüchterne von anderen Personen in ihren Erwartungen an den Partner unterscheiden und ob ihnen andere Dinge an einer Partnerschaft wichtig sind, als nicht schüchternen Personen.

Ebenso soll herausgefunden werden, ob Schüchterne häufiger feste Beziehungen als oberflächliche Kontakte suchen, und ob sie gleich große Chancen wie nicht schüchterne Personen haben, im Internet einen Partner zu finden und diese Chance auch nutzen. Eine weitere Frage, die ich mit meiner Arbeit aufgreifen werde ist, ob sich Schüchterne von nicht Schüchternen in ihrer Selbstdarstellung unterscheiden. In diesem Kapitel werde ich erklären was Schüchternheit psychologisch gesehen bedeutet, welche Arten von Schüchternheit bekannt sind und worin sie sich unterscheiden, wo der Unterschied zwischen Schüchternheit und sozialer Gehemmtheit liegt und zuletzt werde ich einige Theorien über die Entstehung der Schüchternheit anführen.

1.1 Definition der Schüchternheit

Schüchternheit ist eine Form der sozialen Angst, aber nicht mit dieser gleichzusetzen. Leswinsky (1941, S.8 ff) definiert Schüchternheit als „*soziales Phänomen, das immer durch Verhalten ausgedrückt wird und nur in Beziehung mit anderen Menschen auftritt*“.

Alltagspsychologisch wird Schüchternheit wie folgt definiert: (zitiert nach Jens Asendorpf 1989, S.18). „*Jemand möchte in sozialen Situationen etwas tun, traut sich aber nicht, so dass die Handlung nicht oder erst nach langer Verzögerung erfolgt. Dem Handelnden wird aber nicht die prinzipielle Fähigkeit abgesprochen, das Gewünschte zu tun, woran es hapert ist die Umsetzung dieser Fähigkeit in eine Handlung.*“

Nach alltagspsychologischer Auffassung ist Schüchternheit also ein motivationales Problem. Vor allem wird Schüchternheit zur Erklärung des Unterlassens von Handlungen oder sozialen Routinen benutzt. Dazu gehört zum Beispiel, dass Schüchterne anderen Menschen bei der Begrüßung oft nicht in die Augen schauen und sich bei Gesprächen mit Fremden oder in größeren Gruppen nur sehr wenig

beteiligen. Auch ambivalente Handlungsweisen, wie zum Beispiel bei einer Party allein in einer Ecke stehen, werden häufig mit Schüchternheit erklärt. Arrogantes Verhalten wird ebenfalls manchmal mit Schüchternheit begründet, hier kommt es zu einer Überkompensation der Gehemmtheit durch besonders forsches Auftreten. Die Wahrscheinlichkeit des Auftretens von Schüchternheit wird erhöht durch neue Situationen, bzw. durch die Fremdartigkeit einer Situation (neue Schule, neuer Arbeitsplatz,...), durch die Anwesenheit anderer (besonders fremder) Personen, oder dadurch, dass man selbst in einer Situation hervorgehoben wird (zum Beispiel als einzige Frau in einer Männerrunde). (Buss 1980)

1.2 Verschiedene Arten der Schüchternheit

Asendorpf (1989, S.19) unterscheidet die *situative* Schüchternheit von der *dispositionalen* Schüchternheit.

Während die situative Schüchternheit nur in bestimmten Situationen auftritt in der ein Mensch, der sonst nicht schüchtern agiert, gehemmt wirkt, geht man bei der dispositionalen Schüchternheit davon aus, dass die Schüchternheit ein zeitlich stabiles Persönlichkeitsmerkmal der schüchternen Person ist.

Zur situativen Schüchternheit gibt es noch wenige Studien.

Zimbardo, Pilkonis und Norwood (1974, nach Asendorpf 1989, S.20) befragten achthundert 18-21 jährige US-Bürger und fanden dabei heraus, dass 99% der Befragten schon einmal schüchtern gewesen waren. Zimbardo et al (1974; vgl. auch Izard, 1977, Tabelle 15-2) fragte nach Situationen, die Schüchternheit hervorrufen. Aus den Antworten der Befragten konnte Zimbardo 4 Situationsklassen herausfiltern. Zum Beispiel reagieren viele Menschen schüchtern, wenn es darum geht Kontakt mit Fremden aufzunehmen, was auch ein wichtiger Bestandteil der Partnersuche ist.

Weiters führt es zu schüchternem Verhalten, wenn man im Zentrum der Aufmerksamkeit einer größeren Gruppe steht, sich mit Autoritätspersonen unterhält und in Situationen mit mehr oder weniger sexueller Thematik.

Auch Izard (1972) führte mehrere Studien zu diesem Thema durch. Er befragte seine Versuchspersonen nach Gefühlen in bestimmten erlebten Situationen. Sie sollten ihre damalige Gefühlslage in diesen Situationen auf einer vorgegebenen Skala einschätzen.

Es kam heraus, dass Schüchternheitssituationen Furcht, Ärger aber auch Interesse (eben so stark wie Furcht) hervorrufen. Unter allen als überwiegend negativ

beurteilten Situationen (Kummer, Furcht, Ärger und Schuldgefühl) wurde Schüchternheit als emotional am positivsten beurteilt. Daraus resultiert nach Izard, dass Schüchternheit eine ambivalente Gefühlslage erzeugt.

Mosher und White (1981, S.61-74) konnten das Experiment an 257 Studenten replizieren. Sie führten die hohen Werte von Furcht und Interesse auf einen Annäherungs-Vermeidungs-Konflikt zurück. Wer aktuell schüchtern ist, möchte sozial initiativ werden, wird aber durch eine gleichzeitig bestehende oder durch die Annäherungstendenz hervorgerufene Vermeidungstendenz gehemmt. Die schüchterne Person möchte sich also gerne in die soziale Situation einbringen, traut sich aber nicht.

Während die *situative* Schüchternheit in bestimmten Situationen bei fast allen Menschen auftritt ist die *dispositionale* Schüchternheit eine zentrale Dimension im Selbstkonzept von Erwachsenen. Es gibt in vielen Persönlichkeitsfragebogen die Dimension Schüchtern/Gehemmt versus Kontaktfreudig/Ungezwungen.

Asendorpf (1985, S.542, 1987, S.549) fand eine Skala mit nur 4 Items, die sich als für den deutschen Sprachraum geeignet erwies, interindividuelle Unterschiede in selbst eingeschätzter Schüchternheit zuverlässig und valide zu messen.

Schüchternheit spielt in unserem Bild, das wir von anderen Menschen haben eine wichtige Rolle. Dies gilt bereits bei der Beurteilung von Kindern im Kindergartenalter. Hierzu wurde in einer Studie eine hohe Übereinstimmung zwischen dem Elternurteil über die Schüchternheit ihrer Kinder und dem Urteil der Erzieherinnen festgestellt. (Beschrieben bei Asendorpf 1989 S. 24).

Das Fremdbild über die Schüchternheit von Gleichaltrigen entwickelt sich aber erst relativ spät. Schüchterne/gehemmte Kinder werden erst ab der 2. Klasse von Gleichaltrigen als problematisch wahrgenommen. Aggressive Kinder hingegen schon im Kindergartenalter. (Younger & Boyko 1987, S.1094-1100; Younger, Schwartzman & Ledingham 1985, S.70-75).

Dispositionale Schüchternheit ist weit verbreitet. Lazarus (1982, S.904-906) untersuchte 398 Fünftklässler und fand eine Rate von 38% für selbst eingeschätzte Schüchternheit.

Cranach, Hüffner, Marte und Pelka (1976, S.146-155) ließen 1115 Kinder städtischer Münchner Kindergärten von 44 Erzieherinnenpaaren einschätzen. 16,8% wurden übereinstimmend als schüchtern/gehemmt beurteilt.

Eine zweite Befragung von 110 Erzieherinnen ergab, dass 59% der Kinder, die als therapiebedürftig eingestuft wurden, schüchternes/gehemmtes Verhalten zeigten.

Schüchternheit wird zwar oft als Problem angesehen, aber nicht durchwegs als negative, sozial unerwünschte Eigenschaft. Sie beinhaltet verschiedenen Studien zufolge, (vgl.z.B. Göttert und Asendorpf 1989, S.70-82) sowohl negativ als auch neutral oder positiv bewertete Eigenschaften wie zum Beispiel die Abwesenheit von Aggressivität. So macht Schüchternheit Menschen oft auch sympathisch. Sie geben sich bescheiden und zurückhaltend, sind gute Zuhörer, drängen sich nicht in den Vordergrund. Schüchternheit hindert jedoch oft daran, neue Menschen kennen zu lernen. Der Schüchterne wagt meistens nicht, sich zu äußern, seine Ansichten und Wertvorstellungen vor anderen zu vertreten. Es gelingt ihm nur selten, sich mit dem Vorgesetzten, etwa dem Chef oder dem Lehrer, konstruktiv auseinanderzusetzen oder berechtigte Kritik zur Sprache zu bringen. Dem Schüchternen fällt es schwer, sich in ein günstiges Licht zu stellen. Die Schüchternheit wirft ihn verstärkt auf sich selbst zurück, und das geht auf Kosten seiner Umweltbeziehungen. Im Extremfall führt Schüchternheit zu Depressionen, starken Angst- und Verlassenheitsgefühlen. Typisch schüchterne Menschen werden von anderen weder als erwünscht noch als unerwünscht angesehen, obwohl Schüchternheit als isolierte Eigenschaft negativ beurteilt wird.

Auch wenn schüchterne Menschen aufgrund ihrer Schüchternheit nicht negativ bewertet werden, leidet der Schüchterne selbst oft sehr darunter, denn soziale Gehemmtheit ist begleitet von der Tendenz in sozialen (Bewertungs-) Situationen alles negativ zu sehen. Die Erwartungen sind negativ, die Aufmerksamkeit in der Situation ist häufig auf einen vermuteten schlechten Eindruck anderer gerichtet, das eigene Verhalten wird negativ verzerrt wahrgenommen und Gelingen und Misslingen wird so interpretiert, dass die eigene Person dabei möglichst schlecht wegkommt. Das Selbstbild im sozialen Bereich ist eindeutig negativ.

Auch zwischenmenschliche Beziehungen werden durch Schüchternheit beeinträchtigt. Laut Zimbardo (1986, nach Lépine & Simon 1998, S.48) haben Personen, die sich als schüchtern einschätzen folgende Probleme in zwischenmenschlichen Beziehungen:

- Auftreten von negativen Gefühlen wie Angst, Depression und Einsamkeit.
- Mangelnde Fähigkeiten sich an neue Situationen anzupassen und Schwierigkeiten die eigene Meinung zu äußern.
- Übertriebene Zurückhaltung; Projektion eines negativen Selbstbildes, was schüchterne Menschen als unfreundlich, hochmütig und wenig herzlich erscheinen lässt.
- Schwierigkeiten sich in Gegenwart anderer mitzuteilen.
- Überhöhte Selbstaufmerksamkeit.

Clark und Arkowitz (1975, S.211-221) gingen der Frage nach, inwieweit es schüchternen Menschen an sozialen Fähigkeiten fehlt, oder ob es sich nur um negative Selbstwahrnehmung handelt. Sie untersuchten die Interaktion sozial ängstlicher und nicht ängstlicher Männer mit Frauen. Es konnten in diesen sozialen Interaktionen keine Unterschiede bezüglich sozialer Fähigkeiten gefunden werden, jedoch unterschätzten sich die sozial ängstlichen Personen selber bezüglich ihrer sozialen Kompetenzen.

Liebmann und Cheek (1983) stellten in einer Studie fest, dass schüchterne Frauen ihre eigene Attraktivität weitaus schlechter bewerten als nicht schüchterne.

Demgegenüber fiel eine Fremdbeurteilung durch Männer weitaus positiver aus.

Zimbardo (1977, S.24ff) berichtet über Verhaltensweisen, die dispositional Schüchterne als typisch angeben. Auch dispositional Schüchterne verhalten sich in ähnlichen Situationen schüchtern wie situativ Schüchterne. Es gibt nur einen Unterschied in der Häufigkeit und Intensität der Schüchternheit.

Die „Leitsymptome“ sind Wortkargheit, Vermeidung von Blickkontakt und leises Sprechen. Zusätzlich kommt es auch zu physiologischen Symptomen wie Herzrasen, Herzklopfen, Schweißausbrüchen und häufiges Erröten, ähnlich wie bei Verlegenheit.

Den Unterschied zwischen situativer Schüchternheit und Verlegenheit versuchten Leary und Schlenker (1981, S.335-358) im Rahmen des Selbstdarstellungsansatzes von Schlenker (1980) zu zeigen. Danach entsteht Schüchternheit, *„wenn jemand motiviert ist, einen bestimmten Eindruck auf andere zu machen, sich aber unsicher ist, ob dies gelingen wird“*. Verlegenheit dagegen entsteht nach Meinung von Leary

und Schlenker dann, „*wenn ein Ereignis eintritt, das zu einem wahrgenommenen Versagen der eigenen strategischen Selbstdarstellung führt*“.

Schüchternheit kann aber auch dann auftreten, wenn keine Selbstdarstellungsproblematik vorliegt. Etwa Fremden gegenüber, deren Urteil als gleichgültig empfunden wird. Schüchternheit ist das Antizipieren des Versagens, Verlegenheit die Reaktion auf tatsächlich oder vermeintlich eingetretenes Versagen.

1.3 Unterscheidung von ähnlichen Konstrukten

Nicht alle Menschen, die soziale Situationen vermeiden sind schüchtern.

Eysenck (vgl. Jones & Briggs, 1984, S.93-107) unterscheidet zwischen *Introversion* und *Schüchternheit*. Unter *introvertierter sozialer Schüchternheit* versteht man Menschen, die es bevorzugen alleine zu sein, jedoch generell keine Schwierigkeiten mit sozialer Interaktion haben, wenn sich diese als notwendig oder zu ihrem Vorteil herausstellt. Diese wird klar unterschieden von der *neurotischen sozialen* Schüchternheit. Betroffene sind einsam und fühlen sich anderen gegenüber inadäquat.

Cheek und Buss (1981, S.330-339) unterscheiden zwischen Ungeselligkeit und Schüchternheit. *Gesellige* Menschen sind lieber mit anderen zusammen als alleine, während ungesellige Menschen soziale Situationen eher meiden und nur gering ausgeprägte soziale Annäherungsbedürfnisse haben.

Schüchternheit wird ähnlich wie bei Eysenck als Spannung und Hemmung in Anwesenheit anderer verstanden. Die Annäherungs- und Vermeidungsmotive sind hier ähnlich stark ausgeprägt. Cheek und Buss (1981) konnten in ihrer Untersuchung nachweisen, dass Schüchternheit nicht als geringes Geselligkeitsbedürfnis zu verstehen ist, sondern dass beide Faktoren unabhängig voneinander gesehen werden müssen, die durchaus nebeneinander bestehen können. Es gibt durchaus schüchterne Personen, die stark motiviert sind mit anderen in Kontakt zu treten, aber zu schüchtern sind sich in das soziale Geschehen zu mischen. Der Konflikt zwischen dem Affiliationsbedürfnis (Suche nach Unterstützung durch andere Personen) und dem nicht möglichen adäquaten sozialen Verhalten, macht diese Personen noch angespannter. Für diese Menschen bietet das Medium Internet ganz neue Möglichkeiten, andere auf entspanntem Weg kennen zu lernen und neue soziale Kontakte aufzubauen. Ob Schüchterne diese Möglichkeit auch vermehrt nutzen, soll meine Studie zeigen.

Asendorpf (1989, S.35) zeigt vier Persönlichkeitstypen, die sich durch ihre unterschiedlich ausgeprägten Annäherungs- und Vermeidungsbedürfnisse voneinander unterscheiden. Während bei normalen nicht schüchternen Personen gewöhnlich die Annäherungsmotive stärker ausgeprägt sind als die Vermeidungsmotive, sind beim Schüchternen beide Faktoren ungefähr gleich stark ausgebildet. Auch beim Ungezelligen halten sich beide Motive die Waage, sind aber um einiges schwächer als beim Schüchternen. Beim Vermeider überwiegt das Vermeidungsmotiv, diese Personen vermeiden soziale Situationen wenn möglich ganz, ihr Annäherungsmotiv ist nur ganz gering ausgeprägt.

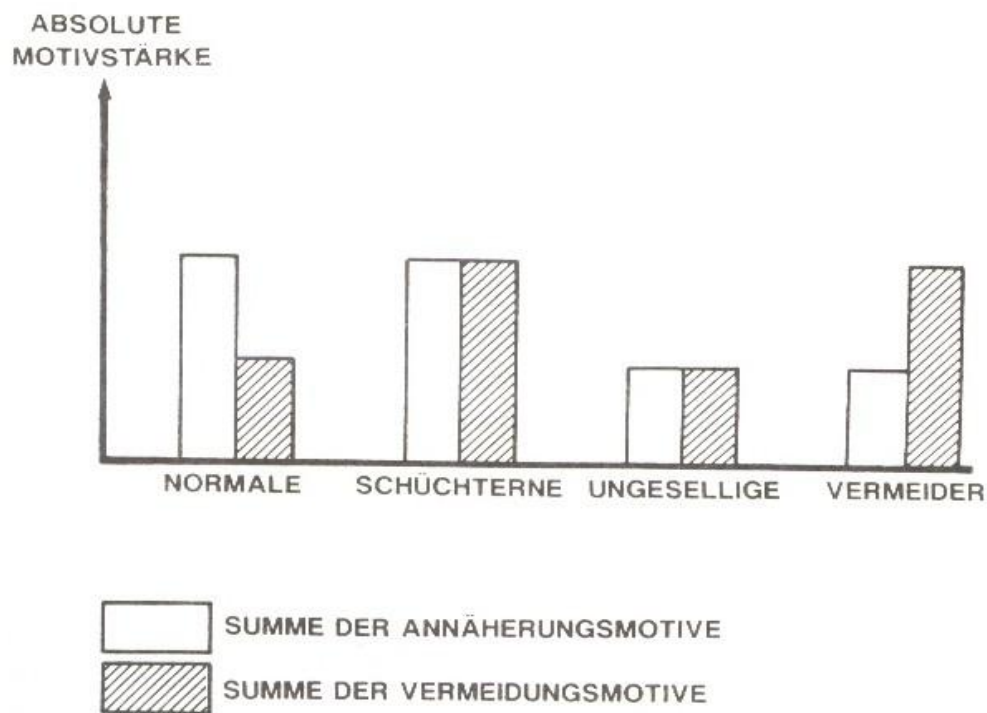


Abbildung 1: Charakterisierung von vier Persönlichkeitstypen durch die absolute Stärke des sozialen Annäherungs- und Vermeidungsbedürfnisses.

Ein Studie von Asendorpf (für nähere Beschreibung der Studie siehe Asendorpf 1989, S.184ff) zeigt, dass ein positiver Zusammenhang zwischen dispositonaler Schüchternheit und dem sozialen Bedürfnis nach Nähe, Sicherheit und Geborgenheit besteht. „Schüchterne Personen haben ein unterdurchschnittliches soziales Interesse, aber ein überdurchschnittliches Bedürfnis nach mehr Nähe und Anerkennung“. (Asendorpf 1989, S.254). Es besteht außerdem ein negativer Zusammenhang mit dem Bedürfnis nach oberflächlichem Kontakt. Jones und

Carpenter (1986, S.227-238) fanden heraus, dass wenn das Bedürfnis nach nahen, intimen Beziehungen mit einbezogen wird, das soziale Annäherungsbedürfnis tatsächlich unabhängig von dispositionaler Schüchternheit zu sein scheint.

Im Rahmen meiner Diplomarbeit werde ich untersuchen, ob schüchternen Personen andere Dinge bei der Partnerwahl wichtig sind als nicht schüchternen Personen. Es soll auch untersucht werden, ob Schüchterne im Internet häufiger feste Beziehungen suchen und weniger häufig andere, oberflächlichere Kontaktformen.

1.4 Entstehung von Schüchternheit und sozialer Gehemmtheit

1.4.1 Psychologische Erklärung der Ursachen für Schüchternheit

Um die Ursachen für Schüchternheit herausfinden zu können, kann man das Konzept von Gray zur Entstehung von sozialer Gehemmtheit zu Hilfe nehmen. Nach Gray (1987, S.493-509) lassen sich drei Verhaltensweisen unterscheiden, die in Situationen in denen man sich schüchtern fühlt eine Rolle spielen.

Ein *Angriff/Flucht-System*, das die Reaktion auf unkonditionierte Gefahrenreize organisiert. Weiters ein *Verhaltenshemmungs-System*, das die Reaktion auf Reize organisiert, die unkonditionierte Gefahrenreize signalisieren. Und schließlich ein *Verhaltensaktivierungs-System*, das die Reaktion auf Reize organisiert, die unkonditionierte Belohnungsreize signalisieren.

Ängstliche Vermeidung ist die aktive Vermeidung konditionierter Reize durch das Verhaltensaktivierungs-System, indem das Verhalten im Verlauf des Lernprozesses unter die Kontrolle von Sicherheitssignalen (safety cues) gerät.

Die passive Vermeidung hingegen wird durch das Verhaltenshemmungssystem aktiviert. Gray unterscheidet hier 3 Formen der passiven Vermeidung. Dazu gehört die *Hemmung durch konditionierte Strafreize*, die *Hemmung durch konditionierte Reize für frustrierende Nichtbelohnung*, das heißt Hemmung durch erwartetes Ausbleiben von Belohnung und *Hemmung durch die Unbekanntheit von Reizen*. Diese Hemmung setzt nicht reflexartig ein, sondern erfordert einen Vergleich der Reize mit Erfahrungen im Gedächtnis.

Situative Schüchternheit entsteht, wenn in sozialen Situationen soziales Annäherungsverhalten durch das Verhaltenshemmungs-System gehemmt wird. Schüchternes Verhalten ist demnach gehemmtes Verhalten. Die passive Vermeidung wird nicht willkürlich gesteuert und ist meist begleitet von Angst.

Wer überlegt ob er etwas aus freiem Entschluss tun oder unterlassen soll, ist demnach nicht schüchtern. (Gray 1987, nach Asendorpf 1989, S.41)

1.4.2 Entwicklung der sozialen Hemmung

Soziale Hemmung entwickelt sich oft aus Fremdenangst, die bei Kindern in Form von Fremdeln im achten Lebensmonat auftritt. Fremdeln ist eine der frühesten Angstformen überhaupt und die früheste soziale Angst, die aber meistens nur kurz andauert. Fremdeln ist eine universelle Reaktion gegenüber fremden Erwachsenen, die im Alter von cirka 8 Monaten beginnt und einige Wochen bis zu einigen Monaten deutlich bemerkbar ist. In der zweiten Hälfte des zweiten Lebensjahres tritt eine spontane, selbstaufmerksame Bewertungsangst auf. (Kagan 1981, nach Asendorpf 1989, S.61f) In diesem Altersbereich übernehmen Kinder erstmals Verhaltensstandards von Erwachsenen, zeigen Stolz und Scham beim Gelingen/Misslingen von Aufgaben, können sich verbal über das eigene Handeln äußern, können außerdem Aufforderungen an Erwachsene richten ihr Verhalten zu ändern und beginnen vermehrt parallel und interaktiv mit Gleichaltrigen zu spielen.

Das Kind beginnt zu verstehen was andere fühlen, wünschen und wollen, insbesondere was sie ihm gegenüber fühlen und was sie von ihm wollen. Zu einer bewussten selbstaufmerksamen Bewertungsangst, verbunden mit öffentlicher Selbstaufmerksamkeit kommt es cirka ab dem 4. Lebensjahr. Diese Bewertungsangst steigert sich vorübergehend während der Pubertät.

Die Zweifaktorentheorie sozialer Hemmungen wird wie folgt beschrieben: (Asendorpf, 1989, S.64)

Auslösung	Erste Form	Zweite Form
<i>Fremdheit von Partnern</i>	<i>Fremdeln, primär gegenüber fremder Erwachsener</i>	<i>Hemmungen gegenüber fremden Erwachsenen und Kindern aus Unsicherheit über deren Erwartungen</i>
<i>Bestrafung, Verbote</i>	<i>Konditionierte Hemmung</i>	<i>Hemmung aus Unsicherheit über Erfüllung der Verbote</i>
<i>Frustrierende Nichtbelohnung</i>	<i>Konditionierte Hemmung</i>	<i>Hemmung aus Unsicherheit über Belohnung durch Andere</i>

Zunächst lösen relativ stereotype Eigenschaften von Personen Fremdeln aus, darüber hinaus können Hemmungen klassisch konditioniert werden auf Signale für Bestrafung oder frustrierte Nichtbelohnung.

Später wird die Hemmung durch komplexe Situationsbewertungen ausgelöst: Unsicherheit über die Erwartungen und das Verhalten anderer, über das Erfüllen von Verboten oder das Erreichen von Belohnungen. Diese Situationsbewertungen laufen komplett spontan ab. Erst mit der Entwicklung der Perspektivenübernahme und des sozialen Selbst wird eine bewusste Form der Bewertungsangst erworben. Aus der Unsicherheit über Bestrafung wird nun die komplexere Form der Unsicherheit über negative soziale Bewertung, aus der Unsicherheit über frustrierende Nichtbelohnung wird die Unsicherheit über eine unzureichende soziale Bewertung. Diese am höchsten entwickelte Form der sozialen Hemmung lässt sich im Rahmen des Selbstdarstellungsansatzes von Leary und Schlenker (Leary und Schlenker 1981, S.335-358) beschreiben:

„Soziale Hemmung entsteht, wenn jemand motiviert ist, bei anderen einen bestimmten Eindruck zu machen, sich aber unsicher ist, ob er das auch erreichen wird.“ Aber auch die beiden früheren Formen der sozialen Hemmung bleiben weiter bestehen.

1.4.3 Untersuchung zur angeborenen Schüchternheit

In einem Artikel in wissenschaft.de (20.6.2003 Andreas Wawrzinek) geht Andreas Wawrzinek der Frage nach, ob Schüchternheit und ängstliches Verhalten angeboren sind.

Amerikanische Wissenschaftler haben die Hirnaktivität Erwachsener beobachtet, die bereits als Kleinkinder von einem Psychologen auf ihre sozialen Ängste hin untersucht worden waren. Waren die Testpersonen als Kinder schüchtern, zeigten sie auch als Erwachsene noch verstärkte Aktivitäten in einem Angstzentrum des Gehirns, berichten die Wissenschaftler im Fachmagazin "Science" (Bd. 300, S. 1952). Der Psychologe Carl Schwartz von der Harvard-Universität und seine Kollegen präsentierten den Testpersonen, die alle um die 21 Jahre alt waren, unbekannte Gesichter. Währenddessen zeichneten sie mit einem bildgebenden Verfahren die Hirnaktivitäten der Probanden auf. Die Testpersonen waren als Kinder von dem Harvard-Forscher Jerome Kagan untersucht worden, der auch an der neuen Studie wieder teilnahm. Abweichende Hirnaktivitäten zeigten sich unter

anderem im so genannten Mandelkern, der Furcht- und Schreckreaktionen des Gehirns organisiert. Die Hirnregion war bei der Präsentation der Gesichter meist ruhig, wenn die Testpersonen schon als Kinder keine Angst vor Unbekannten hatten. Waren die Untersuchten jedoch bereits als Kind schüchtern, war der Mandelkern bei der neuen Untersuchung deutlich aktiver. Für die Forscher ist dies ein Hinweis, dass soziale Ängste angeboren sein können und einen Menschen unter Umständen ein Leben lang belasten. Unklar sei jedoch, ob die Aktivität des Mandelkerns die Ursache der Ängste ist, oder vielmehr die Folge unterschiedlicher Temperamente. Die Ursachen der Schüchternheit sind noch nicht klar erwiesen. Hier bedarf es noch einiges mehr an Forschung.

1.5 Zusammenfassung und Bedeutung für meine Arbeit

Zusammenfassend ist zu sagen, dass sich Schüchternheit am häufigsten in sozialen Situationen bemerkbar macht. Die meisten Menschen haben sich schon ein oder mehrmals im Leben schüchtern gefühlt. Durch Schüchternheit wird die Kontaktaufnahme zu anderen Menschen erschwert, was besonders in der Partnersuche zu einem Problem werden kann. In meiner Arbeit stelle ich die Frage, ob es für schüchterne Menschen leichter ist im Internet einen Partner zu finden, da die Kontaktaufnahme hier eher anonym und ohne Stress erfolgen kann. Außerdem werde ich untersuchen, ob für schüchterne Menschen andere Merkmale ihres Partners wichtig sind als für nicht schüchterne Personen. Weiters interessiert mich, ob es Unterschiede im Selbstdarstellungsverhalten und im Selbstwert zwischen schüchternen und nicht schüchternen Personen gibt. Auf den Selbstwert gehe ich im folgenden Kapitel näher ein.

2 Selbstwert

In meiner Arbeit werde ich untersuchen, ob Personen mit hohem und Personen mit niedrigem Selbstwert sich in der Selbstdarstellung, den Ansprüchen an den Wunschpartner und den Erfolg bei der Partnersuche im Internet unterscheiden. Im folgenden Kapitel erkläre ich den Begriff Selbstwert und dessen Ursachen und werde seine Funktion für unser Handeln erläutern. Außerdem stelle ich einige Theorien vor, wie der Selbstwert sich auf die Partnersuche auswirken kann.

2.1 Definition des Selbstkonzepts

Mummendey sieht das Selbst als den Begriff von sich selbst, als Konzept von der eigenen Person, also als Selbstkonzept. (Mummendey, 1989 S.54)

Darunter versteht man die Gesamtheit der auf die eigene Person bezogenen Beurteilung. Diese Beurteilung oder Bewertung erfolgt anhand körperlicher oder psychologischer Merkmale, aus der Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft.

Nach Mummendey verfügt der Mensch in seinem Selbstbild über ein bestimmtes Ausmaß an Stabilität, die verhindert, dass durch die ständigen Bewertungen und Beurteilungen des gesellschaftlichen Umfeldes, das eigene Selbstbild ständig von neuem hinterfragt werden muss. (Mummendey, 1989 S.81) Aus sozial-psychologischer Sicht lässt sich das Selbst als Gesamtheit der auf die eigene Person bezogenen Inhalte samt der auf ihnen operierenden Prozesse auffassen. (Döring, 2003 S.326)

Das Selbstkonzept ist auch mit dem Selbstwertgefühl verbunden. Dieses entsteht aus der Summe aller verfügbaren situativen Selbstbewertungen, die aber auch wieder von Fremdbewertungen beeinflusst sind. Die Reaktionen anderer auf einen Selbst spielen bei der Entwicklung des eigenen Selbstbildes eine wichtige Rolle.

2.2 Der Selbstwert

2.2.1 Definition des Selbstwertes

Herkner definiert Selbstwert folgendermaßen: *„Unter Selbstwert versteht man die mehr oder weniger positive bzw. negative Beurteilung der eigene Person – also die Einstellung zu sich selbst.“* (zitiert nach Herkner 1994, S.221) Schachinger sieht den Selbstwert als Summe von (affektiv und kognitiv) bewerteten Selbstkonzepten.

„Selbstwert ist die Konsequenz der rationalen Einschätzung aller Verhaltensweisen, Eigenschaften und Merkmalen, die ein Mensch an sich selbst erkennt und die unser

Selbstkonzept beinhaltet. Es wird in der Regel davon ausgegangen, dass diese Selbsteinschätzungen auf sozialen Vergleichsprozessen beruhen“. (zitiert nach Schachinger, 2005, S.181)

Ein anderes Konzept setzt den Selbstwert mit einem bestimmten Maß an Selbstzufriedenheit gleich. James (1890, nach Schachinger, 2005 S. 182) berechnet den Selbstwert nach der Formel *Selbstwert = Erfolg / Präentionen*. Nach dieser Formel ergibt sich der Selbstwert also aus dem Erfolg (erreichtes Ergebnis) gebrochen durch die an sich selbst gestellten Ansprüche. Selbstwert als Zufriedenheit mit dem Erreichten bildet nach wie vor den vorherrschenden Forschungsansatz. (Schachinger, 2005 S.182)

Das hierarchische Konzeptmodell nimmt an, dass der Selbstwert aus verschiedenen, voneinander mehr oder weniger unabhängigen Komponenten besteht. Es werden vier Bereiche unterschieden: Die *intellektuelle, emotionale, soziale* und *physische* Selbsteinschätzung. Die einzelnen Komponenten werden durch kognitive Selbsteinschätzung beurteilt und bilden schließlich zusammen ein globales Selbstwertgefühl. (Fleming & Courtney, 1984, nach Schütz, 2000, S.6)

Ein anderes Konzept geht davon aus, dass der Selbstwert ein generelles Gefühl der Wertschätzung der eigenen Person darstellt, dem die einzelnen Selbstwertkomponenten untergeordnet sind. Spezifischen Attributen und Fähigkeiten einer Person fällt eine geringe Rolle zu, da es um die globale Einschätzung der eigenen Person geht und nicht um eine kognitive Beurteilung aller Bereiche. (Brown, 1993, nach Gypser 2005 S.8)

Ein globales Selbstwertgefühl wirkt sich auf die subjektive Wahrnehmung der einzelnen Fähigkeiten und Attribute in allen Bereichen aus. Menschen, die ein positives globales Selbstwertgefühl haben, schätzen auch ihre Fähigkeiten und Qualitäten positiver ein als Menschen mit einem negativen Selbstwertgefühl. Personen mit einem hohen globalen Selbstwert können negatives Feedback in spezifischen Bereichen akzeptieren. Sie sind fähig, konstruktive Kritik anzunehmen, weil ihr allgemeines Selbstwertgefühl intakt ist. Den Einfluss des negativen Feedbacks minimieren sie durch diverse kognitive Strategien. Zum Beispiel wird die Wichtigkeit des kritisierten Bereichs reduziert, die Ursache für das Versagen wird außerhalb der eigenen Person gesucht, die Stärken in anderen Bereichen werden hervorgehoben, die Überlegenheit über andere wird betont. Menschen mit einem

niedrigen globalen Selbstwert verwenden diese Strategien weniger oder gar nicht und werden dadurch auch von geringfügiger Kritik übermäßig stark getroffen.

(Bernichon, Cook und Brown, 2003)

Man unterscheidet weiter zwischen State-Selbstwert, als momentanen, von der Situation abhängigen Selbstwert und Trait-Selbstwert, als globalen von der Situation unabhängigen Selbstwert.

2.2.2 Ursachen des Selbstwertgefühls

Da das Selbstwertgefühl in der Bewertung selbstbezogenen Wissens fundiert ist, kommen als Quellen alle Ursprünge selbstbezogenen Wissens in Frage. Als Informationsquelle für die Selbstbewertung können Selbstwahrnehmung, soziale Rückmeldung und soziale Vergleiche dienen. (Schütz, 2000, S.59) In einer Studie von Schwalbe und Staples (1991, nach Schütz, 2000) wurden die drei oben genannten Quellen wie folgt operationalisiert:

- a) Soziale Rückmeldung: „Having your co-workers recognize that you have done a good job.“
- b) Selbstwahrnehmung: “Solving a challenging problem.”
- c) Sozialer Vergleich: “Doing a better job than someone else at something that is important to you.”

Selbstwertkonzept und Selbstwertgefühl haben wichtige soziale Komponenten. Das Selbstwertgefühl ist laut Leary et al. (1995, nach Schütz 2000) ein wichtiger Indikator dafür, wie stark eine Person in ihrer sozialen Umgebung geschätzt und anerkannt wird.

Für die Entstehung, bzw. Aufrechterhaltung des Selbstwertgefühls spielt auch eine Rolle, ob die Orientierung an inneren (privaten) oder äußeren (sozialen) Standards erfolgt. *„Wer sich primär an inneren Standards orientiert, will seine eigenen Ansprüche erfüllen. (...) Er hat bestimmte Ziele und verfolgt diese konsequent – auch wenn er damit vielleicht den Unmut anderer Menschen weckt.“* (zitiert nach Herkner, 1994, S.227). *„Wer sich primär an äußeren Standards orientiert, will auf andere Menschen einen vorteilhaften Eindruck machen – es geht um die günstige Selbstdarstellung nach außen. Er will gelobt und bewundert werden.“* (Herkner, 1994, S.227) Es gibt natürlich auch Menschen die sich gleichzeitig an inneren und äußeren Standards orientieren.

Schachinger erwähnt als wichtigen Einflussfaktor auf das Selbstwertgefühl auch kulturelle Faktoren, wie das allgemeine kulturelle Umfeld und die darin vorherrschenden Werthaltungen und Normen. So steigen Wertigkeit, Akzeptanz und Anerkennung für eine Person, wenn diese in allgemein anerkannten Bereichen den geltenden Ansprüchen und Erwartungen gerecht wird. (Zum Beispiel in unserer Gesellschaft einen Job haben und nicht arbeitslos sein.)

Zu den wichtigsten sozialen Faktoren zählt Schachinger (2005) das familiäre Umfeld als wichtigste Vermittlerin von Normen und Wertmaßstäben, die als Messlatte für das eigene Selbstwertgefühl gelten. Ganz besonders wichtig für die Entwicklung des Selbstwerts sind Aufmerksamkeit, Anerkennung, Zuneigung und Liebe der Eltern und nahestehenden Bezugspersonen für das Kind. Andere relevante Bezugsgruppen sind mit zunehmendem Alter die Peer-Group (Gruppe der Gleichaltrigen), später auch das berufliche Umfeld (wo auch Faktoren wie Leistungsfähigkeit, Kompetenz, Effizienz, Macht, Einfluss, Einkommen und Vergleich mit Arbeitskollegen dazu kommen) und Freunde.

Außerdem spielen noch individuelle Faktoren in die Ausbildung des Selbstwerts hinein. Der Selbstwert ist auch maßgeblich davon abhängig inwieweit eine Person eigene Standards und Ziele zu erreichen vermag. Dies hängt wiederum davon ab, wie hoch die von der Person gesetzten Ziele sind, und wie realistisch eine Verwirklichung ist. Aber erst die Identifikation mit gemeinschaftlichen Werten, das Einfügen in ein größeres soziales Gefüge und die Übernahme von Verantwortung runden ein intaktes Selbstwertgefühl ab. (vgl. Breckler & Greenwald, 1986, nach Schachinger 2005 S.185)

Eine weitere Quelle des Selbstwertes ist nach Herkner die Identifizierung mit einer Gruppe, die man positiv bewertet. Dabei steigt der Selbstwert in dem Maß, in dem man bewunderten Gruppen angehört oder nahesteht. (Herkner, 1994, S.228)

Nach Herkner (2005 S.185) sind die 4 Quellen des Selbstwerts demnach:

- Positive Gefühle (diffuser Selbstwert)
- Erfüllung sozialer Standards (öffentlicher Selbstwert)
- Erfüllung innerer Standards (privater Selbstwert)
- Identifikation mit positiven Bezugsgruppen (kollektiver Selbstwert)

2.2.3 Funktionen des Selbstwerts

Es gibt in der Literatur drei prinzipielle Annahmen über den Selbstwert:

- Es besteht die Motivation den Selbstwert zu schützen
- Ein hoher Selbstwert bedeutet emotionales Wohlbefinden. Taylor und Brown (1988, nach Gypser 2005, S.10) nehmen an, dass ein hoher Selbstwert positive Gefühle auslöst und deshalb positiv verstärkend wirkt.
- Die Anhebung eines niedrigen Selbstwertes führt zu einer Verbesserung des emotionalen Wohlbefindens und bewirkt positive Verhaltensänderung.

Es gibt allerdings auch Kritik an diesen Postulaten. Zum Beispiel kann eine Selbstwerterhöhung mit negativen Konsequenzen verbunden sein, wie Realitätsverzerrung, Überheblichkeit und dem brechen sozialer Regeln und gesellschaftlicher Schranken. Versuche den Selbstwert zu erhalten können in Handlungen die anderen Personen schaden oder in selbstschädigende Handlungen durch Überschätzung münden. (Stucke, 2000, S.22)

Es konnte allerdings gezeigt werden (Diener & Diener, 1995, nach Schachinger, 2005, S.186), dass insbesondere im westlichen Kulturkreis Selbstwert eng mit allgemeiner Lebenszufriedenheit verbunden ist. Ist der Selbstwert intakt fühlt man sich wohl in seiner Haut, man ist mit sich und der Welt zufrieden. Ein extrem niedriger und/oder labiler Selbstwert findet sich hingegen bei Personen mit schweren Depressionen und ernsthaften Selbstmordabsichten.

Eine weitere interessante Funktion des Selbstwerts, die auch für das Thema dieser Arbeit eine Rolle spielt wurde von Sedikides und Skowronski (2000, nach Schachinger 2005 S.185) angenommen. Sie vermuten in ihrem Aufsatz über die evolutionären Funktionen des Selbst, dass ein gewisses Maß an positivem Selbstwert für die Aufnahme von Reproduktionsaktivitäten notwendig sei. Ein positiver Selbstwert erhöhe die Anziehungskraft auf potentielle Partnerinnen, bzw. Partner und damit auch den Reproduktionserfolg. Ich werde in meiner Arbeit die Zusammenhänge zwischen hohem, bzw. niedrigem Selbstwert und Erfolg bei der Partnersuche über Kontaktanzeigen im Internet näher untersuchen.

2.2.4 Selbstwert und Partnersuche

Angst vor möglicher Zurückweisung verhindert insbesondere bei Personen mit einem labilen oder niedrigen Selbstwertgefühl die Annäherung an einen potentiellen Intimpartner. Soziale Ablehnung stellt eine starke Belastung für den Selbstwert dar und schon die Vorwegnahme einer Abweisung wird in der Regel als große Selbstwertbedrohung erlebt, gegen die man den ohnehin labilen Selbstwert besonders schützen muss. In der Anfangsphase einer Paarbeziehung kann ein innerer Konflikt zwischen Annäherungstendenzen, getragen vom Wunsch nach liebender Zuwendung, und Vermeidungsverhalten aus Angst vor einer Zurückweisung entstehen. (vgl. Murray & Holmes, 2000, nach Schachinger, 2005, S.70)

So beginnen zurückweisungssensible Personen oft erst dann, sich vermehrt auf einen potentiellen Partner einzulassen, wenn sie sich einigermaßen sicher fühlen, dass ihre Gefühle auch erwidert werden. Daraus kann sich die ungünstige Konstellation ergeben, dass beide auf eindeutige Zeichen der Zuneigung des jeweils anderen warten – unter Umständen sogar vergeblich. Menschen mit einem stabilen und angemessen hohen Selbstwertgefühl nehmen dagegen eher Anzeichen von Akzeptanz und Zuwendung als Signale der Ablehnung wahr. Sie können auch eher das Risiko eingehen durch Zurückweisung verletzt zu werden, weil sie sich trotzdem liebenswert fühlen. (Schachinger, 2005 S.70)

Dieser Faktor sollte auch bei der Online-Kontaktsuche eine Rolle spielen. Es besteht aber die Möglichkeit, dass Personen mit niedrigem Selbstwert über Kontaktanzeigen im Internet eher die Möglichkeit haben einen potentiellen Partner zu kontaktieren, da online die Zurückweisung meist weniger stark bewertet wird, als in einem Direktkontakt.

Ob Personen mit niedrigem Selbstwert davon ausgehen online eher einen Partner zu finden, möchte ich mit Hilfe meines Fragebogens untersuchen.

Es gibt auch Unterschiede bei der Partnerwahl zwischen Menschen, die sich nach inneren oder nach äußeren Standards orientieren. (Nähere Informationen zu inneren und äußeren Standards siehe Unterkapitel: Ursachen des Selbstwertes) *„Bei Außenorientierung ist das Aussehen des Partners entscheidend – man will vor allem andere mit einem gutaussehenden Partner beeindrucken, auch wenn man sich nicht immer mit ihm versteht. Bei Innenorientierung geht es um*

Persönlichkeitseigenschaften und Ansichten des Partners; das Aussehen ist nicht so wichtig – es geht um Übereinstimmung mit dem Partner, nicht um vorteilhafte Selbstdarstellung.“ (zitiert nach Herkner, 1994, S.227)

Eine weitere Frage, die ich mit dieser Studie beantworten möchte, ist, ob Personen mit niedrigem Selbstwert, sich selbst ungünstiger darstellen, als Personen mit hohem Selbstwert.

In einer Studie von Schütz & Tice (1997, nach Schütz 2000, S.85) wurden Versuchsteilnehmerinnen aufgefordert, die persönlichen Eigenheiten zu nennen, auf die sie am meisten stolz waren. Personen mit hohem Selbstwert sprachen häufiger individuelle Fähigkeiten an, Personen mit niedrigem Selbstwert häufig soziales und altruistisches Verhalten. Insgesamt deuteten die Ergebnisse darauf hin, dass hohes Selbstwertgefühl verbunden ist mit der Betonung von Kompetenz und dem Bestreben zu beeindrucken. Niedriges Selbstwertgefühl dagegen ist assoziiert mit sozialem, altruistischen Verhaltensweisen und Bemühungen, Sympathien zu gewinnen. Personen mit hohem Selbstwert sind nach Schütz (2005, S.86) überzeugt davon, von anderen geschätzt zu werden und riskieren es, durch Kritik anzuecken. Personen mit niedrigem Selbstwert sind hingegen bemüht darum, akzeptiert zu werden und verhalten sich verbindlich und freundlich. Ob Personen mit niedrigem Selbstwert sich selbst in Kontaktanzeigen auch eher altruistische und soziale Eigenschaften zuschreiben würden, ist Teil meiner Studie.

2.3 Zusammenfassung und Bedeutung für meine Arbeit

Zusammenfassend kann man sagen, dass der Selbstwert ein wichtiger Faktor für die eigene Zufriedenheit mit sich selbst und der Interaktion mit seiner Umwelt ist.

Auch bei der Partnersuche spielt der Selbstwert eine Rolle. Personen mit niedrigem Selbstwert leiden häufig unter Angst vor Zurückweisung, da soziale Abweisung eine massive Bedrohung, des ohnehin schon schwachen Selbstwertgefühls darstellt.

Daher haben Personen mit niedrigem Selbstwert oft Probleme mit potentiellen Partner Kontakt aufzunehmen, da sie eine negative Reaktion darauf befürchten.

In meiner Arbeit werden Personen mit hohem und Personen mit niedrigem Selbstwert verglichen. Es wird die Frage gestellt, ob es Unterschiede in der Wichtigkeit bestimmter Kriterien (Aussehen, Status, Eigenschaften) beim Wunschpartner gibt. Außerdem werde ich herausfinden, ob Personen mit niedrigem Selbstwert ihre Chance einen Partner zu finden eher im Internet sehen als beim Weggehen in einem Lokal. Da im Internet ein anonymer Rahmen gegeben ist, sollte es hier für Menschen mit niedrigem Selbstwert leichter sein, die Angst vor Zurückweisung zu überwinden.

Weiters wird das Selbstdarstellungsverhalten von Personen mit hohem und niedrigem Selbstwert verglichen.

Damit komme ich gleich zum nächsten Kapitel, der Selbstdarstellung.

3 Selbstdarstellung

Mit Hilfe meines Fragebogens werde ich untersuchen, ob es Unterschiede in der Selbstdarstellung zwischen schüchternen und nicht schüchternen Personen, Personen unterschiedlichen Selbstwerts und zwischen Männern und Frauen gibt. Im folgenden Kapitel wird erklärt was Selbstdarstellung bedeutet, in welchen Situationen sie eingesetzt wird und welche Selbstdarstellungstechniken bekannt sind.

3.1. Theorien zur Selbstdarstellung

In der Theorie der Selbstdarstellung, bzw. Impression Management wird von der Annahme ausgegangen, dass Personen den Eindruck, den andere von ihnen gewinnen sollen, aktiv zu steuern und zu kontrollieren versuchen. (Mummendey, 1989) Es wird angenommen, dass der Selbstdarsteller, bzw. die Selbstdarstellerin in der Regel bestimmte (eigennützige) Ziele und Absichten verfolgt, die er bzw. sie mit dem selbstdarstellerischen Verhalten erreichen will. Häufig wird versucht einen positiven Eindruck auf (wichtige) andere Personen zu machen, um deren Anerkennung und Akzeptanz zu gewinnen. (Schachinger, 2005 S.61)

In der Selbstdarstellungsforschung gibt es sieben Faktoren, die Einfluss auf die Selbstdarstellung haben.

Hierzu gehören:

- Öffentlichkeit: Selbstdarstellung braucht eine Öffentlichkeit sodass das Verhalten beobachtbar ist, bzw. bekannt werden kann.
- Adressat: Erfolgreiche Selbstdarstellung muss auf die Erwartungen und Interpretationsmöglichkeiten des Publikums abgestimmt sein.
- Art der Beziehung: Je intensiver und länger der Kontakt ist, umso besser kann die Selbstdarstellung auf das Publikum abgestimmt sein.
- Intention: Das angestrebte Ziel beeinflusst maßgeblich die Auswahl einer konkreten Selbstdarstellungstaktik
- Inhalte: Die Ziele der Selbstdarstellung können sich auf unterschiedliche Inhalte beziehen.
- Selbstaufmerksamkeit: Selbstdarstellung ist auch davon abhängig, wie stark man sich bewusst macht, von anderen Menschen beobachtet und beurteilt zu werden.

- Selbstwirksamkeit: Die Überzeugung einen gewünschten Eindruck erfolgreich erzeugt zu haben.

3.2. Selbstdarstellungsverhalten

Es gibt verschiedene Techniken der Selbstdarstellung (Impression Management). Die wichtigsten davon werde ich hier kurz vorstellen. (Mummendey, 1989, S.140 ff)

„Positive“ Selbstdarstellungstechniken:

- Eigenwerbung oder Self-Promotion: Damit wird der Versuch bezeichnet sich selbst in ein möglichst positives Licht zu stellen und die eigenen Vorzüge hervorzuheben. Das kann sich zum Beispiel durch Zeigen von Kompetenz, Intelligenz und Sachverständnis äußern. Das vorrangige Ziel der Self-Promotion ist aber nicht persönliche Beliebtheit, sondern die Anerkennung von eigenen Fähigkeiten und Leistungen.
- Hohes Selbstwertgefühl (Self-Enhancement): Hierbei stellt man sich positiver dar, als es den Tatsachen entspricht oder stellt überwundene Schwierigkeiten schlimmer dar als sie tatsächlich waren. Diese Tendenz sich kurzfristig besser darzustellen als man vielleicht ist, oder eigene Vorzüge zu übertreiben, ist oft auch sozial erwünscht, zum Beispiel bei Bewerbungsgesprächen. Wenn diese Selbstdarstellungstechnik allerdings übertrieben wird, spricht man von Overstatement oder Angeberei, welche im Alltag weniger positiv besetzt ist.
- Kompetenz und Expertentum (Competence, Expertise): Sich selbst Kompetenz oder Fachkompetenz zuzuschreiben und dies auch nach außen zu präsentieren, ist eine in fast allen Bereichen des gesellschaftlichen Lebens gut zu beobachtende Technik der Selbstkonstruktion oder der positiven Imageproduktion. (Whitehead & Smith, 1986, nach Mummendey, 1995. S.147)
- Attraktivität herausstellen: Unter Attraktivität werden hier nicht nur körperliche Merkmale verstanden, sondern auch andere positiv bewertete Merkmale eines Menschen. Diese Technik zielt darauf ab Beliebtheit und Sympathie zu erlangen um für andere attraktiv zu sein. Dazu können unterschiedliche Mittel angewandt werden, zum Beispiel das Anpassen und Zustimmung einer Person, um von ihr gemocht zu werden oder sich dümmer stellen, um der Intelligenz des anderen zu schmeicheln und so attraktiver zu erscheinen.
Bei der Online-Partnersuche ist es vorteilhaft sich ein attraktives Image zu schaffen, um eine hohe Erfolgsquote zu erreichen. Dabei geht es darum,

gekonnt das richtige Maß an persönlicher Attraktivität zu präsentieren, denn ein Zuviel kann durchaus auch hinderlich sein.

- Offenheit (Self-Disclosure): Anderen Einblicke ins Innere der eigenen Person gewähren. Bei dieser Strategie gibt man sich selbst vertrauensselig und offen, bis hin zu intimen Details. Allgemein wird man als sympathischer wahrgenommen, wenn man offen auf andere zugeht und auch bereit ist, etwas über sich zu erzählen. Als Gegenleistung kann man oft auch ein Öffnen des Interaktionspartners erreichen.

Auch bei der Partnersuche im Internet kann das Hervorkehren von Offenheit dazu führen, dass das Gegenüber rascher Vertrauen gewinnt und sich selbst auch öffnet. Das Ausmaß an Öffnungsbereitschaft gilt auch als Ausdruck von Vertrauenswürdigkeit und lässt sich somit zur Selbstpräsentation von Vertrauenswürdigkeit instrumentalisieren.

- Sich beliebt machen, schmeicheln (Ingratiation, Oother-Enhancement): Dieses Vorgehen zielt darauf ab, die Sympathie des Interaktionspartners zu gewinnen. Besonders erfolgreich ist die Taktik, sich so zu verhalten, als stimme man mit den Werthaltungen, Einstellungen und Meinungen der Person, für die man sich interessiert, vollständig oder zumindest in einem hohen Maß überein. Der Wahrheitsgehalt dessen, kann besonders bei Online Bekanntschaften ohne Face-to-Face Kontakt oft schwer überprüft werden. Erst bei näherem Kennenlernen kann die Meinungskonformität genauer verglichen werden.
- Hohes Selbstwertgefühl herausstellen, bzw. übertreiben (Self-Enhancement, Overstatement): Unrealistisch hohes Selbstwertgefühl wird zur Schau getragen und die Darstellung eigener Vorzüge wird übertrieben. Ziel ist es attraktiver auszusehen. Anders könnte man diese Strategie auch Angeberei nennen.
- Status und Prestige: Hier wird nach außen durch Kleidung, Schmuck, Fahrzeug und andere Statussymbole der Eindruck von etwas Besonderem erweckt. Diese Symbole sollen zeigen wie viel Macht, Einfluss und Reichtum der Person zugeschrieben werden kann.

Neben diesen positiven Selbstdarstellungstechniken gibt es auch „negative“ Techniken der Selbstdarstellung. Sich selbst negativ darzustellen bezeichnet man

auch als Self-Handicapping. Diese Taktik besteht darin, sich selbst eine Behinderung oder einen Makel zuzuschreiben, sodass man für sein Verhalten nicht vollständig verantwortlich gemacht werden kann.

In meiner Arbeit wird auch untersucht, ob es bei der Online Partnersuche sinnvoll ist sich selbst negativ darzustellen, bzw. negative Attribute in der Online Anzeige anzuführen.

Zur „negativen“ Selbstdarstellung gehören zum Beispiel:

- Entschuldigen, Abstreiten von Verantwortlichkeit, Rechtfertigen
- Widerrufen, vorsorgliches Abschwächen
- Sich als unvollkommen darstellen
- Hilfsbedürftig erscheinen
- Understatement, taktisch betriebene Untertreibung eigener Fähigkeiten und Leistungen, wobei darauf spekuliert wird, dass dieses Untertreiben nicht ernst genommen wird, oder sogar positive Komplimente auslöst.
- Bedrohen, Einschüchtern
- Abwerten anderer um die eigene Leistung zu erhöhen.

Jede dieser Techniken kann einerseits in einer normalen, eher unbewussten Form auftreten und den Beteiligten kaum auffallen, andererseits kommt es aber auch vor, dass sie bewusst angewendet werden, um gezielt Vorteile zu erreichen. Manchmal erfolgt dieses Selbstdarstellungsverhalten allerdings so übertrieben, dass es einen gegenteiligen, nämlich negativen Eindruck erzeugt. Für die Wirksamkeit jeder einzelnen Impression-Management-Technik ist ausschlaggebend, ob es der betreffenden Person gelingt, die Erwartungen seiner Interaktionspartner zu erkennen und richtig zu deuten. Damit kann sie sich so verhalten, wie es von ihr erwartet wird, und sie kann einen positiven Eindruck erzeugen. (Mummendey, 1989, S.167)

Auch die Theorie von Tedeschi et al (Tedeschi und Lindskold, 1976, Tedeschi, 1981, Tedeschi und Melburg, 1984, zitiert nach Lee et al, 1999), basiert auf 2 verschiedenen Selbstdarstellungstechniken. Einerseits die Gruppe der defensiven Selbstdarstellungstechniken und andererseits die Gruppe der assertiven, also bestimmenden Selbstdarstellungstechniken. Während assertive Techniken dazu dienen die eigene Identität zu entwickeln und zu kreieren, dienen defensive Techniken dazu die Identität zu verteidigen, bzw. wieder herzustellen, wenn sie

angegriffen wurde. Einer Studie von Deaux (1977) zufolge (vergleiche Lee, 1999, S.705) wenden Männer eher assertive Techniken an, um sich anderen zu präsentieren, während Frauen dazu tendieren eher defensive Techniken zu benutzen.

Zu den *defensiven* Techniken zählen (nach Lee, 1999, S.704ff):

- Excuse (Ausreden): Die Verantwortung durch Ausreden von sich weisen.
- Justification (Rechtfertigung): Die Verantwortung zwar eingestehen, aber Rechtfertigungen vortragen, warum Verhalten nicht anders möglich war.
- Disclaimer (Widerruf, Dimenti): Noch vor einer Handlung, bzw. einer negativen Beurteilung wird das Versagen gerechtfertigt.
- Self-handicapping (Selbstbehinderung): Sich selbst Hindernisse in den Weg legen, die mögliches negatives Verhalten, bzw. Versagen rechtfertigen werden.
- Apology (Entschuldigungen): Gleich Schuld und Reue zeigen und sich entschuldigen, noch vor der Beurteilung durch andere.

Zu den *assertiven* Techniken gehören:

- Ingratiation (Anbiederung): Anderen schmeicheln, oder Geschenke anbieten um von ihnen besser beurteilt, bzw. akzeptiert und gemocht zu werden.
- Intimidation (Einschüchterung): Andere einschüchtern, bzw. bedrohen um selbst „mächtig“ und „gefährlich“ zu wirken.
- Supplication (Flehen, Unterwürfigkeit): Sich selbst als schwach und hilfsbedürftig darstellen um von anderen Aufmerksamkeit und Hilfe zu erhalten.
- Entitlement (Anspruch): Eigene Leistungen übergebührend betonen und Anspruch auf Leistungen erheben, die gar nicht selbst verursacht wurden.
- Enhancement (Vergrößerung, Verstärkung): Eigene Leistungen übertreiben, die Wichtigkeit eigener Handlungen erhöhen.
- Blasting (Erscheinen, Strahlen): Andere Personen oder Gruppen schlecht machen, um selbst noch positiver dazustehen.
- Exemplifikation (Vorbild): Sich selbst als moralisches und rechtschaffenes Vorbild für andere darstellen.

Diese 12 Selbstdarstellungstechniken werden im von Lee entwickelten Selbstdarstellungsfragebogen verwendet, den ich auch für meine Studie herangezogen habe. Lee (1999, S.717) konnte in seiner Studie bestätigen, dass Männer eher assertive Techniken verwenden, während bei den defensiven Techniken keine Geschlechtsunterschiede gefunden werden konnten. Mit Hilfe meines Fragebogens werde ich auch herausfinden, ob dies auch für meine Stichprobe zutrifft.

3.3 Zusammenfassung und Bedeutung für meine Arbeit

Zusammengefasst kann man sagen, dass wir alle in der Interaktion mit anderen Menschen Selbstdarstellung betreiben. Das muss nicht immer bewusst oder beabsichtigt sein, Selbstdarstellung ist nicht notwendigerweise unauthentisches Verhalten. Oft ist die Identität, die jemand darstellen möchte, genau die Identität, von der die Person überzeugt ist, dass sie wirklich sie selbst repräsentiert. In meiner Studie werde ich überprüfen, ob es auch in meiner Stichprobe, das heißt bei Personen, die über eine Kontaktanzeige im Internet einen Partner suchen, Unterschiede in den Selbstdarstellungstechniken zwischen den Geschlechtern gibt. Außerdem interessiert mich, ob schüchterne Personen sich von nicht schüchternen im Selbstdarstellungsverhalten unterscheiden.

4 Modelle der Partnerwahl

In meiner Arbeit geht es um Partnersuche im Internet. Im folgenden Kapitel werde ich verschiedene Modelle der Partnerwahl vorstellen, Geschlechtsunterschiede in der Wahl des Partners aufzeigen und schließlich kurz etwas zur Partnersuche im Internet sagen.

Obwohl sehr viele Menschen in westlichen Gesellschaften in Singlehaushalten leben, besteht auch heute noch bei einem Großteil der Wunsch nach einer Partnerschaft.

Partnerschaften spielen bei der Befriedigung fundamentaler menschlicher Bedürfnisse, wie zum Beispiel Sexualität, gegenseitige Unterstützung und Kommunikation eine wichtige Rolle. (T. Klein 1991)

Die Wahl der Partnerin oder des Partners wird von vielen Faktoren beeinflusst:

- die eigenen Vorlieben und Vorstellungen
- die Vorstellungen der Eltern
- der eigene Partnermarktwert
- das vorhandene Geschlechterverhältnis
- die Erreichbarkeit von Partnern, die die gewünschten Qualitäten erfüllen
- die Art des Verheiraturungssystems einer Gesellschaft
- die Merkmale, die in einem bestimmten Zusammenhang wichtig sein können, wie zum Beispiel das Freizeitverhalten. (Grammer, 1998).

4.1 Modelle der Partnerwahl

Nach welchen Kriterien wählen wir unsere Partner aus? Welche Merkmale spielen bei der Partnerwahl eine Rolle? Auch diese Frage stelle ich in meiner Arbeit.

Partnerwahl bezeichnet einen zwischenmenschlichen Prozess mit dem Ziel, aus einer vorhandenen Population einen möglichst optimalen Partner zu bekommen.

Dieser Prozess schließt Kommunikation, Diskussion und die mögliche Entwicklung der Beziehung ein und kann nicht ausschließlich auf die Kompatibilität zweier Persönlichkeiten reduziert werden. (Duck & Miel, 1983)

Unter psychologischen Aspekten ist die Partnerwahl eine Handlung, die von bewussten und unbewussten Motiven beeinflusst wird. Welche Motive hierfür eine Rolle spielen, werde ich im Folgenden darstellen.

4.1.1 Genetischer Ansatz

Das Modell der indirekten Fitness (nach Weber, 2003, S.40) geht davon aus, dass Individuen das Überleben der eigenen Gene sichern wollen. Dieser Theorie zufolge werden Partner anhand ihrer genetischen Ähnlichkeit gewählt. (näheres bei Rushton & Nicholson 1988). Die Identifizierung erfolgt anhand phänotypischer Merkmale. Diese Theorie ist schwer zu überprüfen, da sich schwer sagen lässt, ob Anlage oder Umweltfaktoren für Ähnlichkeit verantwortlich sind.

4.1.2 Psychoanalytisches Modell

Im psychoanalytischen Modell wird ein Zusammenhang zwischen frühkindlichen Erfahrungen und späteren Verhaltensmustern angenommen.

Die Psychoanalyse geht davon aus, dass die frühe Gefühlsbindung, Auswirkungen auf die Partnerwahl im Erwachsenenalter hat. Besonders die phallische Phase ist hierfür ausschlaggebend. In dieser Phase ist das Kernproblem die Rivalität des Kindes mit dem gleichgeschlechtlichen Elternteil um die Gunst des anderen Elternteils. Es herrscht in dieser Phase eine hohe Ambivalenz der Gefühle gegenüber dem Konkurrenten, der geliebt und gleichzeitig gehasst wird. Die Auflösung des Ödipiskomplexes besteht in der Identifikation mit dem gleichgeschlechtlichen Elternteil.

Aus dem ödipalen Beziehungsmuster wurde die Annahme abgeleitet, dass Männer ihre zukünftige Partnerin nach dem Bild ihrer Mutter aussuchen und Frauen sich bei der Partnerwahl am Erscheinungsbild des Vaters orientieren. Diese Annahme wurde von Strauss (1964, nach Klein, 1991) geprüft und konnte nicht bestätigt werden.

Psychoanalytische Hypothesen sind aufgrund ihrer geringen Eindeutigkeit und fehlender psychometrischer Messinstrumente nur sehr eingeschränkt überprüfbar (nach R. Klein, 1991). Ein weiterer Kritikpunkt am psychoanalytischen Modell richtet sich dagegen, dass Partnerwahl und Paarbeziehungen im Erwachsenenalter immer unter dem Gesichtspunkt der Wiederholung früherer Kindheitserfahrungen gesehen werden. Es wird meist außer Acht gelassen, dass Erwachsene neue soziale Beziehungen eingehen, die sie sehr wohl auch positiv beeinflussen. Deswegen fordert Richter (1979), auch aktuelle Beziehungen mehr in das psychoanalytische Konzept einfließen zu lassen.

4.1.3 Komplementarität

Dieser Ansatz bezieht sich auf das Sprichwort, dass Gegensätze sich anziehen. Hier sind vor allem komplementär zueinander stehende Eigenschaften der Partner gemeint. Der hilflose, anlehnsbedürftige, schutzlose Partner sucht den zum Helfen Motivierten, der ihm Schutz und Halt gibt.

Winch (1958) versteht unter Komplementarität, die Wahl eines Partner der jene Eigenschaften besitzt, die man selbst nicht hat oder gerne hätte. Die Übereinstimmung von Werten und Interessen steht für ihn nur bei der Partnerwahl im Vordergrund, für die Beziehung selbst ist vor allem die wechselseitige Befriedigung von Bedürfnissen wesentlich. Winch geht in seiner Theorie der komplementären Bedürfnisse von zwei Einflussfaktoren bei der Partnerwahl aus:

- Angeborene und erlernte Bedürfnisse, ihre Struktur und ihre Befriedigung,
- Umwelteinflüsse, die Kultur in der ein Mensch lebt.

Aus allen potentiellen Partnern wird jener ausgewählt, von dem eine Person erwartet, dass er ihre Bedürfnisse (dazu gehören u.a. das Bedürfnis nach Erniedrigung, Leistung, Statussehnsucht, Statusstreben, Annäherung, Autonomie, Ehrerbietung, Dominanz, Feindseligkeit, Pflege, Anerkennung und Unterstützung) am besten befriedigen kann. Außerdem sind nach Winch (1958) die drei allgemeinen Eigenschaften: Angst, Emotionalität und stellvertretende Bedürfnisbefriedigung essentiell für die Partnerwahl. Die Auswahl des Partners erfolgt aufgrund komplementärer Bedürfnisse, das heißt, wenn ein Partner durch Ausleben seines Bedürfnisses das Bedürfnis des anderen Partners befriedigt.

Typ I Komplementarität besteht, wenn ein Bedürfnis bei einem Partner hoch, beim anderen niedrig ausgeprägt ist, zum Beispiel Dominanz.

Typ II Komplementarität ergibt sich aus sich ergänzenden Bedürfnissen, zum Beispiel wenn bei einem Partner das Bedürfnis besteht zu verwöhnen, beim anderen verwöhnt zu werden. (R. Klein 1991)

Willi (1975) beschreibt in seinem Kollusionskonzept, dass zwei Menschen aufgrund eines gleichartigen, unbewältigten Konflikts zusammenfinden. So kann der eine Partner das Bedürfnis nach Verwirklichung seiner Sehnsüchte in die Beziehung mit einbringen, und der andere die Motivation diese Sehnsüchte zu erfüllen.

Zum Beispiel findet eine Frau, die in der Kindheit, Fürsorge und Vertrauen vermisste, ihre Sehnsüchte in einem Partner erfüllt, der sie liebevoll umsorgt. Der Mann, der fortlaufend Entwertungen erleben musste, genießt es, dass seine Partnerin seine Fürsorge und Liebe wertschätzt und anerkennt. Jeder der Partner erhofft sich von der Beziehung eine Erlösung von seinem Grundkonflikt. Es besteht die Hoffnung mit dem Partner Defizite und Traumatisierungen aus der Kindheit auszugleichen.

Eine kollusive Verstrickung besteht immer aus einem regressiven und einem progressiven Part. Der regressive Partner verhält sich passiv, hilflos, fügsam, abhängig und bewundernd, der progressive Partner aktiv, hilfsbereit, autonom, führend und imponierend. Durch diese Beziehungskonstellation verhelfen sich die Partner zu neuen Lebenserfahrungen, die sich entwicklungsfördernd auswirken können. Jedoch birgt die Kollusion die Gefahr, dass das Verdrängte wiederkehrt und dass sich das Paar in Kullusion verstrickt.

Für Willi (1975) dient die Partnerwahl in frühen Jahren dazu, sich vom Elternhaus abzulösen. Bei der Partnerwahl in späteren Jahren steht die Auflösung von Verstrickungen vorangegangener Liebesbeziehungen im Vordergrund.

Ganz allgemein sieht er Partnerwahl immer unter dem Aspekt eine unbefriedigende Beziehungssituation hinter sich zu lassen.

4.1.4 Ähnlichkeit versus Gegensätzlichkeit

Ähnlichkeit ist bereits für die Entstehung von Sympathie bedeutsam. Personen, die der eigenen Person als ähnlich wahrgenommen werden, werden in der Regel positiver beurteilt als der eigenen Person unähnliche Menschen.

Partner sind sich häufig in vielen Merkmalen ähnlich. Dazu gehören zum Beispiel Alter, Bildungsniveau, sozioökonomischer Status, physische Attraktivität, Religionszugehörigkeit, ethnische Herkunft, Intelligenz, Gesundheit, Freizeitinteressen, Werthaltungen und Einstellungen. (nach R. Klein 1991)

Die Ähnlichkeit ist von Paar zu Paar unterschiedlich, weil die Zufriedenheit mit der Beziehung auch mit der persönlichen Wichtigkeit der ähnlichen, bzw. unähnlichen Merkmale abhängt. Leitner und Klion (1986) stellten fest, dass Personen Inhomogenität in für sie unbedeutsamen Bereichen eher tolerieren können.

Ähnlichkeit in den Interessen, Einstellungen und in der Persönlichkeit hängen positiv mit der Beziehungsqualität zusammen, wie groß der Zusammenhang ist, hängt vom Paar selbst und von den jeweiligen Merkmalen ab (Bierhoff und Grau 1999).

Eine Studie von Franzen und Hartmann (1999, S.190 ff) zeigte, dass zwischen den vom Partner gewünschten und den sich selbst zugeschriebenen Eigenschaften ein hoher Zusammenhang besteht. Beispielsweise wünschen sich gebildete Personen auch einen gebildeten Partner, auch bei Treue und Humor ergaben sich hohe Korrelationen.

Die Wahl eines sehr gegensätzlichen Partners ließe sich durch die Theorie der Komplementarität von Winch erklären. (Winch 1958) Es werden bevorzugt jene Partner gewählt, die wünschenswerte Eigenschaften besitzen, die die andere Person nicht besitzt. Diese Theorie konnte empirisch allerdings nicht bestätigt werden.

Allgemein ist auffallend, dass sozialpsychologische Untersuchungen die Ähnlichkeit der Partner bestätigen, tiefenpsychologische Untersuchungen hingegen die Unähnlichkeit. Dies lässt sich einerseits durch die Forschungsmethode erklären – die tiefenpsychologischen Studien beruhen hauptsächlich auf Einzelfallstudien – und andererseits durch die klinische Praxis – dort werden vorwiegend Menschen mit Beziehungsproblemen vorstellig. Es ist möglich, dass psychisch gesunde Menschen sich ihre Partner nach dem Ähnlichkeitsprinzip aussuchen, und Personen mit Beziehungsproblemen eher einen gegensätzlichen Partner wählen. Es kann aber auch sein, dass die Gegensätzlichkeit selbst eine Störung in der Beziehung hervorruft, mit denen die Partner dann in die Beratung kommen.

Ich werde in meiner Diplomarbeit auch der Frage nachgehen, ob schüchterne Menschen eher nach dem Prinzip der Ähnlichkeit schüchterne Partner suchen oder eher Partner, die sie ergänzen und weniger schüchtern sind.

4.1.5 Austauschtheoretische Ansätze (Equity Theorie):

Auch in der Austauschtheorie nach Thibaut und Kelley (1959) ist die wichtigste Determinante bei der Partnerwahl die Bedürfnisbefriedigung.

Equity (Ausgewogenheit) zwischen Personen ist dann gegeben, wenn der Quotient aus dem was erhalten wird, und dem was eingebracht (investiert) wird, bei allen Beteiligten gleich groß ist. (Lerner 1977). Wenn also das, was in eine Partnerschaft eingebracht wird (Kosten) dem entspricht, was man durch die Partnerschaft bekommt (Nutzen), wird die Beziehung als gerecht empfunden.

Zum Nutzen zählen in einer Liebesbeziehung zum Beispiel: geliebt werden, sexuelle Befriedigung, soziale Anerkennung, finanzielle Vorteile und positive Eigenschaften des Partners.

Kosten hingegen sind alle Anstrengungen, die durch die Partnerschaft entstehen, wie zum Beispiel Zeit, Energie und der Verzicht auf andere Partner.

Die Bewertung von Kosten und Nutzen erfolgt nie absolut, sondern es werden Vergleichsstandards in Beziehung gesetzt. Zum einen das interne Vergleichsniveau, welches sich aus dem Mittelwert aller früheren Interaktionsergebnisse und der beobachteten Interaktion zusammensetzt. Hier wird aus eigenen und fremden Erfahrungen ein persönliches Resümee gezogen. Zum anderen ist das Vergleichsniveau für Alternativen zu beachten. Der Nutzen der aus einer Beziehung resultiert, wird mit diesen beiden Vergleichswerten verglichen. Liegt der Nutzen über dem internen Vergleichsniveau, so ist eine Person zufrieden mit ihrer Beziehung. Liegt er darunter, ist sie unzufrieden.

Aus dem Vergleich zwischen der Attraktivität der besten Alternative und der Bewertung der aktuellen Beziehung ergibt sich, ob eine Person in einer Beziehung abhängig ist oder nicht. Wenn also die Person außerhalb der eignen Beziehung keine Alternativen sieht, steigert dies die Abhängigkeit vom aktuellen Beziehungspartner. Mit der Austauschtheorie lassen sich stabile aber unglückliche Paarbeziehungen erklären.

Lange Zeit wurden keine empirischen Untersuchungen zum Austauschmodell von Thibaut und Kelly durchgeführt. Erst 1983 wurde der Ansatz von Rusbult (1983) weiter entwickelt. Rusbult geht genauer auf die Faktoren ein, die entscheidend für die Bindung an eine Beziehung sind. Einer dieser Faktoren nennt Rusbult Investitionen.

Er unterscheidet zwischen zwei Arten von Investitionen:

Zum einen so genannte beziehungsintrinsische Elemente, das sind Investitionen die direkt in die Beziehung eingebracht werden. Dazu gehört die in die Beziehung investierte Zeit, Emotionen und dem Partner gegenüber geäußerte intime Informationen.

Zum anderen, die beziehungsextrinsischen Elemente, das sind jene Investitionen, die unmittelbar mit der Beziehung in Zusammenhang stehen.

Zum Beispiel gemeinsame Freunde, Erinnerungen und materielle Besitztümer, aber auch Aktivitäten und Ereignisse, die mit der Beziehung in besonderer Weise verknüpft sind.

Investitionen können sowohl kostspielig, als auch belohnend erlebt werden. Sie erhöhen die Bindung an eine Beziehung, da sie nicht ohne weiteres zurückgenommen werden können.

Hier zeigt sich der deutliche Unterschied zu Kosten und Belohnungen, die nach Beendigung einer Beziehung nicht so einen starken Wertverlust wie Investitionen nach sich ziehen, da Investitionen nicht mehr so ohne weiteres wieder abzuziehen sind.

Die Bindung an eine Beziehung ist also umso stärker, je zufriedener eine Person mit dieser ist, je größer die Investitionen sind und als je weniger attraktiv sich die Alternativen darstellen. Eine Alternative kann aus dem Grund unattraktiv sein, weil sie zum Beispiel kostenaufwendiger und weniger belohnend wäre, als die aktuelle Beziehung.

Zusammenfassend bedeutet das, dass die Beziehungszufriedenheit abhängig ist von der Belohnung, den Kosten und der Höhe des internen Vergleichsniveaus. Aus der Theorie von Rusbult geht hervor, dass eine Person in einer Beziehung umso zufriedener ist, je höher die Belohnung ist, je geringer die Kosten sind und je höher der Nettogewinn über dem Vergleichsniveau liegt. Das jeweilige Vergleichsniveau ergibt sich aus der Differenz aus Belohnung und Kosten.

Es kann also angenommen werden, dass nur solche Beziehungen eingegangen werden, von denen absehbar ist, dass sie lohnend sind.

Walster, Berscheid und Walster (1973) gehen entsprechend der Equity- Theorie davon aus, dass jeder den Partner bekommt, den er verdient, wenn

Gerechtigkeitsüberlegungen bei der Partnerwahl berücksichtigt werden. In der Regel wählen und finden sich Partner mit annähernd gleicher sozialer Erwünschtheit.

(Bierhoff & Grau, 1999)

4.1.6 Stimulus-Werthaltungs-Rollen-Theorie

Bei der Stimulus-Werthaltungs-Rollen-Theorie nach Murstein (1976, zitiert nach Hill & Kopp in Klein, 2001, S.18ff) handelt es sich um ein 3 Stufenmodell.

Murstein unterscheidet drei Stufen der Partnerschaft, vom ersten kennen lernen bis hin zur festen Partnerschaft.

Die *erste Stufe* ist das kennen lernen, der erste Eindruck beider Partner, der über den weiteren Beziehungsverlauf bestimmt. Hierbei ist die physische Attraktivität die wichtigste Einflussgröße. Hohe Attraktivität entspricht einem hohen Belohnungswert für den Partner. Dieser wird gegen die Kosten, einer Zurückweisung abgewogen. Personen mit geringem Selbstwert, die sich als wenig attraktiv einschätzen, werden dieser Theorie zufolge Attraktivität als nicht so ausschlaggebend für die Partnerwahl einstufen. Ob das wirklich so ist, werde ich in meiner Arbeit untersuchen. Hierfür werden Personen mit hohem und niedrigem Selbstwert gefragt, wie wichtig ihnen Attraktivität bei ihrem Wunschpartner ist.

Zetterberg (1996) zufolge vollzieht sich diese schnelle Eindrucksbildung in der Form eines "secret rankings", einer diskreten Einstufung, wobei die Person in Ermangelung anderer Informationen zunächst nach ihrem äußeren Erscheinungsbild, etwa Kleidung und Aussehen, klassifiziert wird.

Ermöglicht wird dieses Rankingverfahren durch die Existenz eines inneren idealen Suchbilds (Template), das sich durch elterlichen Einfluß, durch Assoziationen aller Art mit früheren sozialen Erfahrungen und dergleichen geprägt hat.

Diese Templates sind Buss (zitiert nach Tramitz, C. 1997) zufolge maßgeblich von geschlechtsspezifischen Fortpflanzungsstrategien beeinflusst.

In der *zweiten Stufe*, dem Wertestadium, verliert die Attraktivität an Bedeutung. Dafür gewinnt die allgemeine Werteorientierung der Partner an Relevanz. Die Einstellungen, Meinungen, Lebensorientierung und –planung sowie das soziale Umfeld der Partner wird in den Vordergrund gestellt.

Wenn diese Weltansichten und Alltagsinterpretationen wechselseitig akzeptiert und als belohnend empfunden werden, dann wird nach und nach mehr von der eigenen Person offenbart.

Die *dritte Stufe*, das Rollenstadium, markiert die zunehmende Wichtigkeit der konkreten Verhaltensabstimmung im Alltag. Das Paar braucht für eine

funktionierende Partnerschaft Rollenkompatibilität. Um diese zu erreichen bedarf es einiger Lern und Anpassungsprozesse. (Murstein, 1976, zitiert nach Hill & Kopp in Klein, 2001)

Beim Kennenlernen über ein virtuelles Medium wie dem Internet werden die Stufen 2 und 3 oft vorgezogen. Personen, die ihren Partner über eine Kontaktanzeige im Internet suchen unterhalten sich oft schon vor dem ersten Treffen über Werthaltungen, persönliche Informationen und zum Teil auch schon über intime Informationen.

Ob diese Hinweise für die Online Partnerwahl tatsächlich auch wichtiger sind, werde ich in meiner Studie untersuchen. Hierzu wird einerseits gefragt wie viele und welche Informationen bereits vor dem ersten Treffen ausgetauscht werden und andererseits wie wichtig die Attraktivität des Partners für ein Treffen ist.

4.2 Geschlechtsunterschiede bei der Partnerwahl

4.2.1 Geschlechtsunterschiede in der Selbstdarstellung

Es konnte empirisch bestätigt werden (Buss & Barnes, 1986), dass Frauen bei der Werbung eher Attraktivitätsmerkmale einsetzen und bei Männern auf Status und Verdienstkraft achten, während Männer umgekehrt mit Status und Verdienstkraft werben und Attraktivität suchen. Auch das strategische Vorgehen bei der Kontakthanbahnung ist geschlechtsspezifisch. So ist stets derjenige der aktive, den Kontakt vorantreibende Partner, der rein rechnerisch mehr Nachkommen hervorbringen kann und das ist beim Menschen der Mann. (Tramitz 1997)

4.2.2 Geschlechtsunterschiede in den Partnerwahlkriterien

Einige Kriterien sind bei der Partnerwahl bei Männern und Frauen gleich bedeutsam. Dazu gehören Freundlichkeit, emotionale Reife, Intelligenz, Gesundheit, Wunsch nach Kindern und Verlässlichkeit. Freundlichkeit und emotionale Reife lassen auf Empathie und Einfühlungsvermögen schließen, als Indikatoren für elterliche Fähigkeiten gelten vor allem emotionale Reife und ein verlässlicher Charakter. (Grammer, 1998)

Unterschiede im Partnerwunsch können unter anderem durch evolutionspsychologische Ansätze erklärt werden.

Die Evolutionstheorie erklärt menschliche Verhaltensweisen durch phylogenetische Anpassung. Das Verhalten des heutigen Menschen wird als Anpassung an Umweltanforderungen erklärt, mit denen unsere Vorfahren konfrontiert waren. (Asendorpf, 1999) Unser Gehirn hat die Aufgabe, unser Verhalten so zu steuern, dass es dem Überleben und der Fortpflanzung dient. Die Evolution hat auch unsere Emotionen, Vorlieben und geistigen Fähigkeiten dem Leben als Jäger und Sammler angepasst. Die Anpassung konnte allerdings mit dem technologischen und kulturellen Fortschritt nicht mithalten, was zur Folge hat, dass Partner teilweise noch immer nach Kriterien gewählt werden, die in der heutigen Zeit keine überlebenswichtige Bedeutung mehr haben.

4.2.3 Unterschiede in der Bewertung der physischen Attraktivität:

Die objektive Komponente bei der Beurteilung von Attraktivität und Schönheit ist die Durchschnittlichkeit, das heißt Merkmale, die innerhalb einer Population der durchschnittlichen Ausprägung entsprechen, werden in dieser Population als attraktiv und anziehend erlebt. Darüber hinaus können aber auch extrem ausgeprägte Attribute als schön empfunden werden.

Attraktivität ist das Hauptwahlprinzip in der Partnersuche von Männern. (Grammer 1998, 42ff). Allgemein kann man sagen, dass das Aussehen einer Frau einen viel entscheidenderen Faktor in der Partnerwahl darstellt, als das Aussehen eines Mannes. Eine Studie von Franzen und Hartmann (1999, S185ff) bei der 490 schweizer Männer und Frauen befragt wurden, ergab, dass 44,5% der Männer Wert auf die physische Attraktivität der Frauen legen, wohingegen dieser Wert bei Frauen knapp 10 Prozentpunkte niedriger liegt.

Es gibt auch Unterschiede in verschiedenen Merkmalen bei der Beurteilung der Attraktivität des Partners. Frauen achten besonders auf Körpergröße, breite Schultern, muskulöser Körper der Männer, Männer auf gutes Aussehen, gute Figur, jugendliches Aussehen. Dies lässt sich evolutionspsychologisch dadurch erklären, dass äußerliche Merkmale der Frau darauf hinweisen, wie fruchtbar sie ist. Das Alter und vor allem die Figur sind wichtig um die Fruchtbarkeit einschätzen zu können. Große, muskulöse Männer mit breiten Schultern werden eher als geeignet gesehen eine Familie zu beschützen und notwendige Ressourcen zu bieten.

4.2.4 Unterschiede in der Bewertung des sozialen Status

Ein für Frauen wesentlich wichtigerer Punkt in der Partnerwahl ist der soziale Status des Partners. Frauen legen weniger Wert auf gutes Aussehen eines Partners als auf Attribute wie Erfolg, finanzielle Sicherheit, Intelligenz, Prestige, Mut, Stärke, Ehrgeiz, Zielstrebigkeit und Durchsetzungsvermögen. Ganz besonders wichtig sind dabei Ehrgeiz und Fleiß.

Besonders bei der Wahl des Lebenspartners spielt der soziale Status eine große Rolle. In der bereits oben erwähnten Studie von Franzen und Hartmann (1999, S185ff) ergab sich, dass für 53% der Frauen die berufliche Stellung des Partners wichtig ist und zwar unabhängig davon ob sie selbst erwerbstätig sind oder nicht. Nur für 30,1% der Männer ist die berufliche Stellung der Frau von Bedeutung. Das lässt sich evolutionspsychologisch dadurch erklären, dass es für Frauen besonders wichtig war/ist einen Mann zu finden, der sie und ihre Kinder versorgen kann und genug Ressourcen zur Verfügung stellt.

Ob es die oben genannten Unterschiede zwischen den Geschlechtern in der Wichtigkeit von Aussehen, bzw. Status bei der Partnerwahl auch heute noch gibt, wird in meiner Studie überprüft. Dazu sollen die Versuchsteilnehmer die Wichtigkeit bestimmter Attribute des Wunschpartners auf einer Skala von sehr wichtig bis völlig unwichtig angeben.

4.2.5 Unterschiede im Einsatz von Täuschungsmanövern:

Täuschungsmanöver, das heißt Zurückhalten von Informationen oder die absichtliche Weitergabe falscher Informationen kommen beim menschlichen Werbeverhalten oft zum Einsatz. Männer täuschen häufig Ressourcen (z.B. Statussymbole) vor, ebenso wie Ehrlichkeit und Vertrauenswürdigkeit, während Frauen häufiger Täuschungsmanöver zur vorteilhaften Veränderung ihrer physischen Erscheinung (schminken, kaschieren von Problemzonen) ausüben oder bei der Altersangabe schummeln.

In meiner Studie werden die Teilnehmer gefragt, ob sie schon einmal in einer Kontaktanzeige im Internet falsche Angaben über Beruf, Aussehen, Gewicht und Alter gemacht haben. Es wird sich zeigen, ob es auch hier Unterschiede zwischen den Geschlechtern in der Anzahl der falschen Angaben gibt, sofern die Teilnehmer diese Falschangaben auch zugeben. Eine weitere Frage in meiner Untersuchung befasst sich damit, inwieweit vor dem ersten Treffen gemachte Erwartungen an den

Partner enttäuscht wurden. Hier soll sich zeigen, ob falsche Erwartungen geweckt wurden, bzw. was genau vom Wunschpartner erwartet wird und ob diese Erwartungen auch zutreffen.

4.2.6 Unterschiede bei der Kontaktaufnahme

Männer sprechen Frauen häufiger an während Frauen sich lieber ansprechen lassen. Nach der ersten sprachlichen Kontaktaufnahme lassen sich zwei weitere Strategien unterscheiden, wie sich die Annäherung fortsetzen lässt:

Annäherung durch den Aufbau eines gemeinsamen Bezugssystems (Gemeinsamkeiten,...) und die Annäherung durch Selbstdarstellung. Hier bedienen sich Männer eher der Selbstdarstellung während Frauen lieber über gemeinsame Bezugssysteme sprechen würden.

Männer neigen eher zu gelangweilt-lässigem, möglichst coolem Auftreten (zweideutig, zurückhaltend), während Frauen dazu tendieren über sich selbst zu sprechen.

Meine Studie soll herausfinden, ob auch bei Kontaktanzeigen im Internet eher Männer die Initiative ergreifen. Hierzu sollen die Teilnehmer einige Angaben zum Erstkontakt machen, wie oft sie selbst kontaktiert wurden, bzw. wie viele Personen sie selbst kontaktiert haben.

4.3 Partnerwahl in Kontaktanzeigen im Internet

Es gibt eine Vielzahl von Möglichkeiten im Internet jemanden kennen zu lernen:

- Chats
- Foren zu bestimmten Themen
- Kontaktanzeigen.

Besonders für schüchterne Menschen bietet das Internet die Möglichkeit Hemmschwellen leichter zu überwinden und so Freunde oder einen Partner zu finden. Es existiert noch immer das Vorurteil, dass es sich bei Online-Partnersuchenden um unsichere, gehemmte, sozial isolierte Menschen handelt. In einer amerikanischen Repräsentativumfrage von Katz und Aspden (1997) konnten keine psychosozialen und soziodemografischen Unterschiede von Personen, die sich im Internet verlieben im Vergleich zu anderen festgestellt werden. Die einzige

diesbezüglich relevante Variable ist die Art und Häufigkeit der Netznutzung. Hier zeigt sich unter anderem eine Auswirkung auf die Souveränität der Sprache.

4.3.1 Partnersuche im Internet

Bei den meisten Online-Kontaktbörsen können die Suchenden aus einer breiten Palette von Eigenschaften und anderen Daten eine passende Person wählen.

Man kann sich ein Bild von den Partnersuchenden machen, das normalerweise erst nach längerer Zeit und intensiven Gesprächen entstehen würde. Auch bietet zum Beispiel die Kontaktbörse „websingles.at“ die Möglichkeit zu einer umfangreichen Selbstdarstellung, die von vielen Suchenden genutzt wird.

Bevor ich näher auf diese Möglichkeiten eingehe, möchte ich im nächsten Kapitel einen allgemeinen Überblick über das Internet und die Möglichkeiten, die es bietet, geben.

4.4 Zusammenfassung und Bedeutung für meine Arbeit

Es gibt eine große Zahl an Theorien nach welchen Kriterien Menschen ihren Partner wählen. Es werden auch große Unterschiede zwischen Männern und Frauen im Partnerwahlverhalten angenommen.

Ziel meiner Studie ist es unter anderem einige dieser Theorien zu überprüfen und weiters zu untersuchen, ob es zwischen schüchternen und nicht schüchternen Personen und zwischen Personen mit unterschiedlich hohem Selbstwert zu Unterschieden in der Wahl des Partners kommt.

5 Das Internet

In diesem Kapitel erkläre ich kurz die Geschichte des Internets, gehe näher auf die Internetnutzung in Österreich ein und sage danach einiges über Kommunikationsmöglichkeiten im Medium Internet.

Da es in meiner Fragestellung ausschließlich um Kontaktanzeigen im Internet geht, wird später in diesem Kapitel diese Form der Partnersuche näher erläutert.

5.1 Geschichte des Internets

Das Internet entstand in den 70er Jahren aus einem Versuchsnetz (ARPANET „Advanced Research Projects Agency NET“) des US-Department of Defence um eine ausfallssichere Datenübertragung zwischen den militärischen Forschungseinrichtungen zu gewährleisten. In den 80er Jahren verband man dann die lokalen Netze der Universitäten, sowie weiterer Forschungseinrichtungen auf der ganzen Welt. Diese Local Area Networks (LAN) wurden mit denselben technischen Voraussetzungen wie das ARPANET betrieben und so lag es nahe, diese zusammenzuschließen. Nach und nach entstand so ein weltumspannendes Netzwerk.

Bis Anfang der 90er diente das Internet in erster Linie der Kommunikation und dem Informationsaustausch zwischen Wissenschaftlern und interessierten Anwendern, sowie der Nutzung von Rechnerleistung auf anderen Computern. Der steigende Datenverkehr und allgemeine Entwicklung in Technik, Publikation und Politik führten zu einem immer schnelleren Ausbau. (Musch, 2000, S15ff)

Der entscheidende Schritt für den Internet-Boom war die Entstehung des World Wide Web (www). In den späten 80er Jahren erhielten erstmals kommerzielle Anbieter die Genehmigung, Internet Anschlüsse an Privatpersonen zu verkaufen. Somit konnte man auch auf andere Netze als das ARPA- oder Usenet zugreifen. Das World Wide Web unterstützte auch erstmals viele verschiedene Anwendungen (Grafik, Multimedia, usw.)

Die Bedienung von www-Browsern ist auch für Anfänger so leicht, dass technische Vorkenntnisse zur Benützung nicht notwendig sind. Das alles waren Auslöser für eine große Beteiligung am Internet und einer schnell immer weiter expandierenden Zahl an Internetbenutzern. Die zentrale Eigenschaft des Internets und der neuen Medien ist ihre Vernetzung und die dadurch entstehende Distanzüberbrückung. Damit werden Zugänge zu Bildungs- und Informationsmöglichkeiten erweitert und die

Chancen der Informationsbeschaffung und Weiterbildung erhöht. Kommunikation und Kooperation werden mit Hilfe des Internets zeit- und ortsunabhängig. Die gesamte Struktur des Internets begründet sich auf freiem Datenangebot, Datenaustausch und Kommunikation.

Heutzutage hat das Internet einen sehr wichtigen Stellenwert im gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Leben erreicht. Informationen über Politik und Wissenschaft können sofort ins Netz gestellt und so jedermann zugänglich gemacht werden. Nachrichten können schnellstmöglich übertragen werden, weitaus aktueller als in Zeitungen oder im Fernsehen.

Persönliche Nachrichten können in Sekundenschnelle an andere übermittelt werden, im Gegensatz zum oft tagelang dauernden herkömmlichen Postweg.

Die Idee das Internet als Kontaktbörse zu nutzen, entstand schon 1974 in Amerika. Aber erst in den 90er Jahren schossen virtuelle Partnersuchagenturen aus dem Boden. Heute ist das Geschäft der virtuellen Partnersuche im Internet zu einem bedeutenden Teil des Internets und der Gesellschaft geworden. (vgl. Langenecker, 2005, S.53)

5.2 Internetnutzung in Österreich

Genaue Daten zur Internetnutzung in Österreich werden vom Marktforschungsinstitut „INTEGRAL“ seit 1997 kontinuierlich erhoben. Hier habe ich die wichtigsten Informationen aus dem Austrian Internet Monitor (AIM) vom 4. Quartal 2007 zusammengefasst.

Wie viele Österreicher nutzen das Internet:

„Im 4. Quartal gaben 76 % der Befragten an, zumindest eine Zugangsmöglichkeit zum Internet zu haben – sei es zu Hause, am Arbeits-/Ausbildungsplatz, mobil oder „woanders“ (Freunde, Verwandte, Internet-Cafe,...). Umgerechnet auf alle Österreicher/innen ab 14 Jahren entspricht dies 5,2 Mio. Personen. Der Anteil an potentiellen Internet-Usern steigt weiterhin langsam, aber kontinuierlich an – so nahm die prinzipielle Zugangsmöglichkeit seit Jahresbeginn um 3 Prozentpunkte zu.“

Welche Altersgruppen nutzen das Internet:

„Aufgeschlüsselt nach Altersgruppen zeigt sich die gewohnt hohe Penetration bei der jüngeren Bevölkerung: so nutzen 92 % der 14 bis 29-jährigen bzw. knapp über 80 %

der 30- bis 49-Jährigen das Internet. Auch bei den 50 bis 59-Jährigen sind immerhin 67 % online. In der Altersgruppe der 60 bis 69-Jährigen fällt der Prozentsatz auf 44% ab, bei über 70-Jährigen sind schließlich nur mehr 18 % online.“

Wofür wird das Internet hauptsächlich genutzt:

“Nahezu jeder, der das Internet nutzt, kommuniziert regelmäßig via E-Mails: so haben 79 % der Online-Bevölkerung im letzten Monat für private Zwecke E-Mails genutzt, 56 % für berufliche Kommunikation. Ebenfalls von zentraler Bedeutung ist die Information über das tagesaktuelle Geschehen. 62 % der Internet-Nutzer greifen regelmäßig auf aktuelle Nachrichten im Internet zu.“ (zitiert nach AIM: http://mediaresearch.orf.at/index2.htm?internet/internet_aim.htm)

5.3 Die gesellschaftliche Bedeutung des Internet

Technische Fortschritte und neue Entwicklungen rufen in der Gesellschaft gleichermaßen Begeisterung wie Skepsis hervor. Auch beim Internet gibt es Diskussionen zwischen Befürwortern und Kritikern. Die kulturpessimistische Sichtweise sieht die kulturellen Identitäten aufgrund der computervermittelten Kommunikation gefährdet, während die medienenthusiastische Sichtweise erweiterte Möglichkeiten zur Herstellung neuer sozialer Beziehungen sieht. Kulturpessimisten sprechen von Wertezerfall, Orientierungslosigkeit oder Vereinsamung, während sich Medienenthusiasten über die neu gewonnene Freiheit freuen. (Thimm, 2000)

5.4 Computervermittelte Kommunikation

Durch die Nutzung von technischen Kommunikationsmedien wie Telefon oder Internet ist zwischenmenschliche Kommunikation nicht mehr an körperliche Anwesenheit des Kommunikationspartners gebunden. Das Internet lässt sich als komplexes, multifunktionales Medium oder auch als technische Kommunikationsstruktur sehen, über die vor allem textbasierte computervermittelte Kommunikation stattfindet. Das bedeutet Menschen treten durch Tippen auf der Tastatur und Lesen vom Bildschirm miteinander in Kontakt. (Döring, 2003, S.38) In letzter Zeit wird auch audiovisuelle Kommunikation übers Internet vermehrt genutzt, zum Beispiel die Möglichkeit über kostenlose Anbieter gratis im Internet zu telefonieren und sich dabei über Webcams auch sehen zu können.

Computervermittelte Kommunikation ist orts- und zeitunabhängig, Restriktionen ergeben sich nur durch technische Einschränkungen.

Kommunikation über das Medium Internet kann sowohl zeitgleich als auch zeitversetzt stattfinden. Weiters unterscheidet man zwischen multilateraler (z.B.: Multiuser-Chats) und bilateraler (z.B.: Mail) Kommunikation.

5.4.1 Zeitversetzte computervermittelte Kommunikation

Unter zeitversetzter oder auch asynchroner computervermittelter Kommunikation versteht man die Möglichkeit Nachrichten zu speichern, diese zur Zielperson zu senden, welche dann zum Abruf bereitgehalten werden und erst nach einem mehr oder weniger langen Zeitpunkt von der Zielperson abgerufen werden können. Sowohl Sender als auch Empfänger der Nachricht können den Zeitpunkt der Kommunikation selbst wählen. Zu den asynchronen Kommunikationsmedien gehören E-Mails, Mailinglisten, Newsgroups und www-Seiten (Homepages).

Digitale Einzelbotschaften an einen Empfänger werden Electronic Mail (E-Mail) genannt. Richtet sich die digitale Nachricht an eine Gruppe von Personen, so wird sie über Mailinglisten an mehrere Benutzer gleichzeitig versandt. Es gibt Verzeichnisse von E-Mailadressen die zu einem bestimmten Thema gegründet werden.

Nachrichten werden an alle Mitglieder dieser Mailinglisten versandt. (Döring, 2003, S 49)

Die Kontaktaufnahme bei der Online-Partnersuche erfolgt meist vorerst über asynchrone Kommunikation. Erst später kommen andere Kommunikationsmöglichkeiten wie Chat oder Telefonat dazu.

5.4.2. Zeitgleiche computervermittelte Kommunikation

Unter zeitgleicher oder auch synchroner Kommunikation versteht man den unmittelbaren Austausch von Nachrichten. Dazu gehören Chats, Online-Telefonate und MUDs (Multi User Dungeons, das sind virtuelle Räume im Internet, in denen sich Nutzer treffen, um an Online-Spielen teilzunehmen, Informationen auszutauschen, usw.)

Der Chat ist eine zeitgleiche schriftliche Unterhaltung von zwei oder mehr Personen. Kommuniziert wird wie beim E-Mail hauptsächlich textbasiert, allerdings sieht der Kommunikationspartner die geschriebenen Sätze gleich nach dem Abschicken auf seinem Bildschirm. Vor Betreten eines Chatrooms sucht man sich einen Nickname

(Spitznamen) aus, der auch zum Teil eine Art der Selbstbeschreibung, bzw. Selbstdarstellung beinhalten kann. Besonders in Chatrooms die auf die Partnersuche spezialisiert sind, versuchen Teilnehmer am Chat sich bereits durch ihren gewählten Nickname zu präsentieren.

5.4.3. Kanalreduktion

Online Kommunikation läuft auf eine Kanalreduktion auf den Textkanal hinaus. Im Filtermodell wird die Grundidee des Kanalreduktions-Modells aufgegriffen. Dieses Modell besagt, dass durch die Einschränkung möglicher Kommunikationskanäle (im Internet Mimik, Gestik, Sprache) ein Informationsverlust stattfindet, der die Wahrnehmung der Gesprächspartner beeinflusst. Nach dem Filtermodell werden dadurch soziale Hemmungen abgebaut. In der Online Kommunikation werden Hinweisreize wie Alter, Aussehen, Status und zum Teil auch Bildung herausgefiltert. Diese Informationen haben im Alltag einen entscheidenden Einfluss, ob wir mit einer Person in Kontakt treten, bzw. wie wir sie einschätzen.

Das Wegfallen dieser Informationen in der Online Kommunikation führt zu einem unbefangenerem Umgang zwischen den Kommunikationspartnern und somit zum Abbau sozialer Hemmungen. Dieses Phänomen der Enthemmung unterstützt einerseits prosoziales Verhalten wie verstärkte Offenheit, Ehrlichkeit, Freundlichkeit, Partizipation und Egalität und fördert in diesem Sinne einen schnelleren intimen Austausch als in der „realen“ Welt. Andererseits kann enthemmendes Verhalten auch zu verstärkter Feindschaft, Anomie, normverletzendem und antisozialem Verhalten führen, denn jede(r) kann sich ohne Gesichtsverlust zurückziehen. (Döring, 2003 S.155)

Virtuell Kommunizierende tendieren weiters dazu, fehlende Hinweisreize über eine Person durch Wunschvorstellungen (wie das Gegenüber sein sollte) auszugleichen. Diese fehlenden Anhaltspunkte führen laut Döring (2003) zu einem raschen Aufbau von Intimität, Leidenschaft und Verbindlichkeit. Während Menschen, die sich im realen Leben kennen lernen beim Erstkontakt eher über allgemeine Themen, Einstellungen und oberflächliche Informationen sprechen, kommt es im Cyberspace oft auch schon zum Austausch von Werthaltungen, persönlichen und intimen Informationen, noch bevor eine Begegnung im realen Leben stattfindet. Auch diesen Aspekt werde ich in meiner Studie aufzeigen.

5.5 Soziale Beziehungen im Internet

Zwischen zwei Personen besteht eine soziale Beziehung, wenn sie wiederholt miteinander Kontakt haben. Im Unterschied zum sozialen Kontakt als Einzelereignis erstrecken sich soziale Beziehungen über mehrere Zeitpunkte, so dass jeder einzelne Kontakt sowohl von den vorausgegangenen als auch von der Erwartung zukünftiger Kontakte beeinflusst wird. (Döring, 2003, S.403) Im Laufe der Beziehungsentwicklung lernen die Beteiligten einander kennen und müssen eine gemeinsame Beziehungsdefinition aushandeln, etwa indem sie wechselseitig ihre Erwartungen abklären und diese Beziehungsklärung immer wieder aktualisieren. Da die Beziehung in Zeiträumen zwischen den einzelnen Kontakten weiter besteht, spielen neben dem Kommunikations- und Interaktionsverhalten *kognitiv-beschreibende*, *emotional-bewertende* und *konativ-handlungsleitende* Begleitprozesse (z.B.: gemeinsame Erlebnisse erinnern, Sehnsucht empfinden, das nächste Treffen planen, usw.) eine wichtige Rolle für die Qualität und Kontinuität der Beziehung. (Hinde, 1993, S.9)

Da in den technologisch hoch entwickelten Gesellschaften soziale Beziehungen wie zum Beispiel die Paarbeziehung nicht mehr in erster Linie notwendig sind um die materielle oder soziale Existenz von Männern und Frauen zu sichern, gewinnt die psychologische Qualität in der Beziehung an Bedeutung. Soziale Beziehungen sollen Zugehörigkeit und Liebe, Zufriedenheit und Glück vermitteln und der persönlichen Entwicklung förderlich sein. (Döring, 2003, S. 404)

Das Internet dient sowohl dazu bestehende Beziehungen zu vertiefen, als auch neue aufzubauen. Am häufigsten findet Kommunikation online zwischen Personen aus der Familie, dem Freundes- und Kollegenkreis statt. Durch diese Online Kontakte werden also Offline Kontakte ergänzt und vertieft. Darüber hinaus kann das Internet aber auch dazu beitragen neue Leute näher kennen zu lernen.

5.6 Schüchternheit und Internet

Die Benutzung des Internets als Kommunikationsform bietet Menschen mit durch Schüchternheit bedingten Kommunikationsproblemen die Möglichkeit soziale Fähigkeiten in einer weniger bedrohlichen Umgebung zu erlernen. Schüchterne, Introvertierte oder durch Aussehen oder körperliche Gebrechen sozial benachteiligte Menschen können so aus ihrer Isolation ausbrechen und ohne Angst vor Fehlern

oder vorschnellen Urteilen mit anderen kommunizieren. (Falckenberg, 1994, zitiert nach Junge, 2003, S.38)

Die Anonymität des Internets gibt die Möglichkeit zur Selbstöffnung und bietet Schutz gegen soziale Ängstlichkeit für schüchterne Personen.

Roberts, Smith und Pollock (1997, zitiert nach Döring, 2003, S.459) führten offene Online-Interviews mit Mudderinnen und Muddern (Teilnehmern von Multi User Dungeons) sowie mit Chatterinnen und Chattern durch. Diejenigen die sich selbst als schüchtern bezeichneten, gaben an, im Netz leichter Kontakte zu knüpfen – seien es Bekanntschaften, Freundschaften, romantische oder sexuelle Beziehungen. Sie verhielten sich nach eigenen Angaben weniger schüchtern, weil sie nicht beobachtet wurden, den anderen nicht ins Gesicht schauen mussten und sich weniger unter Bewertungs- und Handlungsdruck fühlten. Durch diese „bewertungsfreie“ Zone sinkt die Angst vor Ablehnung durch andere. (Döring, 2003, S.460)

Im Bereich der Kontakthanbahnung, des Flirts und der Sexualität wirken sich die physische Distanz und die Abwesenheit visueller Kontrolle enthemmend aus. Schüchternheit und soziale Ängste sind in Online-Chats reduziert, Gedanken und Gefühle werden offener geäußert, was mit einer Verbesserung sozialer Unterstützung und einer Verringerung von Einsamkeit einhergeht. (Leung, 2002, Whitty, 2000, zitiert nach Döring, 2003, S. 366)

Unklar ist jedoch, ob die online erlernten Fähigkeiten auch aufs reale Leben übertragen werden. Ob reale soziale Kontakte vernachlässigt werden oder das Internet wirklich eine Chance für schüchterne Menschen, auch offline Freundschaften aufzubauen und zu pflegen bietet und ob schüchterne Menschen ebenso häufig reale Treffen mit ihren Internetbekanntschaften haben, wie nicht schüchterne, auch die Beantwortung dieser Fragen ist Gegenstand meiner Studie.

5.7 Entstehung neuer sozialer Beziehungen im Internet

Beziehungen die allein über den virtuellen Raum des Internets aufgebaut werden lösen in der öffentlichen Diskussion konträre Reaktionen aus. Die einen loben das Netz als erfolgreiche Kontaktbörse, die anderen warnen davor, in eine illusionäre Welt von Pseudo-Beziehungen abzutauchen, die letztlich soziale Bedürfnisse doch nicht befriedigen können: „Sind es nicht im Grunde kontaktgestörte Menschen, die

sich auf Online-Beziehungen einlassen, weil sie außerhalb des Netzes nicht zurecht kommen?“ (Döring, 2003a, S.246)

5.7.1 Beiläufiger Beziehungsaufbau im Internet

Das Online Kennenlernen geschieht oft beiläufig. Netzuser die häufig in Online-Foren, Chats oder Online-Rollenspielen aktiv sind haben die Chance dabei neue Leute näher kennen zu lernen. Wenn man andere Teilnehmer an diesen Online Angeboten sympathisch findet oder am Fachwissen eines Forum-Mitglieds interessiert ist, wird oft der Kontakt per privater Mails oder privatem Chat vertieft, das Themenspektrum erweitert, die Kontaktdichte erhöht und emotionale Bindung aufgebaut. Die auf diese Weise entstehenden Online-Freundschaften sind teilweise sehr zeitstabil und durchaus nicht oberflächlich. Ähnliches gilt für Online-Liebesbeziehungen, die von einigen Beteiligten sehr ernst genommen werden. Intimität, Leidenschaft und Verbindlichkeit sind durchaus auch online zu vermitteln. (Döring, 2003a, S.247)

Was mit regelmäßigem E-Mail Kontakt beginnt, führt oft zu einem Wechsel auf andere Kommunikationskanäle, es werden Fotos ausgetauscht, telefoniert und schließlich wird auch ein Treffen verabredet. Insbesondere bei Liebesbeziehungen sind diese Medienwechsel Bewährungsproben. Werden sie zu lange vermieden oder verlaufen sie sehr enttäuschend, so endet meistens auch die Netzbeziehung, während bei positivem Verlauf die Beteiligten ihre Online-Beziehung dann schließlich als reale Beziehung verstehen. (Döring, 2003a, S.247)

Einen ähnlichen Verlauf kann man auch beim zielgerichteten Kennenlernen im Internet feststellen, wobei die Anfangsvoraussetzungen natürlich ganz anders sind.

5.7.2. Zielgerichtetes Kennenlernen im Internet: Kontaktbörsen

Die gezielte Online-Partnersuche gewinnt gesellschaftlich an Bedeutung, weil für einen Teil der Bevölkerung die Suche nach Liebes- und Lebenspartnern im Offline-Leben schwieriger wird. Zum Beispiel durch erhöhte Mobilitätsanforderungen, berufsbedingten Zeitdruck und geringerer Akzeptanz von Romanzen am Arbeitsplatz durch Sensibilisierung für das Problem der sexuellen Belästigung. (Brym & Lenton, 2001, zitiert nach Döring, 2003, S.449)

Online-Kontaktanzeigen finden sich sowohl in den Online-Ausgaben von Zeitungen und Zeitschriften (Der Standard, Kurier, Krone und die Presse sind bei der

Partnersuche mit „Parship.at“, einer der größten kommerziellen Online-Partnerbörsen verlinkt), als auch auf eigens auf die Partnersuche spezialisierten Websites (love.at, websingles.at, bussi.at, ...).

Online-Kontaktbörsen sind teilweise werbefinanziert und kostenlos, teilweise aber auch gebührenpflichtig. Gegenüber herkömmlicher Print-, Audio- und Video-Formaten haben Online-Kontaktanzeigen den Vorteil, dass über längere Zeiträume hinweg größere Anzeigenmengen in Datenbanken gesammelt und mit Suchfunktionen versehen angeboten werden können. Abgesehen von der Menge und Reichweite des Angebots (z.B. Zugriff auf ausländische Kontaktbörsen) bieten Online-Kontaktanzeigen häufig mehr Informationen über die Inserierenden sowie einen schnellen und anonymisierbaren Rückkanal per E-Mail, Messengerservices wie MSN oder ICQ oder Telefonat.

Ein Spezifikum von Online-Kontaktanzeigen, die in Datenbanken verwaltet werden, sind auch automatische Matching-Funktionen, nach denen „passende Partner“ gemäß bestimmter Kriterien automatisch aus dem Angebots-Pool vorgeschlagen werden. (Döring 2003, S.451)

Typisch für die gezielte Partnersuche per Kontaktanzeige ist die rationale Vorauswahl gemäß einem mehr oder minder standardisierten Katalog von Attributen, wie zum Beispiel Geschlecht, Alter, Größe, Gewicht, Wohnort, Musikvorlieben,... Wie viel Wert auf diese einzelnen Attribute gelegt wird, ist ein Teil meiner Untersuchung. Ich werde dabei Unterschiede zwischen Männern und Frauen, Schüchternen und weniger Schüchternen Personen untersuchen.

Ein weiterer Vorteil der Online-Kontaktanzeige gegenüber Offline-Kontaktanzeigen ist die größere Effizienz. Doch nicht alle Inserierenden können mit großer Resonanz auf ihre Anzeige rechnen. Männer klagen meist mehr über ausbleibende Resonanz als Frauen. (Döring, 2003 S.451) Mit Hilfe meines Fragebogens werde ich herausfinden, ob Männer hierbei wirklich benachteiligt sind und ob es einen Unterschied bei schüchternen und nicht schüchternen Personen in Bezug auf Resonanz und Erfolg bei der Online-Partnersuche gibt.

Neben der eher an rationalen Entscheidungskriterien orientierten Profil-Übereinstimmung spielen bei den ersten Online-Kontakten auch emotionale Aspekte

der Attraktion eine Rolle, die sich etwa aus dem Schreibstil, der Häufigkeit und Länge der Botschaften, etc. ableiten.

Bei einer Online-Befragung von 4110 Nutzerinnen und Nutzern der Schweizer Dating Plattform www.partnerwinner.ch (Bühler-Ilieva & Geser, 2002) gaben 12% an, sich bereits während der Kontakt noch auf E-Mails beschränkt war, also noch vor dem ersten Face-to-Face-Treffen, verliebt zu haben. Durch ihren hohen Projektions- und Imaginationsanteil ist auch die „Liebe auf den ersten Klick“ sehr enttäuschungsanfällig.

Weiters wurden bei der oben genannten Studie die Teilnehmer nach den Vor- und Nachteilen der Online-Partnersuche gefragt:

„Die Vorteile des Online-Datings gemäss der Partnersuchenden waren an erster Stelle die Anonymität (75 Prozent), dass man "weniger Hemmungen hat" (50 Prozent) und die Tatsache, dass unverbindliche Kontakte möglich sind (47 Prozent). Als Nachteile wurden im Gegenzug die Eigenheiten gesehen, dass man "alles schreiben kann" (70 Prozent), "den anderen nicht sieht oder spürt" (36 Prozent) und es nicht möglich ist, sich ein Bild des anderen zu machen (25 Prozent). Männer betonen, dass man weniger Hemmungen hat und dass auch scheue Leute Kontakt finden; Frauen hingegen, dass man sich "einfach ausloggen kann, wenn einem etwas nicht passt".“ (Bühler-Ilieva & Geser, 2002)

Wenn auf die Kontaktanzeige baldige persönliche Treffen folgen, sind die Schritte der Beziehungsanbahnung bei Online- und Offline-Annoncen ähnlich. Viele Online-Kontaktanzeigen werden von Personen genutzt, die einen Lebenspartner im realen Leben suchen und deswegen auch persönliche Begegnung anstreben. Bei Offline-Treffen geben die Beteiligten ihre Anonymität auf. In Anbetracht dessen, kann man davon ausgehen, dass Personen, die ernsthaft einen Partner suchen mit ihren Angaben in der Kontaktanzeige nicht zu sehr von der Realität abweichen. Natürlich sind sowohl bei der Online- als auch bei der Offline-Kontaktanzeige Fertigkeiten der Selbstdarstellung gefragt. Nur wer sich selbst gut „verkauft“ hat in dem großen Angebot die Chance auf sich aufmerksam zu machen.

Um Onlinekontakte zu intensivieren und die Beziehung zu vertiefen gibt es folgende Möglichkeiten:

- Eintrag ins Gästebuch oder Schreiben einer E-Mail
- Austausch von E-Mails, digitaler Grußkarten, Treffen in Chaträumen
- Austausch von Fotos
- Übergang zum Telefonieren, SMS schreiben
- Erstes Treffen

Nach dem ersten Kennen lernen sind nach Döring (2003) verschiedene Verläufe möglich. Stabilisierung der Beziehung, Abbruch, Transformation in Freundschaft oder unklarer Status.

<u>Beziehungsstatus</u>	<u>Anzahl</u>	<u>Anteil</u>
Stabilisierung	66	57%
Abbruch	12	10%
Transformation	8	7%
Unklarer Status	23	20%
Keine Angabe	7	6%
<u>Summe</u>	<u>116</u>	<u>100%</u>

Abb.2 Beziehungsstatus von Cyberromanzen (in Döring, 2003b. S.62)

In meiner Arbeit untersuche ich, welche Kommunikationskanäle von den Teilnehmern meiner Studie, wie häufig genutzt wurden, ob dem ersten Treffen Chats oder Telefonate, bzw. intensiver E-Mailverkehr vorausgegangen sind und ob sich aus diesen Kontakten Freundschaften oder sogar eine feste Beziehung entwickelt haben.

5.8 Zusammenfassung und Bedeutung für meine Arbeit

Die Entwicklung des Internets hat sich rasant von einem rein militärisch genutztem Versuchsnetz zu einem Medium entwickelt, über das heute die ganze Welt miteinander kommuniziert. In Österreich nutzen 76% der Bevölkerung das Internet, vorwiegend zur Kommunikation per E-Mail, aber auch zum Abrufen von vielfältigen Informationen und nicht zuletzt um über diesen Weg einen Partner zu finden.

In meiner Arbeit werden Personen, die in einer Kontaktbörse im Internet eingetragen sind über ihren Wunschpartner, ihre persönliche Einschätzung des Erfolges und den tatsächlichen Erfolg in der Partnersuche befragt. Weiters sollen die Versuchspersonen angeben, wie viel Zeit sie für die Partnersuche im Internet aufwenden.

Da die meisten Befragten in der Kontaktbörse „Websingles“ registriert sind, werde ich im Folgenden diese Kontaktbörse kurz vorstellen.

Exkurs:

Websingles – Die größte kostenlose Singlebörse Österreichs



„Websingles“ ist eine rein durch Werbeeinschaltungen finanzierte Singlebörse in der zur Zeit ca. 53000 Frauen und 85000 Männer registriert sind. (Wie viele davon aktuell noch immer aktiv sind, lässt sich leider nicht feststellen. Inaktive Profile werden allerdings nach ca. einem Jahr gelöscht.)

In den letzten Jahren ist auch die Anzahl an weiblichen Registrierten um einiges gestiegen. Davor waren dreiviertel der Benutzer männlich.

„Websingles“ bietet vielfältige Möglichkeiten sein Profil zu gestalten und Kontakt mit anderen Teilnehmern aufzunehmen.

Pflichtfelder im Profil sind:

- eine Überschrift, die neben dem Usernamen angezeigt wird
- eigener Beziehungsstatus
- Geburtsdatum (und damit auch Sternzeichen)
- Wohnort, Geschlecht, sexuelle Orientierung

- welche Art von Beziehung gesucht wird (feste Beziehung, Freundschaft, Affäre, Freizeitpartner usw.)
- Größe, Gewicht und Statur
- Sexuelle Vorlieben (Kuschelsex, Sado-Maso, zu dritt, ...)
- Haarfarbe, Augenfarbe
- Tätowierungen, Piercings
- Raucher/Nichtraucher, Alkoholkonsum
- Ausbildung, derzeitiger Beruf
- Kinder
- Hobbys

User haben die Möglichkeit ihren „Traumpartner“ anhand oben genannter Kriterien mit Hilfe einer Suchfunktion ausfindig zu machen. Welche Kriterien hierbei besonders wichtig sind, ist unter anderem Gegenstand meiner Arbeit.

Wenn ein potentieller Partner gefunden wurde, kann man diesem entweder mittels Formular eine E-Mail zukommen lassen oder einen Gästebucheintrag im Profil hinterlassen.

Ob auf diesen Erstkontakt geantwortet wird oder nicht, bleibt dem Kontaktierten überlassen. Das Korrespondenzverhalten in Online-Kontaktbörsen, wird in meiner Arbeit untersucht.

Wie ich meine Studie geplant habe und welche Versuchspersonen daran teilgenommen haben werde ich im folgenden Kapitel zeigen.

B Empirischer Teil – Psychologische Untersuchung

6 Planung der Untersuchung

6.1 Ziel der Untersuchung

Ziel meiner Studie ist es Unterschiede in der Selbstdarstellung, im Partnerwunsch, in Erfolgserwartungen und im tatsächlichen Erfolg von Männern und Frauen, Schüchternen und Nicht-Schüchternen und Personen mit hohem bzw. niedrigem Selbstwert herauszufinden.

Weiters wird auf den Einfluss von Alter, Bildung und Art des Beziehungswunsches eingegangen. Die von mir untersuchten Hypothesen gliedern sich in 6 verschiedene Hypothesenblocks, die ich hier kurz vorstellen möchte. Alle Hypothesen gründen entweder auf der im Theorieteil angesprochenen Theorie oder aus Annahmen, die sich zum Teil aus eigenen (persönlich gemachten) Erfahrungen mit dem Thema ergeben.

6.2 Hypothesen der Untersuchung

1. Hypothesenblock:

Hypothesen zur Selbstdarstellung und Selbstbeschreibung:

1.1 Männer und Frauen unterscheiden sich in ihrer Selbstbeschreibung voneinander.

Der Literatur nach wählen Frauen bei der Selbstbeschreibung eher Eigenschaften die das Aussehen betreffen, Männer eher statusbezogene Eigenschaften.

1.2 Personen die sich als attraktiv einschätzen unterscheiden sich von Personen die sich als weniger attraktiv einschätzen in ihrer Selbstbeschreibung.

1.3 Männer und Frauen unterscheiden sich in ihrer Selbstdarstellung (FB Lee) voneinander.

Der Theorie von Teschi et al zu Folge, die auch von Lee et al /1999, S.705) untersucht und bestätigt wurde, sollten Männer eher als Frauen assertive Selbstdarstellungs-techniken verwenden. Bei den defensiven Techniken sollte es keinen signifikanten Unterschied zwischen den Geschlechtern geben.

1.4 Personen die sich als attraktiv einschätzen unterscheiden sich von Personen die sich als weniger attraktiv einschätzen in ihrer Selbstdarstellung.

2. Personen, die eine feste Beziehung suchen unterscheiden sich in ihrer Selbstbeschreibung von Personen, die eine Freundschaft suchen und von Personen, die eine rein sexuelle Beziehung anstreben.

2.1 Personen, die eine feste Beziehung suchen, betonen mehr ihr Aussehen, als Personen die auf der Suche nach einer Freundschaft sind.

2.2 Personen, die eine Freundschaft anstreben betonen stärker Charaktereigenschaften und Interessen.

2.3 Personen, die eine rein sexuelle Beziehung anstreben betonen am stärksten ihr Aussehen.

3. Schüchterne Personen und nicht schüchterne Personen unterscheiden sich in ihrer Selbstdarstellung und Selbstbeschreibung voneinander.

3.1. Schüchterne Personen unterscheiden sich in ihrer Selbstbeschreibung von nicht schüchternen Personen.

3.2. Schüchterne Personen unterscheiden sich in ihren Selbstdarstellungstaktiken von nicht schüchternen Personen.

4. Schüchterne Personen unterscheiden sich von nicht schüchternen Personen im Selbstwert

4. 1 Schüchterne Personen haben einen niedrigeren öffentlichen Selbstwert als nicht schüchterne Personen.

5. Der Selbstwert hat Einfluss auf die Selbstdarstellung und Selbstbeschreibung.

5.1. Personen mit niedrigem Selbstwert verwenden häufiger negative Eigenschaften bei der Selbstbeschreibung, als Personen mit hohem Selbstwert.

5.2. Personen mit niedrigem Selbstwert unterscheiden sich in ihren Werten im Selbstdarstellungsfragebogen von Personen mit hohem Selbstwert.

2. Hypothesenblock:

Hypothesen zu falschen oder weggelassenen Angaben:

In meinem Fragebogen wurde danach gefragt wie häufig Personen unehrliche Angaben in Kontaktanzeigen machen. In vielen Theorien wird postuliert, dass Männer mehr Wert auf das Aussehen der Partnerin legen. Es ist also anzunehmen, dass Frauen eher in diesem Bereich beschönigen, während Männer eher beim Status schummeln, da Frauen darauf mehr Wert legen sollen.

6. Es gibt Geschlechtsunterschiede in der Häufigkeit von Falschangaben in verschiedenen Bereichen.

6.1. Frauen machen häufiger keine oder falsche Angaben über ihr Gewicht, Männer eher über ihren Job (Status).

7. Schüchterne Personen unterscheiden sich von nicht schüchternen Personen in der Anzahl der weggelassenen oder falschen Angaben.

8. Das Alter spielt bei der Häufigkeit der Falschangaben eine Rolle

8. 1. Ältere Personen (eher Frauen) machen häufiger falsche Angaben über ihr Alter als jüngere.

3. Hypothesenblock:

Hypothesen zum Wunschpartner:

Wie im Theorieteil ausführlich besprochen unterscheiden sich Männer und Frauen in bestimmten Kriterien, die ein Partner erfüllen soll. Es ist anzunehmen, dass Männer mehr Wert auf Aussehen und Frauen mehr Wert auf Status legen. Weiters möchte ich untersuchen, ob es ebenso einen Unterschied zwischen schüchternen und nicht schüchternen Personen und Personen unterschiedlichen Selbstwerts gibt. Ob es auch einen Unterschied in der Art der gesuchten Beziehung im Internet zwischen schüchternen und nicht Schüchternen Personen gibt und ob der Beziehungswunsch auch abhängig vom Alter der teilnehmenden Versuchspersonen ist, werde ich hier ebenfalls herausfinden.

9. Schüchterne Personen unterscheiden sich in der Art ihres Beziehungswunsches von nicht schüchternen Personen.

10. Ältere und jüngere Personen unterscheiden sich hinsichtlich ihres Beziehungswunsches.

10.1 Jüngere Personen wünschen sich eher eine Freundschaft, ältere eher eine rein sexuelle Beziehung.

11 Personen mit Kindern und Personen ohne Kinder unterscheiden sich hinsichtlich ihres Beziehungswunsches.

12. Es gibt Geschlechtsunterschiede in der Wertigkeit bestimmter Merkmale des gewünschten Partners.

12.1 Männer und Frauen unterscheiden sich hinsichtlich der Wertigkeit von Aussehen und Status voneinander. Männer legen mehr Wert auf Aussehen, Frauen auf Status.

12.2. Männer und Frauen unterscheiden sich hinsichtlich der Wichtigkeit bestimmter Charaktereigenschaften.

12.3 Ältere Personen unterscheiden sich von jüngeren Personen hinsichtlich der Wichtigkeit bestimmter Merkmale.

13. Schüchterne Personen unterscheiden sich von nicht schüchternen Personen hinsichtlich der Wichtigkeit bestimmter Merkmale.

13.1 Schüchterne Personen legen mehr Wert auf Nähe, Geborgenheit und Sicherheit als nicht Schüchterne Personen.

14. Personen mit niedrigem Selbstwert unterscheiden sich von Personen mit hohem Selbstwert in der Wichtigkeit bestimmter Merkmale.

15. Personen, die eine feste Beziehung suchen unterscheiden sich von Personen die eine Freundschaft suchen und Personen die eine rein sexuelle Beziehung suchen hinsichtlich der Wichtigkeit bestimmter Merkmale.

15.1 Personen, die eine rein sexuelle Beziehung suchen legen mehr Wert auf Aussehen und weniger auf Charaktereigenschaften oder gemeinsame Interessen als Personen, die eine Beziehung suchen.

15.2 Personen, die eine Freundschaft suchen legen mehr Wert auf Charaktereigenschaften und weniger Wert auf Aussehen, als Personen, die eine feste Beziehung suchen.

4. Hypothesenblock:

Hypothesen zur Ähnlichkeit oder Ergänzung hinsichtlich Schüchternheit:

Ich finde die Frage sehr interessant, ob schüchterne Personen selbst eher Partner bevorzugen, die ebenfalls schüchtern sind oder Partner, die im Gegensatz zu ihnen eher aus sich heraus gehen. Werden weniger schüchterne Menschen bevorzugt oder gibt es auch Personen, die eher einen ruhigeren, zurückhaltenden Partner suchen? In der Literatur habe ich nur sehr wenig zu diesem Thema gefunden.

16. Schüchterne Männer und Frauen unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Präferenz für Partner, die ihnen im Merkmal Schüchternheit ähnlich sind.

5. Hypothesenblock:

Hypothesen zum Korrespondenzverhalten:

Bei der Partnersuche obliegt es teilweise auch heute noch dem Mann den ersten Schritt zu machen und Frauen anzusprechen. Erfahrungsgemäß ist das auch in Kontaktbörsen im Internet so, auch wenn hier Frauen die gleichen Möglichkeiten haben den ersten Schritt zu machen und die Hemmschwelle im Internet auch viel geringer sein müsste, als im „real life“. Im Internet sollte es der Theorie nach auch schüchternen Personen leichter fallen andere anzusprechen und ein Treffen zu vereinbaren. Ob das wirklich so ist, versuche ich mit meiner Fragestellung heraus zu finden.

17. Männer und Frauen unterscheiden sich hinsichtlich des Korrespondenzverhaltens voneinander.

17.1 Männer stellen öfter Erstkontakt per E-mail her als Frauen.

17.2 Männer und Frauen unterscheiden sich auch durch die Anzahl an Erstkontakten mittels Gästebuch voneinander.

18. Schüchterne Personen unterscheiden sich von nicht schüchternen Personen hinsichtlich der ersten Kontaktaufnahme per E-mail.

18.1 Schüchterne Personen kontaktieren weniger häufig andere Personen das erste Mal per E-mail als nicht Schüchterne.

19. Es gibt Unterschiede in der Häufigkeit der Kontaktaufnahme per Telefon.

19.1. Männer nehmen häufiger telefonischen Kontakt auf als Frauen.

19.2. Nicht schüchterne Personen nehmen häufiger telefonischen Kontakt auf, als Schüchterne.

20. Männer und Frauen unterscheiden sich hinsichtlich der Themen, über die vor dem ersten Treffen per Internet kommuniziert wird.

20.1 Frauen kommunizieren eher über persönliche Einstellungen und Werthaltungen als Männer.

21. Schüchterne und nicht schüchterne Personen unterscheiden sich hinsichtlich der Themen, über die vor dem ersten Treffen per Internet kommuniziert wird.

22. Das Preisgeben von persönlichen und intimen Informationen vor dem ersten Treffen ist abhängig von der Dauer, die zwischen dem ersten Kontakt und dem ersten Treffen liegt.

23. Das Preisgeben von intimen Informationen vor dem ersten Treffen ist abhängig von der Anzahl der Kontakte vor dem ersten Treffen (E-Mail, Chat, Telefon, SMS)

6. Hypothesenblock:

Hypothesen zur Erwartung und Enttäuschung:

Heutzutage ist es nicht mehr ungewöhnlich sich in eine Kontaktanzeige im Internet einzutragen. Ein Großteil der Österreicher verfügt über einen Internetanschluss und es gibt ein vielfältiges Angebot an Online Singlebörsen wo man sein Glück versuchen kann. Aber wie sehr erwarten Personen, die in solch einer Singlebörse eingetragen sind, dort tatsächlich einen Partner zu finden? Gibt es auch hier Geschlechtsunterschiede, rechnen sich schüchterne Personen hier größere Chancen aus als im „Real Life“, weil es ihnen hier einfacher fällt den ersten Schritt zu tun?

24. Männer und Frauen unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Erwartungshaltung voneinander.

24.1 Männer und Frauen glauben unterschiedlich stark daran einen Partner/Freund eher im Internet zu finden.

25. Schüchterne Personen unterscheiden sich von nicht schüchternen Personen in ihrer Erwartungshaltung jemanden eher über eine Kontaktanzeige im Internet kennen zu lernen.

25.1 Schüchterne Personen glauben eher daran übers Internet jemanden kennen zu lernen als in anderen Situationen.

25.2 Schüchterne Personen glauben eher daran übers Internet jemanden kennen zu lernen als nicht schüchterne Personen.

26. Personen mit hohem und Personen mit niedrigem Selbstwert unterscheiden sich in ihrer Erwartungshaltung voneinander.

27. Attraktive Personen und weniger attraktive Personen unterscheiden sich in ihrer Erwartungshaltung voneinander.

28. Männer und Frauen unterscheiden sich voneinander hinsichtlich enttäuschter Erwartungen

28.1 Männer sind eher enttäuscht vom Aussehen der Frauen, Frauen eher von Intelligenz, Ehrlichkeit, Verlässlichkeit, also von der Persönlichkeit.

29. Schüchterne und Nicht-Schüchterne unterscheiden sich voneinander hinsichtlich enttäuschter Erwartungen.

30. Versuchspersonen unterschiedlicher (Aus)Bildung unterscheiden sich hinsichtlich enttäuschter Erwartungen voneinander.

7. Hypothesenblock:

Hypothesen zum Erfolg:

Und schließlich die konkrete Frage nach dem Erfolg. Entstehen aus dem Eintrag in die Kontaktbörse auch wirklich reale Kontakte?

31. Männer und Frauen unterscheiden sich nicht in der Anzahl der persönlichen Treffen voneinander.

32. Schüchterne Männer und schüchterne Frauen unterscheiden sich hinsichtlich der Anzahl von persönlichen Treffen.

32.1 Schüchterne Personen haben weniger persönliche Treffen als Personen, die nicht schüchtern sind.

33. Schüchterne und nicht schüchterne Personen unterscheiden sich im weiteren Erfolg nach dem ersten Treffen.

34. Schüchterne Personen unterscheiden sich von nicht schüchternen Personen hinsichtlich der Anzahl der daraus entstandenen engen Freundschaften.

35. Schüchterne Personen unterscheiden sich von nicht schüchternen Personen hinsichtlich der Anzahl der daraus entstandenen Beziehungen.

36. Personen unterschiedlichen Selbstwerts unterscheiden sich im Erfolg in der Online Kontaktsuche.

7 Methoden und Durchführung der Untersuchung

7.1. Untersuchungsdesign:

7.1.1 Allgemeine Informationen zu Befragung:

Die empirische Untersuchung wurde mit Hilfe eines Fragebogens durchgeführt. Da es sich um eine Studie über Kontaktanzeigen im Internet handelt, erfolgte auch die Befragung ausschließlich online. Der Fragebogen beinhaltet Buttons, die der Benutzer anklicken kann, wie zum Beispiel Checkboxes für ja/nein Antworten, Radiobuttons, welche jeweils einen Wert auf einer definierten Variable markieren und außerdem die Möglichkeit aus einer Mehrzahl an Variablen einige auszuwählen. Überdies gibt es Felder, wo Zahlen vom Auszufüllenden selbst eingetragen werden müssen.

Mit dem Weiterleiten Button am Ende des Fragebogens werden die Daten gesendet und online gespeichert.

Um zu vermeiden, dass der Fragebogen von einer Person mehrfach ausgefüllt wird, werden auch die IP Adressen der Befragten ganz am Anfang der auszuwertenden Daten gespeichert.

Ich habe den Fragebogen am 15. Juli 2007 ins Internet gestellt und Freunde, Bekannte und Kollegen per Mail darüber informiert und diese auch gebeten, den Link weiter zu leiten. Anfangs blieb die gewünschte Resonanz leider aus, woraufhin ich Claudia Gutjahr, die Presseverantwortliche von Websingles, der größten kostenlose Online-Singelbörse Österreichs, per E-mail kontaktiert habe. In diesem Schreiben habe ich sie gebeten, in ihrem wöchentlich erscheinendem Newsletter, einen Aufruf zu starten, meinen Fragebogen auszufüllen.

Die Veröffentlichung des Links zum Fragebogen im Websingles-Newsletter hatte zur Folge, dass innerhalb von einer Woche über 250 Websingle-User an der Untersuchung teilgenommen haben. Einige der Teilnehmer sind auch in anderen Kontaktbörsen registriert. Die meisten Teilnehmer haben in dem Zeitraum von 10. August bis 20. September bei meiner Befragung mitgemacht. Es wurden aber Teilnahmen bis zum 3. Dezember 2007 berücksichtigt.

7.1.2. Struktur des Fragebogens:

Mein Fragebogen umfasst mehrere Bereiche:

Zuerst wird nach der Art der Kontaktanzeige gefragt, in der die Probanden registriert sind und danach, wie lange sie schon registriert sind. Außerdem interessiert mich, ob die Teilnehmer ein Foto in ihrer Kontaktanzeige hinzugefügt haben. Weiters wird nach Art des Beziehungswunsches, Anzahl der Kontakte über die Anzeige, Glaube daran einen Partner übers Internet zu finden und Dauer des Kontaktes vor dem ersten realen Kennen lernen gefragt. Überdies möchte ich wissen, an welchem Ort die Probanden denken, ihren Wunschpartner am ehesten kennen lernen zu können. Diese Daten sind wichtig, um herauszufinden, ob es Unterschiede zwischen verschiedenen Personengruppen hinsichtlich dieser Daten gibt.

- In welcher Kontaktbörse sind Sie registriert? (Wahl mehrerer Angaben möglich, sowie die Möglichkeit auch andere, nicht genannte Kontaktbörsen selbst auszufüllen)
- Wie lange sind Sie schon in der Kontaktbörse registriert?
 - Weniger als ein Monat
 - 1-3 Monate
 - 3-6 Monate
 - 6 Monate – ein Jahr
 - länger als ein Jahr
- Haben Sie Ihrer Kontaktanzeige ein Foto von sich beigefügt?
 - ja
 - nein
- Was war bei ihrer Registrierung ihr vordergründigster Wunsch?
 - Feste Beziehung
 - Freundschaft
 - Freizeitpartner
 - Affäre, rein sexuelle Beziehung
 - Anderes

Im Nachhinein betrachtet sind die Antwortmöglichkeiten „Anderes“ und „Freizeitpartner“ wenig aufschlussreich. Daher wurden bei der Auswertung der Daten „Freizeitpartner“ und „Freundschaft“ zusammen genommen und „Anderes“ ganz ausgeschlossen.

- Welche der folgenden Erfahrungen haben Sie im Laufe Ihrer Registrierung gemacht?

- flüchtiger E-Mail Kontakt
- intensiver schriftlicher Austausch
- chatten
- Austausch von Fotos
- telefonieren
- persönliches Treffen
- feste Beziehung
- Affäre

Auch hier waren wieder Mehrfachangaben möglich, da man im Laufe einer Registrierung in einer Kontaktbörse oft mehrere dieser Erfahrungen macht.

- Wie sehr glauben Sie daran einen passenden Partner über eine Kontaktanzeige im Internet kennen zu lernen?

- sehr
- eher
- unentschieden
- eher nicht
- gar nicht

Diese Frage soll die selbst eingeschätzten Erfolgchancen der Probanden zeigen. Interessant war für mich auch, ob es hier einen Unterschied zwischen schüchternen und nicht schüchternen Personen und zwischen den Geschlechtern gibt. Es ist zu erwarten, dass schüchterne Personen ihre Erfolgchance eher schlechter einschätzen als nicht Schüchterne. Mit der nächsten Frage möchte ich herausfinden, ob Schüchterne ihre Chance im Internet höher sehen als anderswo.

- Wo glauben Sie am ehesten einen Partner finden zu können?

- Am Arbeitsplatz
- Beim Weggehen/ in der Disco/ in einem Lokal
- Im Internet
- In der Schule/ Universität/ bei der Ausbildung
- In der Freizeit/ Hobby
- Beim Einkaufen/ in einem Geschäft/ im Bus...
- Durch Freunde/ Bekannte

Anschließend an diesen Frageblock gibt es mehrere Felder, wo die Befragten Zahlen eintragen mussten. Es wird nach der Anzahl der ausgetauschten E-Mails, Gästebucheinträge usw. gefragt. Mit Hilfe dieser Daten sollen Unterschiede zwischen Frauen und Männern und schüchternen und nicht schüchternen Personen, was den Erfolg, bzw. die Strategie der Partnersuche in Kontaktanzeigen im Internet angeht herausgefunden werden.

Zum Beispiel Unterschiede der verschiedenen Gruppen im Erstkontakt, in der Häufigkeit der Treffen, den daraus entstehenden Beziehungen, bzw. Freundschaften. Wer bekommt mehr Mails, wer muss öfter selbst aktiv werden, wie viele Telefonate, Treffen, Freundschaften usw. ergeben sich aus dem Onlinekontakt? Brauchen schüchterne Personen länger um jemanden zu kontaktieren? Vergeht viel Zeit bis zu einem Treffen? Sehr interessant ist hier natürlich auch der Vergleich zwischen den Geschlechtern. Obliegt der Erstkontakt auch heute noch dem Mann?

- Die folgenden Fragen beziehen sich auf ihre Erfahrungen mit der Partnerbörse in der Sie eingetragen sind. Bitte tragen Sie die zutreffende Zahl ein:

- Ich habe ungefähr ____ Personen per E-Mail zum ersten Mal kontaktiert.
- Ungefähr ____ Personen haben mir auf meine erste E-Mail geantwortet.
- Ungefähr ____ Personen haben mich per E-Mail zum ersten Mal kontaktiert.
- Ich habe ungefähr ____ Personen auf ihre erste E-Mail geantwortet.
- Ich habe ungefähr ____ Personen per Eintrag in ihr Gästebuch zum ersten Mal kontaktiert.
- Ungefähr ____ Personen haben darauf geantwortet.
- Ungefähr ____ Personen haben mich zum ersten Mal über mein Gästebuch kontaktiert
- Ich habe ungefähr ____ Personen darauf geantwortet.
- Ich habe mit ungefähr ____ Personen telefonisch Kontakt aufgenommen.
- Ich habe ____ Personen persönlich getroffen
- Nach dem ersten Treffen hatte ich mit ____ Personen weiterhin Kontakt.
- Ich habe mit ____ Personen eine feste Beziehung begonnen.
- Mit ____ Personen, die ich über die Kontaktbörse kennen gelernt habe, verbindet mich eine Freundschaft.

- Zwischen dem ersten Kontakt mit einer Person die ich über die Kontaktbörse kennen lernte und dem ersten persönlichen Treffen ist üblicherweise ungefähr soviel Zeit vergangen:

- bis zu einer Woche
- 1-2 Wochen
- 2-4 Wochen
- 1-2 Monate
- bis zu einem halben Jahr
- länger als ein halbes Jahr

- Ich habe vor dem ersten Treffen durchschnittlich:

- ____ Mails geschrieben
- ____ mal gechattet
- ____ mal SMS geschrieben
- ____ mal telefoniert

Im nächsten Teil wird nach den persönlichen Erfahrungen der Probanden gefragt. Wie sehr stimmt die Realität mit den Beschreibungen in der Kontaktanzeige überein, wie intim sind Gespräche vor dem ersten Treffen, welche Erwartungen setzen sie in die Kontaktanzeige. Wie wichtig sind bestimmte Merkmale des gesuchten Partners. Dieser Teil des Fragebogens soll auch Aufschluss darüber geben, ob es Unterschiede zwischen Männern und Frauen bezüglich der Erwartung in den Partner und bezüglich der Wichtigkeit bestimmter Kriterien bei der Partnerwahl gibt. Worauf wird beim Lesen und Ausfüllen einer Kontaktanzeige besonderes Augenmerk gelegt? Und bei welchen Fragen hat man selbst schon mal „geschummelt“, also nicht ganz der Wahrheit entsprechend geantwortet.

Dieser Teils des Fragebogens, dient dazu herauszufinden, ob Frauen, wie die Theorie besagt, eher bei Äußerlichkeiten und Männer eher bei Fragen nach dem Status ein bisschen beschönigen. Der Theorie zu Folge, sollten Männer auch eher bei der Größe und Frauen beim Gewicht „schummeln“. Ebenso sollen Unterschiede zwischen Personen mit hohem, bzw. niedrigem Selbstwert ermittelt werden.

- Über welche der folgenden Themen haben Sie sich mit Personen, die sie über die Kontaktbörse kennen gelernt haben schon vor dem ersten Treffen unterhalten?

- meine Einstellung zu bestimmten Themen (Meinung über die man diskutieren kann)
- Werthaltungen (fester und wichtiger als Einstellung)
- Persönliche Informationen (z.B.: Familie, Kindheit, usw...)
- Intime Informationen

- Welche Erfahrungen haben Sie, generell, mit Personen, die sie online kennengelernt haben im realen Leben gemacht?

- sehr gute
- eher gute
- sowohl als auch
- eher schlechte
- sehr schlechte

- Inwiefern stimmten ihre Vorstellungen von den Personen, die sie persönlich getroffen haben, mit der Realität überein?

Gefragt wurde nach folgenden Kriterien:

- Größe
- Figur
- Intelligenz
- Alter
- Sympathie
- Ehrlichkeit
- Humor
- Verlässlichkeit
- Interessen
- Aussehen

Hier wurde ein fünf-kategorieller Fragebogen für verschiedene Kriterien verwendet. Die Versuchspersonen konnten zwischen „Erwartungen sehr enttäuscht“ über „Erwartungen bestätigt“ bis zu „Erwartungen sehr übertroffen“, wählen.

- Welche Kriterien sind Ihnen bei Personen, die Sie übers Internet kennen lernen wollen, wichtig? Sie können bei jedem Kriterium zwischen "Sehr wichtig" "Eher wichtig" "Neutral" "Eher unwichtig" und "Völlig unwichtig" unterscheiden.

- Attraktives Aussehen
- Gute Figur
- Intelligenz
- Bildung
- Humor
- Treue
- Gutes Einkommen
- Gemeinsame Interessen
- Emotionale Nähe

- Offenheit, Ehrlichkeit
- Selbstbewusstsein
- Gute berufliche Stellung
- Sicherheit, Geborgenheit
- Gut gekleidet
- Ähnliche Einstellungen
- Positive Ausstrahlung
- Ehrgeiz, Fleiß

Diese Kategorien sollen mit Hilfe einer Faktorenanalyse zu einzelnen Faktoren zusammengefasst werden. Anschließend sollen auch hier Unterschiede zwischen den Geschlechtern, der Schüchternheit und dem Selbstwert untersucht werden.

- Wie wichtig sind folgende Angaben beim Lesen und Beantworten einer Kontaktanzeige für Sie?

- Größe
- Gewicht
- Ausbildung
- Beruf
- Wohnort
- Alter
- Profil mit Foto
- Aussehen

- Haben Sie schon einmal bei einem der folgenden Kriterien in einer eigenen Kontaktanzeige keine Angaben gemacht oder "geschummelt"?

- Größe
- Gewicht
- Alter
- Ausbildung/Job
- Persönliche Einstellungen
- Aussehen

Im weiteren Verlauf meines Fragebogens folgt eine Selbstbeschreibung, wie stellt sich der Proband selbst in einer Kontaktanzeige dar. Hier habe ich mich für eine Liste von 50 Wörtern entschieden. In einer Vorstudie wurden Probanden befragt, mit welchen 3 Wörtern sie sich in einer Kontaktanzeige selbst darstellen würden. Aus den angegebenen Daten wurden die 50 häufigsten ausgesucht und in Kategorien gesammelt.

- Stellen Sie sich vor, sie haben die Möglichkeit sich in einer Kontaktanzeige mit 5 Wörtern darzustellen. Bitte lesen Sie sich folgende Liste durch und wählen Sie 5 Wörter aus, mit denen Sie sich selbst beschreiben möchten.

Die Kategorien lauten:

- Aussehen, bzw. Äußerlichkeit
- Charaktereigenschaften
- Status
- Kontaktfreudigkeit (schüchtern, gesellig)
- Negative Eigenschaften

Zuteilung der Eigenschaftswörter in die jeweiligen Kategorien:

Aussehen:

Attraktiv, gepflegt, sportlich, klein, körperbewusst, jung, groß, schlank, sexy, mollig

Status:

Ehrgeizig, fleißig, zuverlässig, zielstrebig, großzügig, wohlhabend, niveauvoll, gebildet, eigenständig

Kontakt:

Gesellig, offen, freiheitsliebend, kontaktfreudig, schüchtern, kommunikativ, aufgeweckt, ungesellig, introvertiert, unabhängig

Negative Eigenschaften:

Langweilig, zynisch, eifersüchtig, desinteressiert, besitzergreifend, durchschnittlich, kompliziert, einsam

Charaktereigenschaften:

Intelligent, kinderlieb, einfühlsam, ausgeglichen, selbständig, treu, geduldig, ehrlich, humorvoll, selbstbewusst, aufmerksam, aufopfernd

Anhand dieser Kategorien soll verglichen werden, ob schüchterne Menschen sich selbst anders darstellen, bzw. beschreiben, als weniger Schüchterne und ob es einen Zusammenhang mit Erfolg in der Partnersuche und der Art der Selbstdarstellung gibt.

Die nächste Fragestellung bezieht sich auf die selbst eingeschätzte Schüchternheit. Es werden jeweils die gleichen sechs Fragen in Bezug auf sich selbst und in Bezug auf den Wunschpartner gestellt. Ich bin jemand der ... bzw. ich suche einen Partner der...

Die Versuchspersonen konnten hier einen von sieben Punkten zum anklicken wählen, je weiter rechts sich dieser Punkt befindet, desto schüchterner ist man selbst, bzw. desto schüchterner wünscht man sich seinen Partner.

Damit soll die Frage beantwortet werden ob Menschen, die schüchtern sind (dies wird anhand des Shyness Fragebogens herausgefunden), bzw. die sich selbst als schüchtern einschätzen, eher Menschen als Partner bevorzugen, die auch so sind, oder Personen die eher weniger schüchtern sind.

- Sie können bei folgenden Fragen zwischen zwei verschiedenen Richtungen wählen.

Wenn die Aussage auf der linken Seite auf Sie zutrifft kreuzen Sie ein Kästchen auf der linken Seite von der Mitte aus gesehen an. Je mehr die Aussage auf Sie zutrifft, desto weiter links machen Sie ihr Kreuz.

Trifft die Aussage auf der rechten Seite von der Mitte aus auf Sie zu, kreuzen Sie eines der Kästchen auf der rechten Seite an, je mehr die Aussage auf Sie zutrifft, desto weiter rechts.

Es wurde die gleiche Fragestellung zweimal vorgegeben. Einmal als Selbsteinschätzung und einmal als Wunsch an den Partner:

Ich bin ein Mensch der

Ich wünsche mir einen Partner der ...

- | | |
|----------------------------------|----------------------------------|
| - eher viel redet | - eher ruhig ist |
| - auf andere zugeht | - eher schüchtern ist |
| - gerne im Mittelpunkt steht | - ungern im Mittelpunkt steht |
| - sich in Gesprächen einbringt | - lieber zuhört |
| - gerne auf Partys geht | - lieber gemütlich daheim bleibt |
| - mit Fremden ins Gespräch kommt | - eher abwartend ist |

Als nächstes folgt der Schüchternheitsfragebogen von Henderson und Zimbardo.

(The Henderson/Zimbardo Shyness Questionnaire) Dieser umfasst im Original 35 Fragen zur Schüchternheit, ich habe den Fragebogen aus dem englischen übersetzt und 31 Fragen in meinem Fragebogen aufgenommen.

Weggelassene Fragen:

- I tend to be more critical of other people than I appear to be.
- I am usually aware of my feelings, even if I do not know what prompted them.
- I am frequently concerned about others approval.
- People feel superior when someone is socially anxious.

Ich habe diese 4 Fragen aus mehreren Gründen nicht in meinen Fragebogen aufgenommen. Der Fragebogen wurde in der Übersetzung einigen Freunden

vorgelegt, wobei ich bei den weggelassenen Fragen immer wieder die Rückmeldung bekommen habe, das unklar sei, worauf die Frage sich bezieht. Viele tendierten dazu, diese Fragen auszulassen, weil sie keine klare Antwort darauf geben konnten. Auch war ich nicht sicher wie die Antworten interpretiert werden sollten. Da sich in meiner Vorstudie eine Tendenz abzeichnete, dass die Fragen nicht oder nach Zufallsprinzip beantwortet wurden, habe ich mich dafür entschieden, sie in meiner Studie weg zu lassen. Auch in Anbetracht dessen, dass mein Fragebogen sowieso schon sehr lang ist und viele Personen ihn an dieser Stelle abgebrochen haben. Folgende Fragen wurden in den Fragebogen aufgenommen:

- Bitte geben Sie bei folgenden Aussagen an, wie sehr die Aussage auf Sie zutrifft. Sie können zwischen 1 (gar nicht zutreffend) und 5 (völlig zutreffend) unterscheiden.

- Ich habe Angst mich in Gesellschaft anderer zu blamieren.
- Ich fühle mich bei gesellschaftlichen Kontakten oft unsicher.
- Andere scheinen bei gesellschaftlichen Kontakten mehr Spaß zu haben als ich.
- Wenn mich jemand ablehnt nehme ich an, dass ich etwas falsch gemacht habe.
- Es ist für mich schwierig Menschen, die in ein Gespräch vertieft sind, anzusprechen
- Ich fühle mich oft einsam.
- Es ist schwer für mich „Nein“ zu übertriebenen Bitten zu sagen.
- Ich arbeite mehr als meinen Anteil an Projekten, weil ich nicht nein sagen kann.
- Ich finde es leicht jemanden um einen Gefallen zu bitten.
- Ich verberge vor anderen, wenn ich frustriert oder ärgerlich bin.
- Ich finde es schwer jemanden zu einem Rendez-vous einzuladen.
- Es fällt mir schwer meine wahren Gefühle vor anderen zum Ausdruck zu bringen.
- Ich neige dazu misstrauisch gegenüber den Absichten anderer mir gegenüber zu sein.
- Ich fühle mich belästigt, wenn ich anderen eine Bitte erfüllen soll.
- Es fällt mir leichter in Gruppendiskussionen zu beobachten statt aktiv daran teilzunehmen.
- Bei neuen gesellschaftlichen Kontakten habe ich Angst davor zurückgewiesen oder ignoriert zu werden.
- Ich mache mir Sorgen anderen eine Last zu sein.
- Persönliche Fragen von anderen machen mich unsicher.
- Ich lasse mich von anderen ausnutzen.
- Wenn ich denke, dass andere negativ reagieren, suche ich die Schuld bei mir.
- Ich versuche heraus zu bekommen, was andere in bestimmten Situationen von mir erwarten und verhalte mich dann danach.
- Es ist mir peinlich, wenn ich anders aussehe oder mich anders verhalte als andere.

- Ich bin von mir selbst enttäuscht.
- Ich gebe mir selbst die Schuld, wenn etwas nicht so läuft, wie ich mir das vorstelle.
- Nach gesellschaftlichen Kontakten fühle ich mich enttäuscht von meinem Auftreten.
- Bei gesellschaftlichen Kontakten riskiere ich gerne etwas.
- Wenn mich jemand kritisiert nehme ich eher an, dass derjenige einen schlechten Tag hat.
- Wenn ich anderen zuviel von mir preisgeben würde, würden sie schlecht über mich reden.
- Ich glaube es ist wichtig es anderen recht zu machen.
- Wenn ich Zeit mit anderen Menschen verbringe, denke ich nachher oft über mein Verhalten nach.
- Ich bin zufrieden mit dem Grad meiner gesellschaftlichen Anerkennung.

Trotz der großen Anzahl an Fragen ergab eine von mir gerechnete Faktorenanalyse nur einen Faktor: Schüchternheit. Dieser Fragebogen ist also sehr gut dafür geeignet die Stichprobe in schüchterne und nicht schüchterne Personen aufzuteilen.

Es folgt der **Wiener Selbstwert Test** in der gekürzten Fassung von Werner Herkner (1994).

Bei der Entwicklung dieses Selbstwerttests wurde darauf geachtet, dass die vier Quellen des Selbstwerts (positive Gefühle, Erfüllen sozialer Standards, Erfüllen innerer Standards und Identifikation mit positiven Bezugsgruppen) einbezogen wurden und für jede dieser Gruppen der Selbstwert bestimmt werden kann.

Der Selbstwertfragebogen besteht aus insgesamt 20 Items, die in vier verschiedene Selbstwertkategorien eingeteilt werden. Diese Kategorien lauten:

- Diffuser Selbstwert
- Öffentlicher Selbstwert
- Privater Selbstwert
- Kollektiver Selbstwert

Die Versuchspersonen konnten auf einer vier-stufigen Skala zwischen „fast immer“, „oft“, „manchmal“ und „nie“ wählen.

Folgende Fragen wurden gestellt:

Diffuser Selbstwert:

- Ich bin gut gelaunt.
- Ich fühle mich wohl.
- Ich bin frustriert.
- Ich fühle mich ausgeglichen.
- Ich bin fröhlich.

Öffentlicher Selbstwert:

- Ich mache einen guten Eindruck auf andere.
- Andere finden mich attraktiv.
- Ich fühle mich von anderen anerkannt.
- Ich werde von anderen gelobt.
- Es gelingt mir zu beeinflussen, was andere von mir denken.

Privater Selbstwert:

- Ich bringe meiner Meinung nach gute Leistungen.
- Ich bin mit mir selbst zufrieden.
- Ich könnte mich mehr anstrengen.
- Ich bin auf die Hilfe anderer angewiesen.
- Ich selbst entscheide was ich tun möchte.

Kollektiver Selbstwert.

- Ich bin froh Mitglied dieser Gruppe zu sein.
- Ich identifiziere mich mit dieser Gruppe.
- Ich bin stolz auf diese Gruppe.
- Ich erfülle die Rolle in dieser Gruppe gut.
- Meine Loyalität zu dieser Gruppe ist stark.

Die Anweisungen hinsichtlich des kollektiven Selbstwerts lauteten wie folgt:

- Die folgenden Feststellungen beziehen sich auf für Sie persönlich wichtige Bezugsgruppen. Das können Familienmitglieder, Arbeitskollegen, Freunde, Mitglieder eines Vereins dem Sie angehören sein. Auch größere Gruppen, zu denen Sie sich zugehörig fühlen können, sind gemeint: etwa Ihre Berufsgenossen, Studiengenossen, Landsleute, die Mitglieder Ihrer Religionsgemeinschaft, die Fans desselben Fussballvereins, etc. Denken Sie bitte daran, was im Allgemeinen für Sie zutrifft. Wenn Sie mehrere Bezugsgruppen im Sinn haben, wählen Sie die Antwort, die beschreibt, was für Sie am wichtigsten ist, wenn es um Bezugsgruppen geht.

Ich habe in den Selbstdarstellungsfragebogen noch einige Extra-Fragen eingebaut, welche die selbst eingeschätzte Attraktivität und die Treue der Befragten anzeigen sollten.

- Ich achte sehr auf mein Aussehen.
- Ich kleide mich gerne gut.
- Ich lege wenig Wert auf mein Äußeres.
- Ich bin in einer Partnerschaft treu.
- Ich bin meinem Partner gegenüber treu und ehrlich.

Anschließend folgt die **Self-Presentation tactic scale** von Lee.

Diese wurde von mir übersetzt und gekürzt. Der Fragebogen basiert auf der Theorie von Tedeschi et al (Tedeschi und Lindskold, 1976, Tedeschi, 1981, Tedeschi und Melburg, 1984, zitiert nach Lee et al, 1999, S.704). Wie Tedeschi et al unterscheiden auch Lee et al in ihrem Fragebogen zwischen 2 verschiedenen Selbstdarstellungstechniken. Einerseits die Gruppe der defensiven Selbstdarstellungstechniken und andererseits die Gruppe der assertiven, also bestimmenden Selbstdarstellungstechniken. Während assertive Techniken dazu dienen die eigene Identität zu entwickeln und zu kreieren, dienen defensive Techniken dazu die Identität zu verteidigen, bzw. wieder herzustellen, wenn sie angegriffen wurde.

Die 12 Selbstdarstellungstechniken lauten wie folgt:

Defensive Techniken:

1) Excuse (Ausreden)

- Wenn ich beschuldigt werde etwas falsch gemacht zu haben, suche ich Ausreden dafür.
- Ich erfinde Ausreden für zu geringe Leistung.
- Ich versuche andere zu überzeugen, dass ich nicht für negative Ergebnisse verantwortlich bin.

2) Justification (Rechtfertigung)

- Nach einer negativen Aktion, versuche ich anderen klar zu machen, dass sie genauso gehandelt hätten, wenn sie in meiner Situation gewesen wären.
- Wenn andere mein Verhalten negativ beurteilen, habe ich immer eine Begründung dafür, damit sie verstehen, dass mein Verhalten gerechtfertigt war.
- Ich rechtfertige mein Verhalten um negative Reaktionen von anderen zu vermeiden.

3) Disclaimer (Widerruf, Dimenti)

- Ich versuche die Zustimmung anderer zu bekommen, bevor ich etwas tun könnte, was anderen negativ erscheint.
- Ich rechtfertige mich schon vorher für Verhalten, das andere nicht mögen könnten.
- Ich suche Entschuldigungen für mein mögliches Versagen bevor ich an einem schwierigen Test teilnehme.

4) Self-handicapping (Selbstbehinderung)

- Angst behindert meine Leistung.
- Ich setze mir selbst Hindernisse in den Weg, die meinen Erfolg verhindern.
- Ich werde krank, wenn ich mich unter Druck gesetzt fühle, weil ich gute Leistungen erbringen soll.

5) Apology (Entschuldigungen)

- Ich zeige Reue und Schuld, wenn ich etwas falsch gemacht habe.
- Ich versuche für jeden Schaden, den ich anderen beigebracht habe gerade zu stehen.
- Wenn ich jemandem schade, entschuldige ich mich und verspreche, dass es nie wieder vorkommen wird.

Assertive Techniken:

1) Ingratiation (Anbiederung)

- Ich schmeichle anderen um Sympathie zu gewinnen.
- Ich vertrete die gleiche Einstellung wie andere, damit diese mich akzeptieren.
- Ich tue andern einen Gefallen, damit sie mich mögen.

2) Intimidation (Einschüchterung)

- Ich benehme mich so, dass andere Angst vor mir haben.
- Ich mache Dinge, die andere einschüchtern, damit diese machen was ich will.
- Ich bedrohe andere, wenn mir das hilft das zu bekommen was ich will.

3) Supplication (Flehen, Unterwürfigkeit)

- Ich sage andern, dass sie stärker und kompetenter als ich sind um sie dazu zu bringen Dinge für mich zu tun.
- Ich lass andere glauben, dass ich etwas ohne ihre Hilfe nicht tun könnte.
- Ich zögere und hoffe, dass andere die Verantwortung für Gruppenaufgaben übernehmen werden.

4) Entitlement (Anspruch)

- Ich beanspruche Ansehen für Dinge die ich gar nicht getan habe.
- Ich erzähle anderen von meinen positiven Leistungen (Fähigkeiten).
- Wenn ich in einem Gruppenprojekt arbeite, tue ich so als wäre mein Beitrag größer als er tatsächlich ist.

5) Enhancement (Vergrößerung, Verstärkung)

- Wenn ich erfolgreich bei einer Aufgabe bin, betone ich die Wichtigkeit dieser Aufgabe.
- Ich übertreibe den Wert meiner Fähigkeiten (Leistungen).
- Ich erzähle anderen wenn ich etwas gut mache, dass andere schwierig finden.

6) Blasting (Erscheinen, Strahlen)

- Ich demütige andere, damit ich selbst besser dastehe.
- Ich sage negative Dinge über unpopuläre (unbeliebte) Gruppen.
- Ich übertreibe die negativen Qualitäten der Menschen die mit mir konkurrieren.

7) Exemplifikation (Vorbild)

- Ich versuche ein Beispiel für andere zu setzen, dem sie folgen können.
- Ich benehme mich so, wie ich denke, dass andere sich auch benehmen sollten.
- Ich versuche ein Vorbild für andere zu sein, indem ich mit positivem Beispiel voran gehe.

Zu jeder der Techniken gibt es im Originalfragebogen von Lee et al 5-8 Fragen. Ich habe in meiner gekürzten Fassung jeweils 2 davon weg gelassen, da der Fragebogen sonst viel zu lang geworden wäre. Insgesamt umfasst mein Fragebogen somit insgesamt 36 Fragen zu den 12 verschiedenen Techniken.

Zum Abschluss folgen noch einige demographische Daten der Befragten. Hier wird nach dem Alter, Geschlecht, Bundesland, Ausbildung, Beruf und der sexuellen Orientierung der Teilnehmer gefragt. Weiters ob eigene Kinder vorhanden sind und wie viel Zeit für die Kontaktsuche im Internet verwendet wird.

- Alter ____
- Geschlecht:
 - Männlich
 - Weiblich
- In welchem Bundesland sind Sie wohnhaft?
 - Wien
 - Niederösterreich
 - Burgenland
 - Oberösterreich
 - Steiermark
 - Salzburg
 - Kärnten
 - Tirol
 - Vorarlberg
 - Nicht in Österreich

- Welches ist ihre höchste abgeschlossene Ausbildung?

- Kein Schulabschluss
- Hauptschulabschluss
- Polytechnikum
- Lehre
- Fachschule
- Matura/Abitur
- Kolleg
- Hochschulstudium
- Anderer Abschluss

Für die Auswertung wurden die verschiedenen Ausbildungen zusammengefasst auf Pflichtschule, Lehre/BMS, Matura, Kolleg/Uni.

- Wie viel Zeit verbringen Sie mit der Kontaktsuche im Internet?

- Bis zu 2 Stunden täglich
- 2 – 6 Stunden täglich
- Mehr als 6 Stunden täglich
- Bis zu 6 Stunden in der Woche
- Noch seltener

- Haben Sie derzeit einen festen Partner?

- Ja
- Nein

- Haben Sie Kinder?

- Ja
- Nein

- Wenn ja, leben die Kinder in ihrem Haushalt?

- Ja
- Nein

- Welche ist Ihre sexuelle Orientierung?

- Heterosexuell
- Homosexuell
- Bisexuell

7.1.3 Erklärung der statistischen Begriffe und Verfahren

Hier werden einige statistische Verfahren, die in meiner Arbeit zur Anwendung kommen und allgemeine Begriffe aus der Statistik kurz erklärt.

- **Mittelwert:** Arithmetisches Mittel der abhängigen Variablen innerhalb der einzelnen Fallgruppen.
- **Standardabweichung:** Maß für die Streuung der Werte innerhalb der einzelnen Gruppen.
- **Kreuztabelle:** Die Kreuztabelle dient dazu, die gemeinsame Häufigkeitsverteilung zweier Variablen darzustellen.
- **Einfaktorielle Varianzanalyse (ANOVA):** Mit einer einfaktoriellen ANOVA lässt sich die Hypothese überprüfen, der zufolge eine Variable in unterschiedlichen Teilgruppen der Grundgesamtheit einen gleich hohen Mittelwert aufweist. Die getestete Nullhypothese unterstellt, alle miteinander verglichenen Gruppenmittelwerte der betrachteten Variablen seien in der Grundgesamtheit identisch. Es werden multiple Vergleichstests durchgeführt, mit deren Hilfe identifiziert werden kann, zwischen welchen der betrachteten Gruppen signifikante Mittelwertsunterschiede bestehen. (Brosius 2004, S.501)
Voraussetzungen: Intervallskalenniveau, Normalverteilung, Varianzgleichheit
Die Gleichheit der Varianzen wurde mit einem Levene-Test überprüft und ist in allen Fällen, wo eine Varianzanalyse berechnet wurde gegeben.
- **Post Hoc Test:** Wenn sich bei der Varianzanalyse Mittelwertsunterschiede ergeben, ist es oft noch notwendig, einen Post Hoc Test zu benutzen um herauszufinden, welche der berechneten Mittelwerte voneinander abweichen. Es kann durchaus sein, dass mehrer Mittelwerte miteinander übereinstimmen und nur einer oder wenige Gruppenmittelwerte von diesem einheitlichen Mittelwert abweichen. Ein Test um dies heraus zu finden, den ich in meiner Arbeit verwendet habe ist der:

- **Student-Newman-Keuls-Test:** Auf der Basis der Student-Verteilung werden paarweise Vergleiche zwischen den Gruppen durchgeführt. (Brosius, 2004, S.508)
- **Allgemeines lineares Modell (ALM) – Univariat:** Dieses Modell ist eine Erweiterung der ANOVA. Auch mit dieser Prozedur wird der Einfluss unabhängiger, erklärender Variablen auf die Mittelwerte einer abhängigen Variablen untersucht. Allerdings ist es möglich mehrere unabhängige Variablen einzubeziehen und auch Wechselwirkungseffekte (Interaktionsbeziehungen) zwischen den unabhängigen Variablen aufzudecken. (Brosius, 2004, S.613)
- **Chi-Quadrat Test:** Hier wird überprüft, ob die beobachteten Häufigkeiten einer Variablen mit vorgegebenen, erwarteten Häufigkeiten übereinstimmen.
Vorraussetzung: Nominalskalenniveau
- **Faktorenanalyse:** Den Ausgangspunkt einer Faktorenanalyse bildet eine große Anzahl von Variablen, von denen a priori nicht bekannt ist, ob und in welcher Weise diese miteinander zusammenhängen, für die aber vermutet wird, dass sie bestimmte komplexe Sachverhalte repräsentieren. Mit der Faktorenanalyse lässt sich dann untersuchen, ob sich unter den betrachteten Variablen solche Gruppen befinden, denen jeweils eine komplexe Hintergrundvariable zugrunde liegt. Solche Hintergrundvariablen werden als Faktoren bezeichnet. Das Ziel der Faktorenanalyse ist es, den hohen Grad an Komplexität, der durch eine Vielzahl von Variablen abgebildet wird, dadurch handhabbar und oft auch erst interpretierbar zu machen, dass die Variablen auf möglichst wenige Faktoren, die letztlich hinter den beobachteten Variablen stehen, reduziert werden.
(Brosius, 2004, S.773)
- **Mann-Whitney-Test:** Bei diesem Test wird überprüft, ob zwei unabhängige Stichproben derselben Grundgesamtheit entstammen. Der Test erfolgt auf der Basis von Rangunterschieden.
Vorraussetzung: Ordinalskalenniveau

- **Kruskal-Wallis-Test:** Hier wird überprüft ob mehrere unabhängigen Stichproben derselben Grundgesamtheit entstammen. Dabei werden die mittleren Rangwerte verglichen. Dieser Test wird angewendet, wenn Intervallskalenniveau nicht gegeben ist.

Vorraussetzung: Ordinalskalenniveau

- **Unabhängige Variable:** Erklärende Variable
- **Abhängige Variablen:** Variablen, deren Mittelwerte in verschiedenen Fallgruppen miteinander verglichen werden.
- **Signifikanzniveau:** Die Irrtumswahrscheinlichkeit, die als Kriterium für das Annehmen oder Ablehnen der Hypothese gleicher Mittelwerte dient. Ich habe mich, wie allgemein üblich, für ein Signifikanzniveau von 0,05 (5%) entschieden.

8 Auswertung der Daten

Insgesamt haben 274 Personen an meiner Befragung teilgenommen. Diese Daten wurden in eine Datenmaske der Statistiksoftware SPSS 15 übertragen. Wo es notwendig war, wurden einzelne Werte umkodiert.

8.1. Deskriptivstatistik

8.1.1 Soziodemographische Merkmale

Geschlecht und sexuelle Orientierung

Von den 274 Teilnehmern waren 135 (49,3%) männlich und 139 (50,7%) weiblich. 257 Teilnehmer, das sind 93,8% der Befragten sind heterosexuell orientiert, die Unterscheidung wurde in der Auswertung deswegen nicht berücksichtigt.

Alter der Befragten

Die jüngsten Teilnehmer waren 16 Jahre alt, die ältesten 57. Das ergibt einen Median von 31,3 Jahren. Anhand dieses Medians wurde die Stichprobe für einige Hypothesen in eine Gruppe unter 30 Jahren und in eine über 30 Jahren eingeteilt.

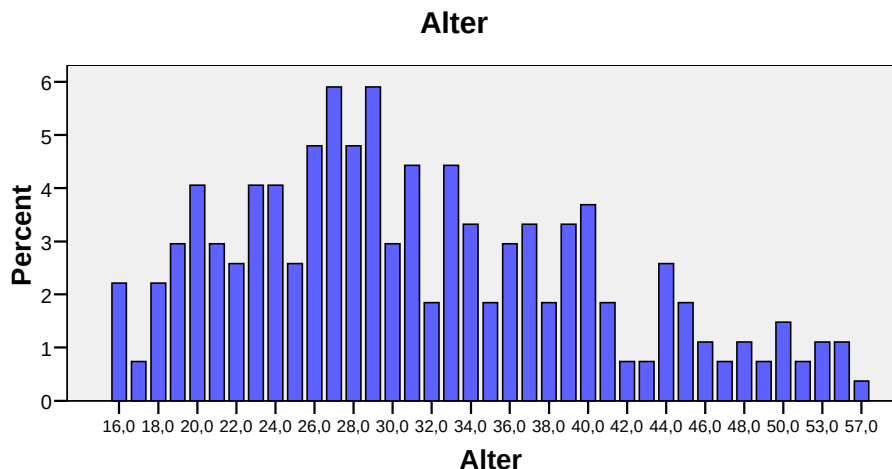


Abbildung 3: Alter in Prozent

Tabelle 1: Alter in Gruppen zusammengefasst

Alter in Gruppe		Häufigkeit	Prozent	gültige Prozente	kumulative Prozente
Gültig	< 30 Jahre	135	49,3	49,8	49,8
	>= 30 Jahre	136	49,6	50,2	100,0
	Total	271	98,9	100,0	
Fehlend	System	3	1,1		
Total		274	100,0		

Bundesland

Der überwiegende Teil der Befragten, 169 Personen das sind 61,7% kommt aus der Bundeshauptstadt Wien. Insgesamt 95% der Stichprobe wird mit Personen aus Wien, Niederösterreich, Oberösterreich, Steiermark und dem Burgenland abgedeckt. 3 Personen sind im Ausland wohnhaft, aber trotzdem in einer österreichischen Kontaktbörse registriert.

Schulbildung

102 Personen, das entspricht 38% der Teilnehmer haben Maturaabschluss, 53 Personen, das sind 19,3% einen Hochschulabschluss. Mit Hauptschule oder Polytechnikum haben insgesamt 16 Personen abgeschlossen, 42 Personen machten eine Lehrausbildung, 28 Personen besuchten eine Fachschule, 8 Personen ein Kolleg und 6 Personen haben (noch) keine abgeschlossenen Schulbildung. Die übrigen 17 Personen gaben an, einen anderen als die aufgeführten Abschlüsse zu haben. Diese Angaben wurden zur Vereinfachung in Gruppen eingeteilt:

- Pflichtschulabsolventen (kein Abschluss, Hauptschule, Polytechnikum)
- Lehre oder Fachschule
- Maturanten
- Kolleg- und Hochschulabsolventen

Berufstätigkeit

195 Personen sind berufstätig, 10 Personen arbeitslos, 51 in Ausbildung, 4 Personen sind Hausfrau/Mann, 2 bereits in Pension und 12 Personen machten die Angabe Sonstiges.

Partnerschaft

75 Personen, also 27,4% leben bereits in einer Partnerschaft, 197 Personen befanden sich zum Zeitpunkt der Befragung in keiner Beziehung.

Kinder

52 der Teilnehmer (19%) haben eigene Kinder, 221 geben an keine Kinder zu haben. Von den 52 Teilnehmern mit Kindern leben bei 30 Personen die Kinder im eigenen Haushalt.

Zeit die für die Partnersuche im Internet aufgewendet wird

Die überwiegende Mehrheit von 167 Personen (60,9%) gibt an weniger als 6 Stunden wöchentlich für die Partnersuche im Internet aufzuwenden. 50 Personen verbringen bis zu 6 Stunden wöchentlich mit der Partnersuche, immerhin 42 Personen, das sind 15,3% bis zu 2 Stunden täglich. 13 Personen verbringen zwischen 2 und 6 Stunden täglich mit der Partnersuche im Internet und 2 Personen sogar mehr als 6 Stunden täglich.



Abbildung 4: Zeit, die für die Partnersuche im Internet aufgewendet wird

8.1.2 Schüchternheit, Selbstwert, Beziehungswunsch

Zu Beginn möchte ich einige Grundberechnungen vorstellen, die ich durchgeführt habe, um grundsätzliche Unterschiede hinsichtlich der Schüchternheit, des Selbstwertes und des Beziehungswunsches meiner Versuchspersonen aufzuzeigen.

Schüchternheit

Mit Hilfe des Schüchternheitsfragebogens von Henderson und Zimbardo wurden die Versuchsteilnehmer in eine Gruppe der Schüchternen und eine Gruppe der Nicht-Schüchternen eingeteilt.

Schüchternheit und Geschlecht

Verfahren: univariate einfaktorielle Varianzanalyse

UV: Geschlecht

AV: Schüchternheit

Tabelle 2: Kreuztabelle: Geschlecht * Schüchternheit

		Einteilung nach Schüchternheit		Total
		niedrig	hoch	niedrig
Geschlecht	männlich	62	73	135
	weiblich	75	64	139
Total		137	137	274

62 Männer und 75 Frauen gehören zu der Gruppe der wenig Schüchternen, 73 Männer und 64 Frauen zur Gruppe der Schüchternen.

Tabelle 3: Varianzanalyse Schüchternheit * Geschlecht

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: Schüchternheit-Gesamtwert

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	,787 ^a	1	,787	2,377	,124
Intercept	1576,783	1	1576,783	4765,569	,000
Geschlecht	,787	1	,787	2,377	,124
Error	89,997	272	,331		
Total	1666,874	274			
Corrected Total	90,783	273			

a. R Squared = ,009 (Adjusted R Squared = ,005)

Es konnte kein signifikanter Unterschied zwischen Männern und Frauen in der Schüchternheit festgestellt werden. $F(272)=2,377$; $p=0,124$

Schüchternheit und Kinder

Verfahren: univariate einfaktorielle Varianzanalyse

UV: Geschlecht

AV: Schüchternheit

Tabelle 4: Mittelwerte und Standardabweichung der Schüchternheit bei Personen mit und ohne Kinder

Descriptive Statistics

Dependent Variable: Schüchternheit-Gesamtwert

Kinder	Mean	Std. Deviation	N
ja	2,2833	,51974	52
nein	2,4227	,58701	221
Total	2,3961	,57651	273

52 der 273 Versuchsteilnehmer haben eigene Kinder.

Es konnte kein signifikanter Unterschied in der Schüchternheit zwischen Personen mit Kindern und Personen ohne Kinder festgestellt werden. ($F(1, 271) = 2,475$; $p = 0,117$)

Tabelle 5: Varianzanalyse Schüchternheit * Kinder

Tests of Between-Subjects Effects					
Dependent Variable: Schüchternheit-Gesamtwert					
Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	,818 ^a	1	,818	*	,117
Intercept	932,226	1	932,226	*	,000
Kinder	,818	1	,818	*	,117
Error	89,584	271	,331		
Total	1657,786	273			
Corrected Total	90,402	272			

a. R Squared = ,009 (Adjusted R Squared = ,005)

Schüchternheit und Ausbildung

Verfahren: univariate einfaktorielle Varianzanalyse

UV: Ausbildung

AV: Schüchternheit

Tabelle 6: Mittelwerte und Standardabweichung der Schüchternheit nach Ausbildung

Descriptive Statistics			
Dependent Variable: Schüchternheit-Gesamtwert			
Schulbildung-Rekodiert	Mean	Std. Deviation	N
PS	2,6190	,57529	22
Lehre/BMS	2,3909	,55236	70
Matura	2,4040	,59295	104
Kolleg/Uni	2,3421	,57670	61
Total	2,4041	,57769	257

Es wurde kein signifikanter Unterschied zwischen Ausbildung und Schüchternheit gefunden. ($F(3, 251) = 1,266$; $p = 0,287$)

Tabelle 7: Varianzanalyse Schüchternheit * Ausbildung

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: Schüchternheit-Gesamtwert

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	1,263 ^a	3	,421	1,266	,287
Intercept	1109,979	1	1109,979	3336,378	,000
Ausbildung	1,263	3	,421	1,266	,287
Error	84,171	253	,333		
Total	1570,868	257			
Corrected Total	85,434	256			

a. R Squared = ,015 (Adjusted R Squared = ,003)

Selbstwert

Mit Hilfe des Wiener Selbstwert Tests wurde die Versuchsgruppe in Personen mit hohem und Personen mit niedrigem Selbstwert aufgeteilt.

Selbstwert und Geschlecht

Verfahren: univariate einfaktorielle Varianzanalyse

UV: Geschlecht

AV: Selbstwert

Tabelle 8: Mittelwerte und Standardabweichung des Selbstwerts nach Geschlecht

Descriptive Statistics

	Geschlecht	Mean	Std. Deviation	N
SW-Diffus	männlich	1,9502	,56820	134
	weiblich	1,9680	,57166	133
	Total	1,9591	,56892	267
SW-Privat	männlich	1,9604	,44282	134
	weiblich	1,9774	,46427	133
	Total	1,9689	,45286	267
SW-Kollektiv	männlich	1,7772	,61999	134
	weiblich	1,6406	,66731	133
	Total	1,7092	,64642	267
SW-Öffentlich	männlich	2,2918	,58320	134
	weiblich	2,1925	,57229	133
	Total	2,2423	,57885	267

Wie untenstehende Tabelle zeigt unterscheiden sich Männer und Frauen nicht signifikant im Selbstwert. Keiner der Selbstwertskalen ergab ein signifikantes Ergebnis. Der größte Unterschied mit $p=0,084$ zeigt sich im kollektiven Selbstwert. Hier haben Männer einen etwas höheren Wert, was darauf hin deutet, dass Frauen sich tendenziell eher mit einer bestimmten Gruppe identifizieren als Männer.

Tabelle 9: Varianzanalyse Selbstwert * Geschlecht

Tests of Between-Subjects Effects						
Quelle	Abhängige Variable	Quadratsumme vom Typ III	df	Mittel der Quadrate	F	Signifikanz
Korrigiertes Modell	SW-Diffus	,021 ^a	1	,021	,065	,799
	SW-Privat	,019 ^b	1	,019	,094	,760
	SW-Kollektiv	1,246 ^c	1	1,246	3,005	,084
	SW-Öffentlich	,658 ^d	1	,658	1,972	,161
Intercept	SW-Diffus	1024,800	1	1024,800	3155,022	,000
	SW-Privat	1035,077	1	1035,077	5029,925	,000
	SW-Kollektiv	779,738	1	779,738	1880,104	,000
	SW-Öffentlich	1342,237	1	1342,237	4020,560	,000
Geschlecht	SW-Diffus	,021	1	,021	,065	,799
	SW-Privat	,019	1	,019	,094	,760
	SW-Kollektiv	1,246	1	1,246	3,005	,084
	SW-Öffentlich	,658	1	,658	1,972	,161
Fehler	SW-Diffus	86,076	265	,325		
	SW-Privat	54,533	265	,206		
	SW-Kollektiv	109,904	265	,415		
	SW-Öffentlich	88,468	265	,334		
Gesamt	SW-Diffus	1110,877	267			
	SW-Privat	1089,610	267			
	SW-Kollektiv	891,133	267			
	SW-Öffentlich	1431,605	267			
Korrigierte Gesamtvariation	SW-Diffus	86,097	266			
	SW-Privat	54,552	266			
	SW-Kollektiv	111,150	266			
	SW-Öffentlich	89,127	266			

a. R Quadrat = ,000 (korrigiertes R-Quadrat = -,004)

b. R Quadrat = ,000 (korrigiertes R-Quadrat = -,003)

c. R Quadrat = ,011 (korrigiertes R-Quadrat= ,007)

d. R Quadrat = ,007 (korrigiertes R-Quadrat= ,004)

Selbstwert und Kinder

Verfahren: univariate einfaktorielle Varianzanalyse

UV: Kinder

AV: Selbstwert

Tabelle 10: Varianzanalyse Selbstwert * Kinder

Tests of Between-Subjects Effects						
Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	SW-Diffus	,179 ^a	1	,179	,551	,459
	SW-Privat	,306 ^b	1	,306	1,502	,221
	SW-Kollektiv	1,332 ^c	1	1,332	3,205	,075
	SW-Öffentlich	,060 ^d	1	,060	,179	,673
Intercept	SW-Diffus	610,113	1	610,113	1874,731	,000
	SW-Privat	610,875	1	610,875	2995,053	,000
	SW-Kollektiv	442,989	1	442,989	1065,761	,000
	SW-Öffentlich	806,345	1	806,345	2398,470	,000
Kinder	SW-Diffus	,179	1	,179	,551	,459
	SW-Privat	,306	1	,306	1,502	,221
	SW-Kollektiv	1,332	1	1,332	3,205	,075
	SW-Öffentlich	,060	1	,060	,179	,673
Error	SW-Diffus	85,916	264	,325		
	SW-Privat	53,846	264	,204		
	SW-Kollektiv	109,733	264	,416		
	SW-Öffentlich	88,755	264	,336		
Total	SW-Diffus	1106,877	266			
	SW-Privat	1082,850	266			
	SW-Kollektiv	887,133	266			
	SW-Öffentlich	1423,765	266			
Corrected Total	SW-Diffus	86,096	265			
	SW-Privat	54,152	265			
	SW-Kollektiv	111,065	265			
	SW-Öffentlich	88,815	265			

a. R Squared = ,002 (Adjusted R Squared = -,002)

b. R Squared = ,006 (Adjusted R Squared = ,002)

c. R Squared = ,012 (Adjusted R Squared = ,008)

d. R Squared = ,001 (Adjusted R Squared = -,003)

Es wurde kein signifikanter Unterschied im Selbstwert zwischen Personen mit Kindern und ohne Kinder gefunden.

Der größte Unterschied mit $p=0,075$ ist im Bereich kollektiver Selbstwert zu finden.

Personen mit Kindern haben hier einen niedrigeren Wert, ihr kollektiver Selbstwert ist also tendenziell etwas größer als bei Personen ohne Kinder. Das ist wenig verwunderlich, da wohl die meisten Personen mit Kindern sich zu der Gruppe der Eltern gezählt haben und sich mehr mit dieser Gruppe identifizieren als Personen ohne Kinder mit anderen gewählten Gruppen. Das könnte auch das Ergebnis der vorigen Frage erklären, warum Frauen einen höheren kollektiven Selbstwert aufweisen als Männer. Vielleicht identifizieren sich Frauen stärker mit ihrer Rolle als

Mutter als Väter dies tun. Das sind jedoch nur Vermutungen, da der Fragebogen über die genaue Art der Gruppe keine Angaben macht.

Selbstwert und Ausbildung

Verfahren: univariate einfaktorielle Varianzanalyse

UV: Ausbildung

AV: Selbstwert

Tabelle 11: Varianzanalyse Selbstwert * Ausbildung

Tests of Between-Subjects Effects						
Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	SW-Diffus	,906 ^a	3	,302	,951	,417
	SW-Privat	1,780 ^b	3	,593	3,006	,031
	SW-Kollektiv	1,495 ^c	3	,498	1,174	,320
	SW-Öffentlich	1,304 ^d	3	,435	1,300	,275
Intercept	SW-Diffus	705,524	1	705,524	2220,827	,000
	SW-Privat	704,901	1	704,901	3571,193	,000
	SW-Kollektiv	544,215	1	544,215	1281,986	,000
	SW-Öffentlich	941,329	1	941,329	2815,619	,000
rschule	SW-Diffus	,906	3	,302	,951	,417
	SW-Privat	1,780	3	,593	3,006	,031
	SW-Kollektiv	1,495	3	,498	1,174	,320
	SW-Öffentlich	1,304	3	,435	1,300	,275
Error	SW-Diffus	78,468	247	,318		
	SW-Privat	48,754	247	,197		
	SW-Kollektiv	104,854	247	,425		
	SW-Öffentlich	82,578	247	,334		
Total	SW-Diffus	1049,597	251			
	SW-Privat	1019,250	251			
	SW-Kollektiv	840,093	251			
	SW-Öffentlich	1358,622	251			
Corrected Total	SW-Diffus	79,375	250			
	SW-Privat	50,534	250			
	SW-Kollektiv	106,349	250			
	SW-Öffentlich	83,882	250			

a. R Squared = ,011 (Adjusted R Squared = -,001)

b. R Squared = ,035 (Adjusted R Squared = ,024)

c. R Squared = ,014 (Adjusted R Squared = ,002)

d. R Squared = ,016 (Adjusted R Squared = ,004)

Es zeigt sich ein signifikantes Ergebnis im Privaten Selbstwert. $F(24)=3,006$; $p=0,031$

Wenn man sich die Daten genauer anschaut sieht man, dass Pflichtschule und Matura einen niedrigeren privaten SW haben als Uni und Lehre. Das könnte daran liegen, dass Personen die eine Lehre oder ein Universitätsstudium abschließen diese Entscheidung eher als eine von ihnen persönlich gewählte ansehen und sich deswegen im beruflichen Bereich mehr anstrengen und mit ihren Leistungen zufriedener sind, wodurch auch der private Selbstwert erhöht wird. Matura ist ähnlich wie Pflichtschule eine Ausbildung, die viele Jugendliche auf Wunsch ihrer Eltern, oder weil sie keine andere Wahl haben, abschließen.

Tabelle 12: Mittelwerte und Standardabweichung des privaten Selbstwerts

Descriptive Statistics				
	Schulbildung-Rekodiert	Mean	Std. Deviation	N
SW-Privat	PS	2,1095	,49589	21
	Lehre/BMS	1,8783	,38687	69
	Matura	2,0353	,48617	102
	Kolleg/Uni	1,8915	,41076	59
	Total	1,9645	,44960	251

Beziehungswunsch

Tabelle 13: Häufigkeitstabelle: Beziehungswunsch der Versuchsteilnehmer

Vordergründigster Wunsch bei Registrierung			
		Frequency	Percent
Valid	feste Beziehung	169	61,7
	Freundschaft	55	20,1
	Freizeitpartner	15	5,5
	Affäre	15	5,5
	Anderes	18	6,6
	Total	272	99,3
Missing	System	2	,7
Total		274	100,0

Der Großteil der Befragten, 169 Personen, das sind 63,1%, sucht mit ihrer Kontaktanzeige eine feste Beziehung. 20,2%, das sind immerhin 55 Personen, sind auf der Suche nach einer Freundschaft. Jeweils 5,5% hoffen übers Internet einen Freizeitpartner oder eine Affäre zu finden und 18 Personen, das sind 6,6% suchen überhaupt etwas (nicht näher definiertes) anderes. Die Kategorie „Freizeitpartner“ wurde in den weiteren Auswertungen mit der Kategorie „Freundschaft“

zusammengefasst, die Kategorie „Anderes“ wegen zu geringer Aussagekraft, weggelassen. („Anderes“ könnte zum Beispiel aus reiner Neugierde, zum Spaß ohne wirklich einen Partner zu suchen oder um jemanden eifersüchtig zu machen angekreuzt worden sein). Welche Motive man sonst noch haben kann sich in einer Online Kontaktbörse einzutragen, könnte noch näher untersucht werden.

Vordergründigster Wunsch bei Registrierung

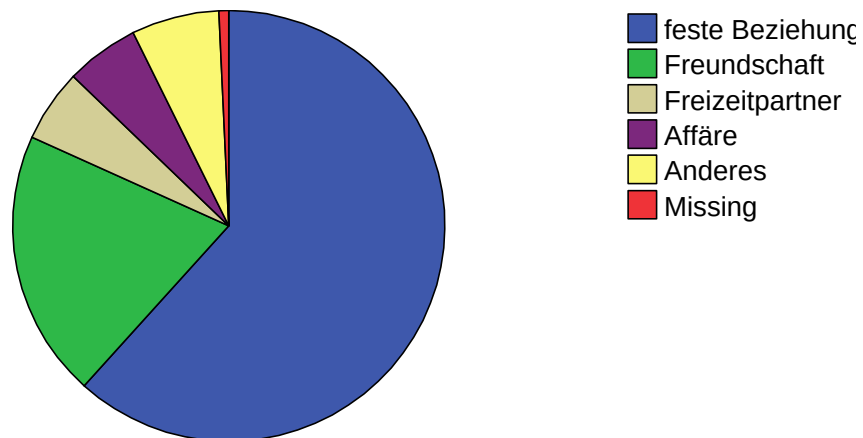


Abbildung 5: Vordergründigster Wunsch bei der Registrierung in der Kontaktbörse

8.2 Inferenzstatistik

8.2.1 Ergebnisse der Hypothesenprüfung

1. Hypothesenblock:

Hypothesen zur Selbstdarstellung und Selbstbeschreibung:

1.1 Männer und Frauen unterscheiden sich in ihrer Selbstbeschreibung voneinander.

1.2 Personen die sich als attraktiv einschätzen unterscheiden sich von Personen die sich als weniger attraktiv einschätzen in ihrer Selbstbeschreibung.

Verfahren: univariate zweifaktorielle Varianzanalyse

UV: Geschlecht, selbst eingeschätzte Attraktivität

AV: Selbstbeschreibung

Der Literatur nach wählen Frauen bei der Selbstbeschreibung eher Eigenschaften die das Aussehen betreffen, Männer eher statusbezogene Eigenschaften.

Zuerst wurde die Stichprobe in männliche und weibliche Versuchspersonen aufgegliedert. Danach wurde die Gruppe nach der selbst eingeschätzten Attraktivität aufgeteilt. (hoch, niedrig) Auch diese beiden Gruppen wurden nach Geschlecht getrennt aufgelistet.

Bei der Auswahl der Eigenschaften mit der sich die Versuchspersonen selbst beschreiben sollten, erfolgte eine Einteilung in folgende Kategorien:

- Attraktivität
- Status
- Charaktereigenschaften
- Kontakt
- negative Eigenschaften

Da nur in einigen Kategorien signifikante Ergebnisse erzielt wurden, wurden der Übersichtlichkeit halber, nur diese Kategorien in den folgenden Tabellen angezeigt.

Tabelle 14: Mittelwert und Standardabweichung in der Kategorie Aussehen nach Geschlecht und Attraktivität

Descriptive Statistics					
	Geschlecht	Einteilung nach	Mean	Std. Deviation	N
Darstellung: Aussehen	männlich	hoch	10,836	13,6752	65
		niedrig	8,980	11,1025	70
		Total	9,873	12,3959	135
	weiblich	hoch	15,043	14,9697	88
		niedrig	11,718	12,5884	51
		Total	13,823	14,1873	139
	Total	hoch	13,256	14,5382	153
		niedrig	10,134	11,7792	121
		Total	11,877	13,4566	274

Es wurde eine zweifaktorielle Varianzanalyse gerechnet, da für die nächste Hypothese die selbst eingeschätzte Attraktivität relevant ist.

Tabelle 15: Varianzanalyse: Selbstbeschreibung * Geschlecht, Attraktivität

Tests of Between-Subjects Effects						
Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	Darstellung: Aussehen	1541,666 ^a	3	513,889	2,897	,036
	Darstellung: Neg. Eigenschaften	1253,155 ^e	3	417,718	6,373	,000
Intercept	Darstellung: Aussehen	35773,507	1	35773,507	201,674	,000
	Darstellung: Neg. Eigenschaften	3928,760	1	3928,760	59,938	,000
sex	Darstellung: Aussehen	795,633	1	795,633	4,485	,035
	Darstellung: Neg. Eigenschaften	132,204	1	132,204	2,017	,157
Nattr	Darstellung: Aussehen	442,691	1	442,691	2,496	,115
	Darstellung: Neg. Eigenschaften	1197,315	1	1197,315	18,267	,000
sex * Nattr	Darstellung: Aussehen	35,598	1	35,598	,201	,655
	Darstellung: Neg. Eigenschaften	6,837	1	6,837	,104	,747
Error	Darstellung: Aussehen	47893,366	270	177,383		
	Darstellung: Neg. Eigenschaften	17697,696	270	65,547		
Total	Darstellung: Aussehen	88086,702	274			
	Darstellung: Neg. Eigenschaften	22591,291	274			
Corrected Total	Darstellung: Aussehen	49435,031	273			
	Darstellung: Neg. Eigenschaften	18950,851	273			

a. R Squared = ,031 (Adjusted R Squared = ,020)

e. R Squared = ,066 (Adjusted R Squared = ,056)

Die Hypothese, dass es einen signifikanten Unterschied in der Selbstbeschreibung von Männern und Frauen im Bereich Aussehen gibt, konnte bestätigt werden. ($F(1,270)=4,485$; $p=0,035$)

Frauen wählen signifikant häufiger Wörter, die zur Kategorie Aussehen gehören um sich selbst zu beschreiben. In der Häufigkeit der anderen Kategorien finden sich keine signifikanten Unterschiede zwischen Frauen und Männern.

Hinsichtlich der selbst eingeschätzten Attraktivität gibt es einen signifikanten Unterschied in der Häufigkeit der Nennung negativer Eigenschaften zwischen Personen mit niedriger- und Personen mit hoher Einschätzung ihrer eigenen Attraktivität. $F(1,270)=18,267$; $p<0,001$

Personen mit einem niedrigen Wert beschreiben sich signifikant häufiger mit negativen Eigenschaften.

Die Hypothese, dass Personen, die sich selbst als wenig attraktiv einschätzen, sich signifikant häufiger mit negativen Eigenschaften beschreiben als Personen, die sich als attraktiv einschätzen, konnte bestätigt werden. In allen anderen Kategorien gibt es allerdings keinen Unterschied.

Die Wechselwirkung zwischen Geschlecht und Attraktivität ist durchwegs nicht signifikant.

1.3 Männer und Frauen unterscheiden sich in ihrer Selbstdarstellung (FB Lee) voneinander.

1.4 Personen die sich als attraktiv einschätzen unterscheiden sich von Personen die sich als weniger attraktiv einschätzen in ihrer Selbstdarstellung.

Verfahren: univariate zweifaktorielle Varianzanalyse

UV: Geschlecht, selbst eingeschätzte Attraktivität

AV: Selbstdarstellung

Männer wählen andere Mittel zur Selbstdarstellung als Frauen. Der Theorie von Tedeschi et al zu Folge, die auch von Lee et al untersucht und bestätigt wurde, sollten Männer eher als Frauen assertive Selbstdarstellungstechniken verwenden. (Lee et al, 1999, S.704)

Bei den defensiven Techniken sollte es keinen signifikanten Unterschied zwischen den Geschlechtern geben.

Mit Hilfe des Selbstdarstellungsfragebogens von Lee wurden die Unterschiede zwischen Männer und Frauen in der Selbstdarstellung untersucht. Auch hier wurde eine zweifaktorielle Varianzanalyse berechnet. Diese ergibt signifikante Unterschiede zwischen Männern und Frauen in folgenden Selbstdarstellungstechniken:

Tabelle 16: Varianzanalyse (Ausschnitt): Selbstdarstellung * Geschlecht

Tests of Between-Subjects Effects						
Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
sex	Ausreden	,004	1	,004	,008	,931
	Blasting	,007	1	,007	,018	,893
	Einschüchterung	,034	1	,034	,089	,766
	Entschuldigung	,040	1	,040	,056	,813
	Flehen	2,272	1	2,272	4,829	,029
	Rechtfertigungen	2,413	1	2,413	3,699	,056
	Selbstbehinderung	3,227	1	3,227	4,622	,032
	Veranschaulichung	7,396	1	7,396	9,926	,002
	Vergrößerung	1,392	1	1,392	2,353	,126
	Widerruf	,126	1	,126	,218	,641
	Anbiederung	3,087	1	3,087	5,783	,017
	Anspruch	,230	1	,230	,578	,448

In der Technik „*Flehen, Bitten, Unterwürfigkeit*“ zeigt sich ein signifikanter Unterschied zwischen Männern und Frauen. $F(263)=4,829$; $p=0,029$
Männer haben hier einen etwas höheren Wert. (Mittelwert der Männer: 1,9; der Frauen 1,6) Allerdings muss man dazu sagen, dass die Werte allgemein sehr niedrig sind. Es wurden selten, Werte über „ein bisschen zutreffend“ gewählt.

Ein hoch signifikanter Wert ergibt sich in der Technik der „*Veranschaulichung*“. $F(263)=9,926$; $p=0,02$

Hier zeigt sich ebenfalls ein signifikant höherer Wert bei den männlichen Versuchspersonen. (Mittelwert der Männer 3,3; der Frauen 3,0) $F\{1,263\}=9,926$; $p=0,02$

Auch bei der Selbstdarstellungstechnik „*Anbiederung*“ zeigt sich ein signifikanter Unterschied zwischen den Geschlechtern. $F(263)=5,783$; $p=0,017$

Hier ist ebenfalls der Wert bei den männlichen Versuchspersonen höher. (Mittelwert der Männer 1,9; der Frauen 1,7)

Die Hypothese, dass Männer und Frauen sich in ihren Selbstdarstellungstechniken unterscheiden, konnte bestätigt werden. Männer haben bei vielen assertiven Selbstdarstellungstechniken signifikant höhere Werte als Frauen.

Bei den defensiven Techniken zeigt sich folgendes Ergebnis:

Bei der defensiven Technik „*Rechtfertigung*“ zeigt sich ein gerade noch signifikanter Unterschied zwischen Männern und Frauen. $F(263)=3,699$; $p=0,056$

Hier ist der Wert der Frauen etwas höher. (Mittelwert der Männer 2,3; der Frauen 2,6)

Das bedeutet, dass Frauen tendenziell öfter das Selbstdarstellungsmittel der Rechtfertigung verwenden als Männer.

Zuletzt zeigt sich noch im Selbstdarstellungsbereich „*Selbstbehinderung*“ ein signifikanter Unterschied zwischen Männern und Frauen. $F(263)=4,622$; $p=0,032$
Frauen haben einen signifikant höheren Wert als Männer. (Mittelwert der Männer 1,9; der Frauen 2,1)

Frauen verwenden also diese Selbstdarstellungstechnik signifikant häufiger.

In der von mir verwendeten Literatur konnte kein Unterschied zwischen den Geschlechtern bei der Häufigkeit der Verwendung defensiver Selbstdarstellungstechniken gefunden werden. In meiner Studie zeigt sich allerdings bei 2 der 5 defensiven Techniken zumindest eine Tendenz, dass defensive Selbstdarstellungstechniken von Frauen häufiger eingesetzt werden als von Männern.

Einen großen Einfluss auf die Antworten beim Selbstdarstellungstest nach Lee, hat die selbst eingeschätzte Attraktivität der Versuchspersonen. Diese wurde anhand einiger Items, die in den Selbstwerttest eingefügt wurden bestimmt.

Hier zeigen sich in fast allen Kategorien signifikante Ergebnisse.

Lediglich in den Kategorien „*Rechtfertigung*“, „*Vergrößerung*“ und „*Anspruch*“ gibt es keinen signifikanten Unterschied zwischen Personen die sich als attraktiv einschätzen und Personen, die sich als nicht oder weniger attraktiv einschätzen.

Tabelle 17: Varianzanalyse (Ausschnitt): Selbstdarstellung * Attraktivität

Tests of Between-Subjects Effects						
Source	Dependent Variable	Statistics				
		Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Attraktivität	Ausreden	6,974	1	6,974	14,121	,000
	Blasting	1,969	1	1,969	5,385	,021
	Einschüchterung	3,739	1	3,739	9,721	,002
	Entschuldigung	7,248	1	7,248	10,268	,002
	Flehen	3,316	1	3,316	7,050	,008
	Rechtfertigungen	1,310	1	1,310	2,008	,158
	Selbstbehinderung	12,456	1	12,456	17,845	,000
	Veranschaulichung	10,041	1	10,041	13,474	,000
	Vergrößerung	1,593	1	1,593	2,693	,102
	Widerruf	3,989	1	3,989	6,897	,009
	Anbiederung	5,734	1	5,734	10,744	,001
	Anspruch	,956	1	,956	2,398	,123

Weniger attraktive Personen verwenden signifikant häufiger das defensive Selbstdarstellungsmittel „Ausreden“ $F(263)=14,121$; $p<0,001$.

Das gleiche gilt für die assertive Technik „Blasting“ wobei hier der Unterschied von Männern, die sich als attraktiv einschätzen zu Männern, die sich als wenig attraktiv einschätzen, gering ist, während bei Frauen der Unterschied sehr groß ist. $F(263)=5,385$; $p=0,021$

Tabelle 18: Mittelwerte der Kategorie Blasting

Descriptive Statistics				
	Geschlecht	Einteilung	Mean	N
Blasting	männlich	hoch	1,5185	63
		niedrig	1,5613	68
		Total	1,5407	131
	weiblich	hoch	1,3765	85
		niedrig	1,6830	51
		Total	1,4914	136
	Total	hoch	1,4369	148
		niedrig	1,6134	119
		Total	1,5156	267

Weniger attraktive Personen erfinden also eher Ausreden um ihr Verhalten oder ihre Leistungen zu rechtfertigen und neigen auch dazu andere Gruppen schlecht zu machen, um ihre eigene Leistung zu betonen.

Auch bei der Kategorie „*Einschüchterung*“ haben weniger attraktive Personen signifikant höhere Werte, unabhängig vom Geschlecht. $F(263)=9,721$; $p=0,002$
Beim Selbstdarstellungsmittel „*Entschuldigungen*“ ist es genau umgekehrt. Diese Selbstdarstellungsmethode wird von attraktiveren Personen signifikant häufiger eingesetzt als von solchen, die sich als weniger attraktiv einschätzen.

$F(263)=10,268$; $p=0,002$

Das hat möglicherweise etwas damit zu tun, dass es attraktiveren Personen leichter fällt einen Fehler einzugestehen und sich dafür zu entschuldigen.

Weniger attraktive Versuchspersonen verwenden auch signifikant häufiger die Technik „*Flehen*“. $F(263)=7,050$; $p=0,008$ und die Technik „*Selbstbehinderung*“ .
 $F(263)=17,845$; $p<0,001$

Das Selbstdarstellungsmittel „*Veranschaulichung, Vorbild*“ wird signifikant häufiger von attraktiven Personen gewählt. $F(263)=13,474$; $p<0,001$

Personen, die sich als attraktiv einschätzen, sehen sich eher als Vorbild für andere. Besonders niedrig ist der Wert bei weiblichen Personen, die sich selbst als weniger attraktiv einschätzen. Diese stellen sich kaum als Vorbild für andere dar.

In der Kategorie „*Vergrößerung*“ gibt es eine signifikante Wechselwirkung zwischen Geschlecht und selbst eingeschätzter Attraktivität. $F(263)=4,327$; $p=0,038$ (siehe auch Abbildung 6 auf Seite 105.

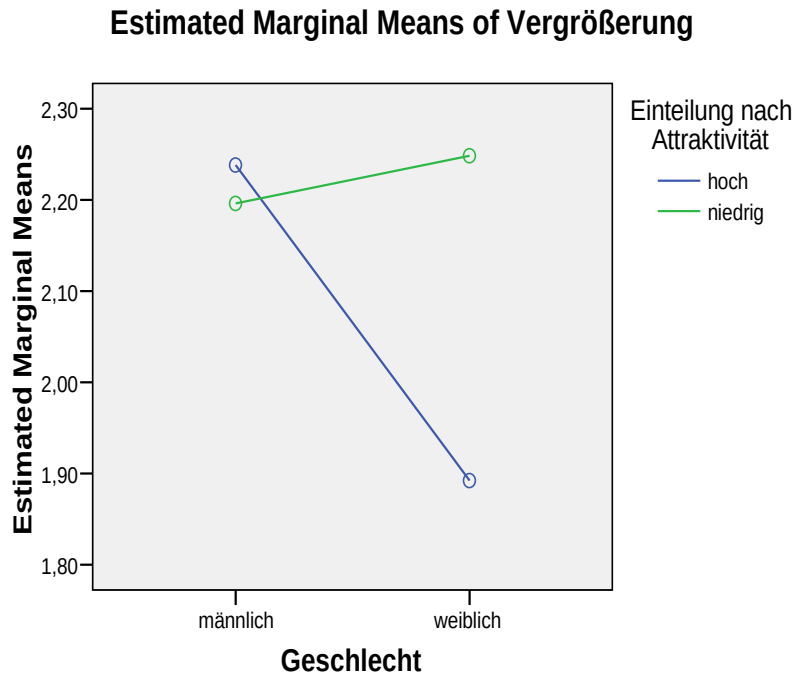
Hier zeigt sich ein großer Unterschied zwischen männlichen attraktiven Versuchspersonen, die einen sehr hohen Wert erreichen, während weibliche attraktive Versuchspersonen dieses Selbstdarstellungsmittel kaum verwenden.

Frauen, die sich als weniger attraktiv einschätzen verwenden hingegen häufiger „*Vergrößerung*“ als weniger attraktive Männer.

Attraktive Männer setzen dieses Selbstdarstellungsmittel ein um sich selbst noch besser darzustellen, Leistungen hervorzuheben und sie identifizieren sich wohl auch sehr mit ihren Leistungen, während weniger attraktive Männer das seltener tun, sondern eher im Hintergrund bleiben.

Attraktive Frauen scheinen es nicht als notwendig anzusehen ihre Leistungen so zu betonen, während weniger attraktive Frauen, ihren selbst eingeschätzten Mangel an Attraktivität durch das Hervorheben guter Leistungen zu kompensieren versuchen.

Abbildung 6: Vergrößerung: Geschlecht * Attraktivität



Die Selbstdarstellungsmittel „Widerruf“ $F(263)=6,897$; $p=0,009$ und „Anbiederung“ $F(263)=10,744$; $p=0,001$ werden signifikant häufiger von weniger attraktiven Personen eingesetzt.

Der Unterschied in der Kategorie „Anbiederung“ ist mit $p=0,001$ sogar hoch signifikant.

Personen, die sich selbst als attraktiv einschätzen unterscheiden sich von Personen, die sich als weniger attraktiv einschätzen in ihrer Selbstdarstellung. Attraktive Personen verwenden häufiger die Techniken „Entschuldigung“ und „Vorbild, Veranschaulichung“. Attraktive Männer auch das Selbstdarstellungsmittel „Vergrößerung“.

Alle anderen Techniken werden häufiger von weniger attraktiven Personen angewendet. Nur in den Techniken „Rechtfertigung“ und „Anspruch“ gibt es keinen Unterschied zwischen attraktiven und weniger attraktiven Personen.

2. Personen, die eine feste Beziehung suchen unterscheiden sich in ihrer Selbstbeschreibung von Personen, die eine Freundschaft suchen und von Personen, die eine rein sexuelle Beziehung anstreben.

2.1 Personen, die eine feste Beziehung suchen, betonen mehr ihr Aussehen, als Personen die auf der Suche nach einer Freundschaft sind.

2.2 Personen, die eine Freundschaft anstreben betonen stärker Charaktereigenschaften und Interessen.

2.3 Personen, die eine rein sexuelle Beziehung anstreben betonen am stärksten ihr Aussehen.

Verfahren: univariate einfaktorielle Varianzanalyse

UV: Beziehungswunsch

AV: Selbstbeschreibung, Selbstdarstellung

Tabelle 19: Mittelwerte der Selbstbeschreibungskategorien nach Beziehungswunsch

Descriptive Statistics			
	Vordergründigster	Mean	N
Darstellung: Aussehen	feste Beziehung	11,713	169
	Freundschaft	12,871	70
	Affäre	8,571	15
	Total	11,847	254
Darstellung: Status	feste Beziehung	16,991	169
	Freundschaft	14,857	70
	Affäre	19,905	15
	Total	16,575	254
Darstellung: Kontakt	feste Beziehung	15,352	169
	Freundschaft	21,658	70
	Affäre	21,238	15
	Total	17,438	254
Darstellung: Charakter	feste Beziehung	37,509	169
	Freundschaft	30,755	70
	Affäre	33,556	15
	Total	35,414	254
Darstellung: Neg. Eigenschaften	feste Beziehung	3,705	169
	Freundschaft	4,608	70
	Affäre	,000	15
	Total	3,735	254

In meinem Fragebogen konnten die Versuchspersonen auswählen, welche Art von Beziehung sie mit ihrer Kontaktanzeige im Internet suchen. Zur Auswahl standen:

- Feste Beziehung
- Freundschaft
- Affäre
- Freizeitpartner
- Anderes

Da meine Hypothesen eigentlich nur die ersten 3 Kategorien betreffen, wurden in einem weiteren Schritt „Freizeitpartner“ und „Freundschaft“ zusammen genommen und „Anderes“ weg gelassen.

Tabelle 20: Varianzanalyse (Ausschnitt): Selbstbeschreibung * Beziehungswunsch

Tests of Between-Subjects Effects						
Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Beziehungswunsch	Darstellung: Aussehen	237,389	2	118,695	,638	,529
	Darstellung: Status	402,186	2	201,093	1,014	,364
	Darstellung: Kontakt	2198,591	2	1099,295	5,438	,005
	Darstellung: Charakter	2313,168	2	1156,584	3,270	,040
	Darstellung: Neg. Eigenschaften	262,733	2	131,366	1,895	,152

Bei der Selbstbeschreibung kommt es zu einem signifikanten Unterschied zwischen den einzelnen Gruppen in den Kategorien *Kontakt* und *Charaktereigenschaften*.

Personen, die eine feste Beziehung suchen geben signifikant weniger

Eigenschaftsworte die in die Kategorie Kontakt fallen an, als Personen die eine Affäre oder Freundschaft suchen. $F(251)=5,438$; $p=0,005$

Dagegen geben Personen die in der Kontaktbörse registriert sind um einen festen Lebenspartner zu finden signifikant öfter Charaktereigenschaften bei der Selbstbeschreibung an, als die beiden anderen Kategorien. $F(251)=3,270$; $p=0,040$

Auch in der Selbstdarstellung zeigt die Varianzanalyse (siehe Tabelle 19 auf der nächsten Seite) keinen signifikanten Unterschied zwischen den einzelnen Gruppen. In der Kategorie Einschüchterung liegt der Wert mit $p=0,079$ noch am nächsten an einem signifikanten Ergebnis.

Tabelle 21: Varianzanalyse (Ausschnitt) Selbstdarstellung * Beziehungswunsch

Tests of Between-Subjects Effects						
Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Beziehungs- wunsch	Ausreden	1,279	2	,639	1,259	,286
	Blasting	,013	2	,006	,017	,984
	Einschüchterung	2,054	2	1,027	2,560	,079
	Entschuldigung	2,477	2	1,238	1,749	,176
	Flehen	,523	2	,262	,513	,599
	Rechtfertigungen	2,411	2	1,205	1,842	,161
	Selbstbehinderung	,057	2	,029	,040	,961
	Veranschaulichung	,348	2	,174	,216	,806
	Vergrößerung	,106	2	,053	,084	,920
	Widerruf	2,038	2	1,019	1,727	,180
	Anbiederung	1,397	2	,699	1,205	,302
	Anspruch	2,096	2	1,048	2,530	,082

Es zeigen sich keine signifikanten Unterschiede in der Selbstdarstellung zwischen Personen die eine Beziehung, eine Affäre oder eine Freundschaft suchen.

3. Schüchterne Personen und nicht schüchterne Personen unterscheiden sich in ihrer Selbstdarstellung und Selbstbeschreibung voneinander.

3.1. Schüchterne Personen unterscheiden sich in ihrer Selbstbeschreibung von nicht schüchternen Personen.

Verfahren: univariate zweifaktorielle Varianzanalyse

UV: Schüchternheit, Geschlecht

AV: Selbstbeschreibung

Es wurde eine zweifaktorielle Varianzanalyse der unabhängigen Variablen Schüchternheit und Geschlecht, mit der abhängigen Variable Selbstbeschreibung, gerechnet.

Ein signifikanter Unterschied zeigt sich in den Selbstbeschreibungskategorien nur in der Kategorie Negative Eigenschaften. $F(270)=10,928$; $p=0,001$. Schüchterne Personen geben, unabhängig vom Geschlecht, signifikant häufiger negative Eigenschaften bei der Selbstbeschreibung an.

In der Wechselwirkung Geschlecht und Schüchternheit zeigt sich kein signifikanter Unterschied in der Art der Selbstbeschreibung.

Tabelle 22: Varianzanalyse (Ausschnitt): Selbstbeschreibung * Geschlecht, Schüchternheit

Tests of Between-Subjects Effects						
Source	Dependent Variable	Statistics				
		Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	Darstellung: Aussehen	1328,271 ^a	3	442,757	2,485	,061
	Darstellung: Neg. Eigenschaften	808,645 ^e	3	269,548	4,012	,008
Intercept	Darstellung: Aussehen	38640,622	1	38640,622	216,871	,000
	Darstellung: Neg. Eigenschaften	3544,418	1	3544,418	52,750	,000
Geschlecht	Darstellung: Aussehen	1014,970	1	1014,970	5,697	,018
	Darstellung: Neg. Eigenschaften	78,094	1	78,094	1,162	,282
Schüchternheit	Darstellung: Aussehen	77,811	1	77,811	,437	,509
	Darstellung: Neg. Eigenschaften	734,256	1	734,256	10,928	,001
Geschlecht * Schüchternheit	Darstellung: Aussehen	185,410	1	185,410	1,041	,309
	Darstellung: Neg. Eigenschaften	34,355	1	34,355	,511	,475
Error	Darstellung: Aussehen	48106,761	270	178,173		
	Darstellung: Neg. Eigenschaften	18142,206	270	67,193		
Total	Darstellung: Aussehen	88086,702	274			
	Darstellung: Neg. Eigenschaften	22591,291	274			
Corrected Total	Darstellung: Aussehen	49435,031	273			
	Darstellung: Neg. Eigenschaften	18950,851	273			

a. R Squared = ,027 (Adjusted R Squared = ,016)

e. R Squared = ,043 (Adjusted R Squared = ,032)

3.2. Schüchterne Personen unterscheiden sich in ihren Selbstdarstellungstaktiken von nicht schüchternen Personen.

Verfahren: univariate zweifaktorielle Varianzanalyse

UV: Schüchternheit, Geschlecht

AV: Selbstdarstellung

Da auch hier die vollständige Tabelle zu groß wäre, beschränke ich mich auf den wichtigsten Ausschnitt der Tabelle.

Tabelle 23: Varianzanalyse (Ausschnitt): Selbstdarstellung * Geschlecht, Schüchternheit

Tests of Between-Subjects Effects						
Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Ns	Ausreden	16,639	1	16,639	36,380	,000
	Blasting	8,304	1	8,304	24,074	,000
	Einschüchterung	3,808	1	3,808	9,924	,002
	Entschuldigung	,396	1	,396	,542	,462
	Flehen	16,803	1	16,803	40,095	,000
	Rechtfertigungen	13,642	1	13,642	22,531	,000
	Selbstbehinderung	32,983	1	32,983	53,855	,000
	Veranschaulichung	,041	1	,041	,052	,820
	Vergrößerung	3,639	1	3,639	6,134	,014
	Widerruf	15,201	1	15,201	28,514	,000
	Anbiederung	21,206	1	21,206	44,731	,000
	Anspruch	4,218	1	4,218	10,904	,001

In der Selbstdarstellung ist der Unterschied unabhängig vom Geschlecht in fast allen Skalen hoch signifikant.

Nur in der Skala „*Entschuldigung*“ und „*Veranschaulichung*“ gibt es keinen signifikanten Unterschied zwischen schüchternen und wenig schüchternen Personen.

Wenn man die unabhängige Variable Geschlecht mit einbezieht, zeigen sich keine signifikanten Unterschiede. Das bedeutet, dass schüchterne Frauen und schüchterne Männer sich nicht signifikant in ihrer Selbstdarstellung unterscheiden, ebenso wenig wie nicht schüchterne Frauen und nicht schüchterne Männer.

Zwischen schüchternen Personen und nicht schüchternen Personen gibt es hingegen einen signifikanten Unterschied.

In den Skalen, wo der Unterschied signifikant ausfällt, haben durchwegs schüchterne Personen einen höheren Wert als nicht Schüchterne. Das deutet darauf hin, dass schüchterne Personen eher auf diese Strategien der Selbstdarstellung zurückgreifen. Hoch signifikante Werte ($p < 0,001$) finden sich in den Selbstdarstellungstechniken „*Ausreden*“, „*Blasting*“, „*Flehen*“, „*Rechtfertigung*“, „*Selbstbehinderung*“, „*Widerruf*“ und „*Anbiederung*“. In den Techniken „*Einschüchterung*“ ($P = 0,002$) und „*Anspruch*“ ($p = 0,001$), zeigt sich ebenso ein hoch signifikanter Unterschied zwischen schüchternen und wenig schüchternen Personen. Ebenso ist der Wert für die Technik „*Vergrößerung*“ ($p = 0,014$) bei schüchternen Personen signifikant höher.

In der Kategorie „*Entschuldigungen*“, haben wenig schüchterne Frauen einen höheren Wert als schüchterne, während es bei Männern genau umgekehrt ist. Dieser Unterschied ist aber nicht signifikant.

In der Kategorie „*Veranschaulichung*“ zeigt sich bei schüchternen Männer der höchste Wert und bei schüchternen Frauen der niedrigste. Nicht schüchterne liegen geschlechtsunabhängig mit ihren Werten in der Mitte. Auch dieses Ergebnis ist nicht signifikant.

Es finden sich deutliche Unterschiede zwischen schüchternen und nicht schüchternen Personen in der Selbstdarstellung. Schüchterne Personen haben höhere Werte in fast allen Selbstdarstellungstechniken. Das bedeutet, dass schüchterne Personen diese Techniken eher anwenden, also mehr Selbstdarstellung betreiben als weniger schüchterne Personen.

Aus welchem Grund schüchterne Personen eher Selbstdarstellung anwenden war nicht Gegenstand meiner Untersuchung und kann hier nicht beantwortet werden.

4. Schüchterne Personen unterscheiden sich von nicht schüchternen Personen im Selbstwert

4. 1 Schüchterne Personen haben einen niedrigeren öffentlichen Selbstwert als nicht schüchterne Personen.

Verfahren: univariate einfaktorielle Varianzanalyse

UV: Selbstwert

AV: Schüchternheit

Da schüchterne Personen sich im Kontakt mit anderen eher zurück nehmen, gehe ich davon aus, dass der öffentliche Selbstwert schüchterner Personen niedriger ist, als der von nicht schüchternen. Um diese Annahme zu überprüfen wurde eine Varianzanalyse gerechnet. (siehe Tabelle 25 auf Seite 113)

Tabelle 24: Mittelwert und Standardabweichung: Selbstwert nach Schüchternheit

Deskriptiv Statistik				
	Einteilung nach Schüchternheit	Mittelwert	Standard Abweichung	N
SW-Öffentlich	niedrig	2,0075	,50822	134
	hoch	2,4789	,55004	133
	Total	2,2423	,57885	267
SW-Diffus	niedrig	1,7097	,46273	134
	hoch	2,2104	,55654	133
	Total	1,9591	,56892	267
SW-Kollektiv	niedrig	1,5362	,61715	134
	hoch	1,8835	,63032	133
	Total	1,7092	,64642	267
SW-Privat	niedrig	1,8097	,42300	134
	hoch	2,1293	,42583	133
	Total	1,9689	,45286	267
Selbstwert-Gesamt	niedrig	1,76576	,318987	134
	hoch	2,17553	,374527	133
	Total	1,96988	,403260	267

Die Ergebnisse der Varianzanalyse können die Hypothese bestätigen.

Schüchterne Personen unterscheiden sich von nicht schüchternen Personen nicht nur im öffentlichen Selbstwert, sondern auch in allen anderen Selbstwertkategorien hoch signifikant. Schüchterne Personen haben durchwegs signifikant höhere Werte als nicht schüchterne Personen. In meinem Fragebogen bedeuten höhere Werte einen geringeren Selbstwert. Das heißt, dass schüchterne Personen einen niedrigeren Selbstwert haben als nicht schüchterne Personen.

Öffentlicher Selbstwert: $F(265)=52,930$; $p<0,001$

Diffuser Selbstwert: $F(265)=63,932$; $p<0,001$

Kollektiver Selbstwert: $F(265)=20,690$; $p<0,001$

Privater Selbstwert: $F(265)=37,857$; $p<0,001$

Gesamter Selbstwert: $F(265)=92,673$; $p<0,001$

Schüchterne Personen unterscheiden sich von nicht schüchternen Personen in allen Selbstwertkategorien. Sie zeigen durchwegs einen geringeren Selbstwert als nicht schüchterne Personen.

Tabelle 25: Varianzanalyse: Selbstwert * Schüchternheit

Tests of Between-Subjects Effects						
Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	SW-Öffentlich	14,838 ^a	1	14,838	52,930	,000
	SW-Diffus	16,734 ^b	1	16,734	63,932	,000
	SW-Kollektiv	8,049 ^c	1	8,049	20,690	,000
	SW-Privat	6,819 ^d	1	6,819	37,857	,000
	Selbstwert-Gesamt	11,208 ^e	1	11,208	92,673	,000
Intercept	SW-Öffentlich	1343,517	1	1343,517	4792,552	,000
	SW-Diffus	1025,746	1	1025,746	3918,829	,000
	SW-Kollektiv	780,565	1	780,565	2006,291	,000
	SW-Privat	1035,673	1	1035,673	5749,757	,000
	Selbstwert-Gesamt	1036,868	1	1036,868	8573,488	,000
Schüchternheit	SW-Öffentlich	14,838	1	14,838	52,930	,000
	SW-Diffus	16,734	1	16,734	63,932	,000
	SW-Kollektiv	8,049	1	8,049	20,690	,000
	SW-Privat	6,819	1	6,819	37,857	,000
	Selbstwert-Gesamt	11,208	1	11,208	92,673	,000
Error	SW-Öffentlich	74,289	265	,280		
	SW-Diffus	69,363	265	,262		
	SW-Kollektiv	103,101	265	,389		
	SW-Privat	47,733	265	,180		
	Selbstwert-Gesamt	32,049	265	,121		
Total	SW-Öffentlich	1431,605	267			
	SW-Diffus	1110,877	267			
	SW-Kollektiv	891,133	267			
	SW-Privat	1089,610	267			
	Selbstwert-Gesamt	1079,332	267			
Corrected Total	SW-Öffentlich	89,127	266			
	SW-Diffus	86,097	266			
	SW-Kollektiv	111,150	266			
	SW-Privat	54,552	266			
	Selbstwert-Gesamt	43,257	266			

a. R Squared = ,166 (Adjusted R Squared = ,163)

b. R Squared = ,194 (Adjusted R Squared = ,191)

c. R Squared = ,072 (Adjusted R Squared = ,069)

d. R Squared = ,125 (Adjusted R Squared = ,122)

e. R Squared = ,259 (Adjusted R Squared = ,256)

Es bleibt die Frage offen, ob schüchterne Personen wegen ihrem niedrigeren Selbstwert schüchtern sind, bzw. schüchtern agieren oder ob umgekehrt die Schüchternheit und die Reaktion der Umwelt, auf diese Schüchternheit für einen niedrigeren Selbstwert sorgen. Diese Frage war nicht Gegenstand meiner Studie und kann vielleicht in anderen Studien beantwortet werden.

5. Der Selbstwert hat Einfluss auf die Selbstdarstellung und Selbstbeschreibung.

5.1. Personen mit niedrigem Selbstwert verwenden häufiger negative Eigenschaften bei der Selbstbeschreibung, als Personen mit hohem Selbstwert.

Verfahren: univariate einfaktorielle Varianzanalyse

UV: Selbstwert

AV: Selbstbeschreibung

Tabelle 26: Varianzanalyse (Ausschnitt): Selbstbeschreibung * Selbstwert

Tests of Between-Subjects Effects						
Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Selbstwert	Darstellung: Aussehen	486,190	1	486,190	2,702	,101
	Darstellung: Status	582,705	1	582,705	2,969	,086
	Darstellung: Kontakt	,248	1	,248	,001	,973
	Darstellung: Charakter	536,221	1	536,221	1,536	,216
	Darstellung: Neg. Eigenschaften	574,912	1	574,912	8,510	,004

Die Hypothese, dass Personen mit niedrigem Selbstwert signifikant häufiger negative Eigenschaften bei der Selbstbeschreibung nennen, konnte bestätigt werden. $F(272)=8,510$; $p=0,004$

Allerdings ist auch die Standardabweichung sehr hoch. Es haben auf die Gesamtstichprobe gesehen, nur sehr wenige Versuchsteilnehmer überhaupt negative Eigenschaften angegeben. Daher ist das Ergebnis wenig aussagekräftig. Sonst gibt es keine signifikanten Unterschiede zwischen Personen mit hohem und niedrigem Selbstwert in der Selbstbeschreibung.

Dazu möchte ich noch anmerken, dass beim Status ein etwas höherer Wert bei Personen mit niedrigerem Selbstwert auftritt. Das bedeutet, dass Personen mit niedrigem Selbstwert häufiger ihren Status betonen. Dieses Ergebnis ist allerdings mit $p=0,86$ nicht signifikant.

5.2. Personen mit niedrigem Selbstwert unterscheiden sich in ihren Werten im Selbstdarstellungsfragebogen von Personen mit hohem Selbstwert.

Verfahren: univariate einfaktorielle Varianzanalyse

UV: Selbstwert

AV: Selbstdarstellung

Es wird vermutet, dass Personen mit niedrigem Selbstwert eher defensive Selbstdarstellungstechniken einsetzen und Personen mit hohem Selbstwert eher assertive.

Tabelle 27: Varianzanalyse (Ausschnitt): Selbstwert * Selbstdarstellung

Tests of Between-Subjects Effects						
Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Selbstwert	Ausreden	8,738	1	8,738	18,037	,000
	Blasting	3,503	1	3,503	9,680	,002
	Einschüchterung	2,978	1	2,978	7,722	,006
	Entschuldigung	1,762	1	1,762	2,428	,120
	Flehen	11,888	1	11,888	26,611	,000
	Rechtfertigungen	6,492	1	6,492	10,125	,002
	Selbstbehinderung	25,245	1	25,245	38,735	,000
	Veranschaulichung	7,883	1	7,883	10,229	,002
	Vergrößerung	2,116	1	2,116	3,504	,062
	Widerruf	9,621	1	9,621	17,341	,000
	Anbiederung	10,241	1	10,241	19,327	,000
	Anspruch	,835	1	,835	2,088	,150

Diese Hypothese konnte mit signifikanten Ergebnissen in den meisten Kategorien bestätigt werden. Bei den meisten Selbstdarstellungstechniken wurden höhere Werte von Personen mit niedrigerem Selbstwert gemessen. Personen mit niedrigerem Selbstwert verwenden also allgemein eher Techniken der Selbstdarstellung als Personen mit höherem Selbstwert. Die Unterschiede sind bei fast allen Techniken hoch signifikant.

Einzigste Ausnahme bei den defensiven Techniken ist die Technik der Entschuldigung. Hier zeigt sich kaum ein Unterschied zwischen Personen mit hohem und Personen mit niedrigem Selbstwert. $F(265)=2,428$; $p=0,120$

Bei den assertiven Techniken findet sich ein signifikant höherer Wert bei der Technik Veranschaulichung bei Personen mit hohem Selbstwert. $F(256)=10,229$; $p=0,002$

Diese Technik wird als einzige bei Personen deren Selbstwert höher ist öfter angegeben als bei Personen mit niedrigem Selbstwert. Das ist nicht verwunderlich, Personen mit höherem Selbstwert betonen ihre guten Leistungen eher und sind auch eher davon überzeugt gute Leistungen zu erzielen.

Nur in den Techniken Entschuldigung, Vergrößerung und Anspruch ist der Unterschied zwischen Personen mit hohem und Personen mit niedrigem Selbstwert nicht signifikant.

Personen mit niedrigem Selbstwert verwenden signifikant häufiger defensive Selbstdarstellungstechniken als Personen mit höherem Selbstwert. Auch die meisten assertiven Techniken werden von Menschen mit niedrigem Selbstwert häufiger gebraucht, einzig das Selbstdarstellungsmittel „Veranschaulichung“ wird signifikant häufiger von Personen mit hohem Selbstwert verwendet.

2. Hypothesenblock:

Hypothesen zu falschen oder weggelassenen Angaben:

6. Es gibt Geschlechtsunterschiede in der Häufigkeit von Falschangaben in verschiedenen Bereichen.

6.1. Frauen machen häufiger keine oder falsche Angaben über ihr Gewicht, Männer eher über ihren Job (Status).

7. Schüchterne Personen unterscheiden sich von nicht schüchternen Personen in der Anzahl der weggelassenen oder falschen Angaben.

Verfahren: univariate zweifaktorielle Varianzanalyse

UV: Geschlecht, Schüchternheit

AV: Anzahl der Falschangaben in verschiedenen Kategorien

Es wurde untersucht ob Männer und Frauen sich in den Falschangaben bezüglich Größe, Gewicht, Aussehen, Alter, Job und Einstellungen unterscheiden.

Da in Hypothese 7 auch die Schüchternheit in Bezug auf Falschangaben untersucht wird, wurde eine zweifaktorielle Varianzanalyse mit den unabhängigen Variablen Geschlecht und Schüchternheit berechnet. In Tabelle 28 wurden nur jene Bereiche angezeigt, die ein signifikantes Ergebnis aufweisen.

Tabelle 28: Varianzanalyse: Falschangaben * Geschlecht, Schüchternheit

Tests of Between-Subjects Effects						
Source	Dependent Variable	Statistics				
		Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	Gewicht	2,616 ^b	3	,872	4,723	,003
	Alter	,407 ^c	3	,136	2,101	,100
	Job	,590 ^d	3	,197	2,467	,063
Intercept	Gewicht	17,112	1	17,112	92,673	,000
	Alter	1,228	1	1,228	18,994	,000
	Job	2,084	1	2,084	26,138	,000
Geschlecht	Gewicht	1,583	1	1,583	8,570	,004
	Alter	,035	1	,035	,538	,464
	Job	,046	1	,046	,572	,450
Schüchternheit	Gewicht	,000	1	,000	,002	,963
	Alter	,030	1	,030	,468	,495
	Job	,500	1	,500	6,277	,013
Geschlecht * Schüchternheit	Gewicht	1,032	1	1,032	5,588	,019
	Alter	,340	1	,340	5,253	,023
	Job	,020	1	,020	,255	,614
Error	Gewicht	49,302	267	,185		
	Alter	17,260	267	,065		
	Job	21,285	267	,080		
Total	Gewicht	70,000	271			
	Alter	19,000	271			
	Job	24,000	271			
Corrected Total	Gewicht	51,919	270			
	Alter	17,668	270			
	Job	21,875	270			

b. R Squared = ,050 (Adjusted R Squared = ,040)

c. R Squared = ,023 (Adjusted R Squared = ,012)

d. R Squared = ,027 (Adjusted R Squared = ,016)

Ein signifikanter Unterschied konnte nur bei der Angabe des Gewichtes gefunden werden. Hier geben mehr Frauen als Männer an, schon einmal „geschummelt“ zu haben. $F(267)=8,570$; $p=0,004$

Die Hypothese, dass Männer eher Falschangaben bezüglich ihres Jobs machen konnte nicht bestätigt werden. Eine mögliche Erklärung dafür ist, dass in den meisten Kontaktanzeigen keine genauen Jobangaben verlangt, bzw. ausgefüllt werden. Außerdem kann man „Status“ nicht allein anhand von Job definieren.

Die Hypothese konnte zum Teil bestätigt werden. Frauen machen eher Falschangaben bezüglich ihres Gewichtes, das auch ein Teil von Aussehen ist. In allen anderen Kategorien zeigten sich hingegen keine Geschlechtsunterschiede.

Weiters wurde untersucht, ob es einen Unterschied bei den Falschangaben zwischen Schüchternen und nicht Schüchternen gibt.

Hier wurde ein signifikanter Unterschied bei der Kategorie „Ausbildung/Job“ gefunden. $F(267)=6,277$, $p=0,013$

Schüchterne Personen machen häufiger Falschangaben über ihre Ausbildung als nicht Schüchterne. Wenn man hier wieder Job mit Status gleichsetzt, bedeutet das, dass Schüchterne Personen eher Falschangaben in Statusfragen machen. Eine mögliche Interpretation dazu ist, dass schüchterne Personen ihren Job als Möglichkeit sich zu profilieren sehen und daher falsche Angaben machen.

Wenn man sich die Wechselwirkung zwischen Geschlecht und Schüchternheit anschaut, zeigen sich signifikante Ergebnisse in den Kategorien „Gewicht“ $F(267)=5,588$; $p=0,019$ und „Alter“ $F(267)=5,253$; $p=0,023$.

Niedrig schüchterne Männer geben kaum an im Bereich Gewicht schon einmal geschummelt zu haben, während niedrig schüchterne Frauen sehr häufig angeben zu schummeln. Bei den schüchternen Männern und Frauen gibt es hingegen kaum einen Unterschied.

Beim Alter lügen schüchterne Männer am häufigsten, während schüchterne Frauen kaum falsche Angaben machen. Nicht schüchterne Frauen geben öfter ein falsches Alter an, als nicht schüchterne Männer, dieser Unterschied ist aber nicht signifikant.

Schüchterne Personen machen eher Falschangaben in Bezug auf ihren Job. Warum das so ist, kann hier leider nicht eindeutig festgestellt werden.

8. Das Alter spielt bei der Häufigkeit der Falschangaben eine Rolle

8. 1. Ältere Personen (eher Frauen) machen häufiger falsche Angaben über ihr Alter als jüngere.

Verfahren: univariate zweifaktorielle Varianzanalyse
UV: Geschlecht, Alter
AV: Anzahl der Falschangaben in verschiedenen Kategorien

Tabelle 29: Varianzanalyse (Ausschnitt): Falschangaben * Geschlecht, Alter

Tests of Between-Subjects Effects						
	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Alter	Größe	,039	1	,039	,983	,322
	Gewicht	,021	1	,021	,113	,736
	Alter	,277	1	,277	4,242	,040
	Job	,060	1	,060	,765	,383
	Perönliche Einstellungen	,039	1	,039	,733	,393
	Aussehen	,006	1	,006	,187	,666
Geschlecht * Alter	Größe	,003	1	,003	,082	,774
	Gewicht	,861	1	,861	4,714	,031
	Alter	,115	1	,115	1,758	,186
	Job	,162	1	,162	2,063	,152
	Perönliche Einstellungen	,063	1	,063	1,186	,277
	Aussehen	,108	1	,108	3,320	,070

Es zeigt sich ein signifikanter Unterschied zwischen Personen unter 30 Jahren und Personen über 30 Jahren in der Häufigkeit der Falschangaben des Alters.

$F(264)=4,242$; $p=0,040$

Ältere Personen machen signifikant häufiger Falschangaben. Es ist auch nicht überraschend, dass ältere Personen sich eher jünger darstellen und jüngere sich nicht älter machen.

Auch signifikant ist die Wechselwirkung zwischen Geschlecht, Alter und Falschangaben beim Gewicht. $F(264)=4,714$; $p=0,031$. Männer, die in die Altersgruppe der unter 30 jährigen gehören schummeln, meiner Studie nach, gar nicht was ihr Gewicht anbelangt. Ältere Männer dagegen häufiger. Frauen geben insgesamt, unabhängig vom Alter öfter ein falsches Gewicht an, aber auch hier zeigt sich, dass ältere Frauen noch öfter bei der Gewichtsangabe schummeln als jüngere.

Die Hypothese konnte bestätigt werden. Ältere Personen machen häufiger Falschangaben ihr Alter betreffend als jüngere.

3. Hypothesenblock:

Hypothesen zum Wunschartner:

9. Schüchterne Personen unterscheiden sich in der Art ihres Beziehungswunsches von nicht schüchternen Personen.

Verfahren: Kreuztabelle, Chi² Test

Variablen: Beziehungswunsch, Schüchternheit

Zuerst wurde eine Kreuztabelle mit den Kategorien Beziehungswunsch und Schüchternheit aufgestellt. Hier ergab sich augenscheinlich ein größerer Unterschied in dem nicht näher definierten Bereich „Anderes“. Nicht schüchterne Personen haben eher die Angabe gemacht „Anderes“ als die zur Verfügung gestellten Kategorien zu suchen. Danach wurde eine weitere Kreuztabelle ohne die Kategorien „Anderes“ gerechnet. Die Kategorie Freizeitpartner wurde mit der Kategorie „Freundschaft“ zusammengefügt, da beide ähnliches beschreiben.

Tabelle 30: Kreuztabelle Schüchternheit * Beziehungswunsch

Kreuztabelle Schüchternheit * Beziehungswunsch					
			Einteilung nach Schüchternheit		Gesamt
			niedrig	hoch	
Vordergründigster Wunsch bei Registrierung-Zusammengefasst	feste Beziehung	Anzahl	79	90	169
		% von Einteilung nach Schüchternheit	65,3%	67,7%	66,5%
		Erwartete Anzahl	-,4	,4	
	Freundschaft	Anzahl	33	37	70
		% von Einteilung nach Schüchternheit	27,3%	27,8%	27,6%
		Erwartete Anzahl	-,1	,1	
	Affäre	Anzahl	9	6	15
		% von Einteilung nach Schüchternheit	7,4%	4,5%	5,9%
		Erwartete Anzahl	1,0	-1,0	
Gesamt		Anzahl	121	133	254
		% von Einteilung nach Schüchternheit	100,0%	100,0%	100,0%

Der Chi² Test ergab hierfür keine Signifikanz. Die Hypothese konnte nicht bestätigt werden. Es gibt also keinen Unterschied zwischen schüchternen und nicht

schüchternen Personen im Wunsch nach einer festen Beziehung, einer Freundschaft oder einer Affäre.

Tabelle 31: Chi-Quadrat Test Hypothese 9

Chi-Quadrat Test			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,980 ^a	2	,613
Likelihood Ratio	,982	2	,612
Linear-by-Linear Association	,711	1	,399
N of Valid Cases	254		

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7,15.

Es gibt keinen Unterschied im Beziehungswunsch zwischen schüchternen und nicht schüchternen Personen.

10. Ältere und jüngere Personen unterscheiden sich hinsichtlich ihres Beziehungswunsches.

10.1 Jüngere Personen wünschen sich eher eine Freundschaft, ältere eher eine rein sexuelle Beziehung.

Verfahren: Kreuztabelle, Chi² Test

Variablen: Beziehungswunsch, Alter

Es wurden eine Kreuztabelle und ein Chi² Test gerechnet.

Tabelle 32: Kreuztabelle: Beziehungswunsch * Alter

Kreuztabelle Beziehungswunsch * Alter					
			Alter in Gruppe		Gesamt
			< 30 Jahre	>= 30 Jahre	
Vordergründigster Wunsch bei Registrierung-Zusammengefasst	feste Beziehung	Anzahl	81	85	166
		% von Alter in Gruppe	65,9%	66,4%	66,1%
		Erwartet Anzahl	-,1	,1	
	Freundschaft	Anzahl	35	35	70
		% von Alter in Gruppe	28,5%	27,3%	27,9%
		Erwartet Anzahl	,2	-,2	
	Affäre	Anzahl	7	8	15
		% von Alter in Gruppe	5,7%	6,3%	6,0%
		Erwartet Anzahl	-,2	,2	
Gesamt		Anzahl	123	128	251
		% von Alter in Gruppe	100,0%	100,0%	100,0%

Es konnten keine signifikanten Unterschiede im Beziehungswunsch hinsichtlich des Alters der Versuchsteilnehmer gefunden werden. Unabhängig vom Alter wünscht der Großteil der Teilnehmer eine feste Beziehung oder eine Freundschaft.

Tabelle 33. Chi-Quadrat Test Hypothese 10

Chi-Quadrat Test			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,063 ^a	2	,969
Likelihood Ratio	,064	2	,969
Linear-by-Linear Association	,003	1	,954
N of Valid Cases	251		

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7,35.

Die Hypothese, dass es einen Unterschied im Beziehungswunsch zwischen Personen verschiedenen Alters gibt, konnte nicht bestätigt werden. Unabhängig vom Alter suchen die meisten Fragebogenteilnehmer eine feste Beziehung.

11. Personen mit Kindern und Personen ohne Kinder unterscheiden sich hinsichtlich ihres Beziehungswunsches.

Verfahren: Kreuztabelle, Chi² Test

Variablen: Beziehungswunsch, Alter

Es wurde jeweils eine Kreuztabelle für Personen mit und Personen ohne Kinder gerechnet, und auch berücksichtigt ob die Kinder im eigenen Haushalt leben oder nicht.

Tabelle 34: Kreuztabelle: Beziehungswunsch * Kinder und Beziehungswunsch * Kinder im Haushalt

Kreuztabelle Beziehungswunsch * Kinder

			Kinder		Gesamt
			ja	nein	
Vordergründigster Wunsch bei Registrierung-Zusammengefasst	feste Beziehung	Anzahl	32	136	168
		% von Kinder	64,0%	67,0%	66,4%
		erwartete Anzahl	-,4	,4	
	Freundschaft	Anzahl	14	56	70
		% von Kinder	28,0%	27,6%	27,7%
		erwartete Anzahl	,1	-,1	
	Affäre	Anzahl	4	11	15
		% von Kinder	8,0%	5,4%	5,9%
		erwartete Anzahl	,7	-,7	
Gesamt		Anzahl	50	203	253
		% von Kinder	100,0%	100,0%	100,0%

Kreuztabelle Beziehungswunsch * Kinder im Haushalt

			Kinder im Haushalt		Gesamt
			ja	nein	
Vordergründigster Wunsch bei Registrierung-Zusammengefasst	feste Beziehung	Anzahl	18	104	122
		% von Kinder im Haushalt	62,1%	69,3%	68,2%
		Erwartete Anzahl	-,8	,8	
	Freundschaft	Anzahl	8	36	44
		% von Kinder im Haushalt	27,6%	24,0%	24,6%
		Erwartete Anzahl	,4	-,4	
	Affäre	Anzahl	3	10	13
		% von Kinder im Haushalt	10,3%	6,7%	7,3%
		Erwartete Anzahl	,7	-,7	
Gesamt		Anzahl	29	150	179
		% von Kinder im Haushalt	100,0%	100,0%	100,0%

Der Chi² Test führte in keinem Fall zu einem signifikanten Ergebnis, auch wenn man wie vorhin Freizeitpartner und Freundschaft zusammenfasst und Anderes ausschließt.

Tabelle 35: Chi-Quadrat Test Hypothese 11

Chi-Quadrat Test			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,508 ^a	2	,776
Likelihood Ratio	,475	2	,789
Linear-by-Linear Association	,441	1	,507
N of Valid Cases	253		

a. 1 cells (16,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,96.

Die Hypothese konnte nicht bestätigt werden. Es gibt keinen Unterschied zwischen Personen mit und Personen ohne Kindern in der Art des Beziehungswunsches.

12. Es gibt Geschlechtsunterschiede in der Wertigkeit bestimmter Merkmale des gewünschten Partners.

Verfahren: Faktorenanalyse

Variablen: Antworten auf die Frage welche Merkmale beim Wunschpartner wie wichtig sind

Es wurde eine Faktorenanalyse berechnet, um die unterschiedlichen Antworten in 5 Faktoren zusammen zu fassen. Folgende Faktoren ergaben sich aus der Berechnung:

Tabelle 36: Ergebnisse der Faktorenanalyse

Faktor Status:

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
gute berufliche Stellung	11,28	7,001	,723	,669
Gutes Einkommen	11,11	7,724	,581	,723
Ehrgeiz, Fleiß	11,80	8,072	,543	,736
Gute Kleidung	11,77	8,209	,477	,759
Selbstbewusstsein	12,31	9,059	,427	,771

Faktor Emotionale Nähe:

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Emotionale Nähe	5,06	3,929	,466	,642
Sicherheit, Geborgenheit	4,66	2,646	,647	,512
Treue	5,24	3,503	,489	,627
Offenheit, Ehrlichkeit	5,49	4,790	,385	,694

Faktor Intelligenz:

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Interessen	3,65	1,549	,535	,354
Bildung	3,05	1,226	,397	,563
Humor	3,73	1,763	,345	,592

Faktor Attraktivität:

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Attraktives Aussehen	2,45	,610	,698	, ^a
Intelligenz	2,20	,568	,698	, ^a

a. The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

Faktor Wichtige Gemeinsamkeiten:

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ähnliche Einstellung	3,66	1,232	,420	,271
positive Ausstrahlung	4,08	1,611	,307	,468
gemeinsame Interessen	3,80	1,543	,290	,495

12.1 Männer und Frauen unterscheiden sich hinsichtlich der Wertigkeit von Aussehen und Status voneinander. Männer legen mehr Wert auf Aussehen, Frauen auf Status.

12.2. Männer und Frauen unterscheiden sich hinsichtlich der Wichtigkeit bestimmter Charaktereigenschaften.

12.3 Ältere Personen unterscheiden sich von jüngeren Personen hinsichtlich der Wichtigkeit bestimmter Merkmale.

Verfahren: Univariate zweifaktorielle Varianzanalyse

UV: Geschlecht, Alter

AV: Wichtigkeit bestimmter Merkmale

Es wurde eine zweifaktorielle Varianzanalyse mit den Variablen Geschlecht und Alter berechnet. (Tabelle 37 siehe nächste Seite)

Die Hypothese konnte bestätigt werden. Männer und Frauen unterscheiden sich in 4 der 5 angenommenen Faktoren signifikant. Einzig im Faktor Wichtigkeit der Attraktivität, gibt es keinen deutlich signifikanten Unterschied. $p=0,075$
In allen anderen Faktoren ist $p<0,001$.

Frauen legen mehr Wert auf Status als Männer. $F(266)=65,377$, $p<0,001$

Der Faktor Status setzt sich aus den Kategorien „gute berufliche Stellung“, „gutes Einkommen“, „Ehrgeiz und Fleiß“, „Selbstbewusstsein“ und „gute Kleidung“ zusammen. Frauen suchen also demnach eher ehrgeizige, selbstbewusste Männer, mit gutem Einkommen, die sich gut kleiden. Männern ist dieser Faktor bei der Partnerwahl offenbar nicht so wichtig. Das bestätigt die wissenschaftlich bereits mehrfach überprüfte Behauptung, dass Frauen auch heute noch, obwohl sie selbst berufstätig sind und mit beiden Beinen im Leben stehen, dieser Faktor bei ihrem Partner wichtig ist.

Im Vergleich mit dem Alter der Versuchspersonen kam es zu keinen signifikanten Ergebnissen bezüglich der Wichtigkeit des Status.

Tabelle 37: Varianzanalyse (Ausschnitt): Wichtigkeit best. Merkmale * Geschlecht, Alter

Tests of Between-Subjects Effects

Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	Wichtigkeit-Status	26,136 ^a	3	8,712	22,630	,000
	Wichtigkeit-Emotionale Nähe	9,217 ^b	3	3,072	8,909	,000
	Wichtigkeit-Intelligenz	8,208 ^c	3	2,736	9,458	,000
	Wichtigkeit-Attraktivität	6,533 ^d	3	2,178	4,513	,004
	Wichtigkeit-Gemeinsamkeit	6,010 ^e	3	2,003	7,215	,000
Intercept	Wichtigkeit-Status	2220,369	1	2220,369	5767,515	,000
	Wichtigkeit-Emotionale Nähe	749,608	1	749,608	2173,661	,000
	Wichtigkeit-Intelligenz	780,102	1	780,102	2696,782	,000
	Wichtigkeit-Attraktivität	1407,620	1	1407,620	2916,997	,000
	Wichtigkeit-Gemeinsamkeit	956,183	1	956,183	3443,836	,000
Geschlecht	Wichtigkeit-Status	25,169	1	25,169	65,377	,000
	Wichtigkeit-Emotionale Nähe	8,949	1	8,949	25,950	,000
	Wichtigkeit-Intelligenz	7,802	1	7,802	26,973	,000
	Wichtigkeit-Attraktivität	1,540	1	1,540	3,191	,075
	Wichtigkeit-Gemeinsamkeit	4,535	1	4,535	16,332	,000
Alter	Wichtigkeit-Status	,003	1	,003	,007	,934
	Wichtigkeit-Emotionale Nähe	,071	1	,071	,205	,651
	Wichtigkeit-Intelligenz	,033	1	,033	,112	,738
	Wichtigkeit-Attraktivität	5,628	1	5,628	11,662	,001
	Wichtigkeit-Gemeinsamkeit	2,006	1	2,006	7,225	,008
Error	Wichtigkeit-Status	102,404	266	,385		
	Wichtigkeit-Emotionale Nähe	91,733	266	,345		
	Wichtigkeit-Intelligenz	76,946	266	,289		
	Wichtigkeit-Attraktivität	128,360	266	,483		
	Wichtigkeit-Gemeinsamkeit	73,855	266	,278		
Total	Wichtigkeit-Status	2433,005	270			
	Wichtigkeit-Emotionale Nähe	881,250	270			
	Wichtigkeit-Intelligenz	898,667	270			
	Wichtigkeit-Attraktivität	1593,250	270			
	Wichtigkeit-Gemeinsamkeit	1078,139	270			
Corrected Total	Wichtigkeit-Status	128,540	269			
	Wichtigkeit-Emotionale Nähe	100,950	269			
	Wichtigkeit-Intelligenz	85,154	269			
	Wichtigkeit-Attraktivität	134,894	269			
	Wichtigkeit-Gemeinsamkeit	79,865	269			

a. R Squared = ,203 (Adjusted R Squared = ,194)

b. R Squared = ,091 (Adjusted R Squared = ,081)

c. R Squared = ,096 (Adjusted R Squared = ,086)

d. R Squared = ,048 (Adjusted R Squared = ,038)

e. R Squared = ,075 (Adjusted R Squared = ,065)

Die Hypothese, dass Männer mehr Wert auf Attraktivität legen, konnte mit $F(266)=3,191$; $p=0,075$ jedoch nicht bestätigt werden, auch wenn sich eine leichte Tendenz in diese Richtung zeigt.

Männliche Versuchsteilnehmer hatten beim Faktor *Emotionale Nähe* signifikant höhere Werte. $(266)=16,223$; $p<0,001$. (Höhere Werte bedeuten geringere Wichtigkeit.)

Dieses Ergebnis ist überraschend, da eigentlich nicht unbedingt mit einem Unterschied zwischen den Geschlechtern in Bezug auf Wichtigkeit von *Treue*, *emotionaler Nähe*, *Sicherheit*, *Geborgenheit* und *Offenheit* gerechnet wurde. Dieser Faktor scheint aber Frauen wesentlich wichtiger zu sein als Männern.

Im Faktor Intelligenz zeigte sich, dass Männer mehr Wert auf Intelligenz bei Frauen legen, als umgekehrt. Hierzu gehören *Interessen*, *Bildung* und *Humor*.

$F(266)=26,973$; $p<0,001$

Im Faktor *Attraktivität* gibt es einen signifikanten Unterschied zwischen Personen verschiedenen Alters $F(266)=11,662$; $p=0,001$, aber keinen signifikanten Unterschied zwischen den Geschlechtern $F(266)=3,191$; $p=0,075$.

Jüngere Personen legen demnach mehr Wert auf Attraktivität, die sich hier aus den Faktoren *Attraktives Aussehen* und *Intelligenz* ergibt. Unterschiede zwischen Männern, die etwas mehr Wert darauf legen und Frauen gibt es zwar, diese sind aber nicht signifikant.

Im Faktor Gemeinsamkeiten zeigen sich wieder signifikant höhere Werte bei den männlichen Versuchsteilnehmern. $F(266)=16,332$; $p<0,001$.

Das bedeutet, dass Frauen mehr Wert auf Gemeinsamkeiten legen. Außerdem ist auch das Alter der Teilnehmer relevant. $F(266)=7,225$; $p=0,008$.

Ältere Versuchsteilnehmer legen mehr Wert auf *positive Ausstrahlung*, *gemeinsame Interessen* und *ähnliche Einstellungen* als Jüngere.

Eine Wechselwirkung zwischen Alter und Geschlecht konnte allerdings nicht festgestellt werden.

Die Hypothese konnte bestätigt werden. Es gibt sowohl im Alter als auch im Geschlecht große Unterschiede in der Wichtigkeit bestimmter Merkmale beim Wunschpartner.

13. Schüchterne Personen unterscheiden sich von nicht schüchternen Personen hinsichtlich der Wichtigkeit bestimmter Merkmale.

13.1 Schüchterne Personen legen mehr Wert auf Nähe, Geborgenheit und Sicherheit als nicht Schüchterne Personen.

Verfahren: univariate einfaktorielle Varianzanalyse

UV: Schüchternheit

AV: Wichtigkeit bestimmter Merkmale

Tabelle 38: Mittelwerte und Standardabweichung wichtiger Merkmale nach Schüchternheit

Descriptive Statistics				
	Einteilung nach Schüchternheit	Mittelwert	Standard Abweichung	N
Wichtigkeit-Status	niedrig	2,8849	,68401	136
	hoch	2,9707	,70159	137
	Total	2,9280	,69294	273
Wichtigkeit-Emotionale Nähe	niedrig	1,6765	,64199	136
	hoch	1,7281	,57879	137
	Total	1,7024	,61051	273
Wichtigkeit-Intelligenz	niedrig	1,6814	,55164	136
	hoch	1,8029	,57530	137
	Total	1,7424	,56589	273
Wichtigkeit-Attraktivität	niedrig	2,2757	,69873	136
	hoch	2,3723	,71236	137
	Total	2,3242	,70596	273
Wichtigkeit-Gemeinsamkeit	niedrig	1,8493	,54768	136
	hoch	2,0012	,52956	137
	Total	1,9255	,54303	273

Es wurde eine einfaktorielle Varianzanalyse mit der Variable Schüchternheit berechnet. (Tabelle 39, nächste Seite)

Es wurden signifikante Unterschiede im Faktor *Gemeinsamkeiten* gefunden. Dieser Faktor beinhaltet *positive Ausstrahlung, gemeinsame Interessen* und *ähnliche Einstellungen*. Hier zeigt sich ein signifikanter Unterschied. $F(271)=5,431$; $p=0,021$ Unabhängig vom Geschlecht legen nicht schüchterne Personen mehr Wert auf Gemeinsamkeiten mit ihrem Partner als schüchterne Personen. Dieses Ergebnis ist überraschend und widerspricht Hypothese 14.1 nachdem schüchterne Personen mehr Wert auf positive Ausstrahlung, gemeinsame Interessen und ähnliche Einstellungen legen sollten.

Auch im Faktor Intelligenz gibt es eine Tendenz $F(271)=3,174$; $p=0,076$, dass nicht schüchterne Personen etwas mehr Wert auf die Intelligenz ihres Partners legen, (Interessen, Bildung, Humor) als schüchterne Personen.

Alle anderen Faktoren ergaben keinen Unterschied zwischen schüchternen und nicht schüchternen Personen.

Tabelle 39: Varianzanalyse: Wichtigkeit bestimmter Merkmale * Schüchternheit

Tests of Between-Subjects Effects						
Quelle	Abhängige Variable	Quadratsumme vom Typ III	df	Mittel der Quadrate	F	Signifikanz
korrigiertes Modell	Wichtigkeit-Status	,502 ^a	1	,502	1,045	,307
	Wichtigkeit-Emotionale Nähe	,182 ^b	1	,182	,487	,486
	Wichtigkeit-Intelligenz	1,008 ^c	1	1,008	3,174	,076
	Wichtigkeit-Attraktivität	,636 ^d	1	,636	1,277	,259
	Wichtigkeit-Gemeinsamkeit	1,576 ^e	1	1,576	5,431	,021
Intercept	Wichtigkeit-Status	2340,134	1	2340,134	4874,376	,000
	Wichtigkeit-Emotionale Nähe	791,083	1	791,083	2118,435	,000
	Wichtigkeit-Intelligenz	828,564	1	828,564	2608,093	,000
	Wichtigkeit-Attraktivität	1474,445	1	1474,445	2961,468	,000
	Wichtigkeit-Gemeinsamkeit	1011,875	1	1011,875	3487,363	,000
Schüchternheit	Wichtigkeit-Status	,502	1	,502	1,045	,307
	Wichtigkeit-Emotionale Nähe	,182	1	,182	,487	,486
	Wichtigkeit-Intelligenz	1,008	1	1,008	3,174	,076
	Wichtigkeit-Attraktivität	,636	1	,636	1,277	,259
	Wichtigkeit-Gemeinsamkeit	1,576	1	1,576	5,431	,021
Fehler	Wichtigkeit-Status	130,104	271	,480		
	Wichtigkeit-Emotionale Nähe	101,199	271	,373		
	Wichtigkeit-Intelligenz	86,094	271	,318		
	Wichtigkeit-Attraktivität	134,925	271	,498		
	Wichtigkeit-Gemeinsamkeit	78,632	271	,290		
Gesamt	Wichtigkeit-Status	2471,023	273			
	Wichtigkeit-Emotionale Nähe	892,563	273			
	Wichtigkeit-Intelligenz	915,889	273			
	Wichtigkeit-Attraktivität	1610,250	273			
	Wichtigkeit-Gemeinsamkeit	1092,389	273			
korrigierte Gesamtvariation	Wichtigkeit-Status	130,606	272			
	Wichtigkeit-Emotionale Nähe	101,381	272			
	Wichtigkeit-Intelligenz	87,102	272			
	Wichtigkeit-Attraktivität	135,560	272			
	Wichtigkeit-Gemeinsamkeit	80,208	272			

a. R Squared = ,004 (Adjusted R Squared = ,000)

b. R Squared = ,002 (Adjusted R Squared = -,002)

c. R Squared = ,012 (Adjusted R Squared = ,008)

d. R Squared = ,005 (Adjusted R Squared = ,001)

e. R Squared = ,020 (Adjusted R Squared = ,016)

Die Hypothese konnte somit nicht bestätigt werden. Es gibt zwar einen Unterschied in der Wichtigkeit einiger Merkmale, aber nicht in der angenommenen Richtung. Nicht schüchterne Personen legen mehr Wert auf Gemeinsamkeiten mit dem Wunschpartner und tendenziell etwas mehr Wert auf den Faktor Intelligenz als schüchterne Personen.

14. Personen mit niedrigem Selbstwert unterscheiden sich von Personen mit hohem Selbstwert in der Wichtigkeit bestimmter Merkmale.

Verfahren: univariate einfaktorielle Varianzanalyse

UV: Selbstwert

AV: Wichtigkeit bestimmter Merkmale

Tabelle 40: Mittelwerte und Standardabweichung wichtiger Merkmale nach Selbstwert

Descriptive Statistics				
	Einteilung nach	Mean	Std. Deviation	N
Wichtigkeit-Status	hoch	2,8752	,71419	140
	niedrig	2,9835	,66804	133
	Total	2,9280	,69294	273
Wichtigkeit-Emotionale Nähe	hoch	1,6839	,64778	140
	niedrig	1,7218	,57046	133
	Total	1,7024	,61051	273
Wichtigkeit-Intelligenz	hoch	1,6476	,56796	140
	niedrig	1,8421	,54830	133
	Total	1,7424	,56589	273
Wichtigkeit-Attraktivität	hoch	2,2571	,71088	140
	niedrig	2,3947	,69645	133
	Total	2,3242	,70596	273
Wichtigkeit-Gemeinsamkeit	hoch	1,8333	,53904	140
	niedrig	2,0226	,53213	133
	Total	1,9255	,54303	273

Die Werte liegen, wie man oben sieht zwischen 1,6 und 2,9.

1 bedeutet, dass das beschriebene Merkmal beim Partner sehr wichtig für den Befragten ist, 2 eher wichtige, 3 neutral, 4 eher unwichtig und 5 völlig unwichtig.

Wieder wurde eine Varianzanalyse gerechnet, diesmal mit Selbstwert als unabhängige Variable.

Tabelle 41: Varianzanalyse: Wichtigkeit bestimmter Merkmale * Selbstwert

Tests of Between-Subjects Effects						
Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	Wichtigkeit-Status	,799 ^a	1	,799	1,668	,198
	Wichtigkeit-Emotionale Nähe	,098 ^b	1	,098	,262	,609
	Wichtigkeit-Intelligenz	2,580 ^c	1	2,580	8,272	,004
	Wichtigkeit-Attraktivität	1,291 ^d	1	1,291	2,606	,108
	Wichtigkeit-Gemeinsamkeit	2,442 ^e	1	2,442	8,510	,004
Intercept	Wichtigkeit-Status	2341,095	1	2341,095	4887,531	,000
	Wichtigkeit-Emotionale Nähe	791,112	1	791,112	2116,755	,000
	Wichtigkeit-Intelligenz	830,614	1	830,614	2663,160	,000
	Wichtigkeit-Attraktivität	1475,958	1	1475,958	2978,976	,000
	Wichtigkeit-Gemeinsamkeit	1014,066	1	1014,066	3533,846	,000
Selbstwert	Wichtigkeit-Status	,799	1	,799	1,668	,198
	Wichtigkeit-Emotionale Nähe	,098	1	,098	,262	,609
	Wichtigkeit-Intelligenz	2,580	1	2,580	8,272	,004
	Wichtigkeit-Attraktivität	1,291	1	1,291	2,606	,108
	Wichtigkeit-Gemeinsamkeit	2,442	1	2,442	8,510	,004
Error	Wichtigkeit-Status	129,807	271	,479		
	Wichtigkeit-Emotionale Nähe	101,283	271	,374		
	Wichtigkeit-Intelligenz	84,522	271	,312		
	Wichtigkeit-Attraktivität	134,269	271	,495		
	Wichtigkeit-Gemeinsamkeit	77,766	271	,287		
Total	Wichtigkeit-Status	2471,023	273			
	Wichtigkeit-Emotionale Nähe	892,563	273			
	Wichtigkeit-Intelligenz	915,889	273			
	Wichtigkeit-Attraktivität	1610,250	273			
	Wichtigkeit-Gemeinsamkeit	1092,389	273			
Corrected Total	Wichtigkeit-Status	130,606	272			
	Wichtigkeit-Emotionale Nähe	101,381	272			
	Wichtigkeit-Intelligenz	87,102	272			
	Wichtigkeit-Attraktivität	135,560	272			
	Wichtigkeit-Gemeinsamkeit	80,208	272			

a. R Squared = ,006 (Adjusted R Squared = ,002)

b. R Squared = ,001 (Adjusted R Squared = -,003)

c. R Squared = ,030 (Adjusted R Squared = ,026)

d. R Squared = ,010 (Adjusted R Squared = ,006)

e. R Squared = ,030 (Adjusted R Squared = ,027)

Die Varianzanalyse zeigt signifikante Unterschiede zwischen Personen mit hohem und Personen mit niedrigem Selbstwert in den Faktoren Intelligenz $F(271)=8,272$; $p=0,004$ und Gemeinsamkeiten $F(271)=8,510$; $p=0,004$.

In beiden Faktoren erzielten Personen mit niedrigem Selbstwert höhere Punktzahlen. Das bedeutet, dass Personen mit höherem Selbstwert mehr Wert auf die Intelligenz des Partners und auf Gemeinsamkeiten mit dem Partner legen, als Personen mit niedrigem Selbstwert. Allgemein scheint die Wichtigkeit aller Faktoren bei Personen mit höherem Selbstwert größer zu sein. Personen mit hohem Selbstwert stellen eher größere Ansprüche an den Partner.

Personen mit hohem Selbstwert legen signifikant mehr Wert auf die Faktoren Intelligenz und Gemeinsamkeiten als Personen mit niedrigem Selbstwert.

15. Personen, die eine feste Beziehung suchen unterscheiden sich von Personen die eine Freundschaft suchen und Personen die eine rein sexuelle Beziehung suchen hinsichtlich der Wichtigkeit bestimmter Merkmale.

15.1 Personen, die eine rein sexuelle Beziehung suchen legen mehr Wert auf Aussehen und weniger auf Charaktereigenschaften oder gemeinsame Interessen als Personen, die eine Beziehung suchen.

15.2 Personen, die eine Freundschaft suchen legen mehr Wert auf Charaktereigenschaften und weniger Wert auf Aussehen, als Personen, die eine feste Beziehung suchen.

Verfahren: univariate einfaktorielle Varianzanalyse, Post Hoc Test

UV: Beziehungswunsch

AV: Wichtigkeit bestimmter Merkmale

Es wurde zuerst eine Varianzanalyse gerechnet, die hoch signifikante Ergebnisse in der Kategorie emotionale Nähe lieferte. $F(266)=4,576$; $p=0,001$

Um herauszufinden, welche Gruppen sich in dieser Kategorie voneinander unterscheiden, wurde im Anschluss ein Post Hoc Test durchgeführt.

Tabelle 42: Varianzanalyse (Ausschnitt): Wichtigkeit bestimmter Eigenschaften * Beziehungswunsch

Tests of Between-Subjects Effects						
Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Beziehungswunsch	Wichtigkeit-Status	,915	4	,229	,472	,756
	Wichtigkeit-Emotionale Nähe	6,495	4	1,624	4,576	,001
	Wichtigkeit-Intelligenz	,687	4	,172	,528	,715
	Wichtigkeit-Attraktivität	2,590	4	,647	1,297	,272
	Wichtigkeit-Gemeinsamkeit	1,195	4	,299	1,014	,401

Tabelle 43: Post Hoc Test: Wichtigkeit Emotionale Nähe * Beziehungswunsch

Wichtigkeit-Emotionale Nähe			
Student-Newman-Keuls ^{a,b,c}			
Vordergründigster Wunsch bei	N	Subset	
		1	2
Freizeitpartner	15	1,5667	
feste Beziehung	168	1,6503	
Freundschaft	55	1,7045	
Anderes	18	1,7778	
Affäre	15		2,3167
Sig.		,618	1,000

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

Based on Type III Sum of Squares

The error term is Mean Square(Error) = ,355.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 23.472.

Der Post Hoc Test zeigt, dass sich Personen die eine Affäre suchen signifikant von allen anderen Gruppen unterscheiden. Emotionale Nähe ist diesen Personen nicht so wichtig, wie allen anderen.

Auch Gemeinsamkeiten und Status sind für Personen die eine Affäre suchen weniger wichtig, während Attraktivität wichtiger ist. Diese Werte sind allerdings nicht signifikant. Dieses Ergebnis ist nicht verwunderlich, da Personen die eine Affäre suchen meistens keine emotionale Bindung eingehen wollen. Auch ist es für eine eher oberflächliche Beziehung nicht wichtig ob Gemeinsamkeiten vorhanden sind, eher wichtig, ist die körperliche Anziehung und dadurch die Attraktivität des Partners.

Hypothese 15.2 konnte hingegen nicht bestätigt werden. Weder die Varianzanalyse noch der Post Hoc Test ergaben signifikante Unterschiede zwischen Personen die eine Freundschaft suchen und Personen, die eine feste Beziehung suchen in der Wichtigkeit bestimmter Merkmale. Beiden Gruppen sind Intelligenz, emotionale

Nähe und Gemeinsamkeiten sehr wichtig, während Attraktivität und Status nicht ganz so wichtig ist.

Hypothese 15.1 konnte bestätigt werden. Personen die eine rein sexuelle Beziehung suchen legen signifikant weniger Wert auf emotionale Nähe. Es zeigt sich auch eine leichte Tendenz, dass diesen Personen Attraktivität etwas wichtiger ist als den anderen Gruppen.

Hypothese 15.2 muss hingegen verworfen werden. Personen die eine Freundschaft suchen und Personen die eine feste Beziehung anstreben unterscheiden sich kaum in der Wichtigkeit bestimmter Eigenschaften des Wunschpartners.

4. Hypothesenblock:

Hypothesen zur Ähnlichkeit oder Ergänzung hinsichtlich Schüchternheit:

16. Schüchterne Männer und Frauen unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Präferenz für Partner, die ihnen im Merkmal Schüchternheit ähnlich sind.

Verfahren: Varianzanalyse bei Messwiederholungen

AV: Selbstbild, Fremdbild

UV: Schüchternheit

Für die Beantwortung dieser Fragestellung habe ich eine siebenstellige Skala gewählt auf deren beiden Seiten gegensätzliche Aussagen beschrieben waren. Die Versuchsteilnehmer sollten wählen wo auf der Skala sie selbst liegen (Selbstbild) und wo sie sich ihren Partner wünschen (Fremdbild). Zuerst wurden die Mittelwerte des Selbst und Fremdbildes der Teilnehmer verglichen. Danach wurden die daraus gewonnen Werte verwendet um herauszufinden, ob es Unterschiede zwischen schüchternen und nicht schüchternen Personen gibt.

Ich bin ein Mensch der / Ich wünsche mir einen Partner der

- eher viel redet 1,2,3
- eher ruhig ist 5,6,7

Tabelle 44: Mittelwert und Standardabweichung: Selbst reden * Reden des Partners

Descriptive Statistics				
	Einteilung nach	Mean	Std. Deviation	N
Selbst-Reden	niedrig	3,10	1,655	137
	hoch	4,06	1,675	137
	Total	3,58	1,730	274
Fremd-Reden	niedrig	3,20	1,130	137
	hoch	3,45	1,077	137
	Total	3,32	1,109	274

Diese Fragestellung ergab einen signifikanten Unterschied im Selbst- und im Fremdbild. Auch der Unterschied in der Schüchternheit ist signifikant. Nicht schüchterne Personen reden mehr als Schüchterne, die eher in Richtung ruhig tendieren. Personen die schüchtern sind, wünschen sich eher Personen die mehr reden, die sich also von ihnen selbst in diesem Verhalten unterscheiden.

Tabelle 45: Mittelwertsvergleich bei Messwiederholung: Selbstbild * Fremdbild, * Schüchternheit

Tests of Within-Subjects Contrasts						
Measure: MEASURE_1						
Source	Reden	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Reden	Linear	9,199	1	9,199	7,466	,007
Reden * Ns	Linear	17,170	1	17,170	13,935	,000
Error(Reden)	Linear	335,131	272	1,232		

Ich bin ein Mensch der / Ich wünsche mir einen Partner der

- eher auf andere zugeht
- eher schüchtern ist

Tabelle 46: Mittelwert und Standardabweichung: Selbst zugehen * Zugehen des Partners

Descriptive Statistics				
	Einteilung nach	Mean	Std. Deviation	N
Selbst-Zugehen	niedrig	2,99	1,583	137
	hoch	4,43	1,617	137
	Total	3,71	1,752	274
Fremd-Zugehen	niedrig	2,72	1,055	137
	hoch	3,13	1,077	137
	Total	2,93	1,084	274

Auch hier gibt es ein signifikantes Ergebnis im Vergleich Selbstbild mit Fremdbild, das auf die Schüchternheit zurück zuführen ist.

Schüchterne Personen gehen weniger auf andere zu als nicht schüchterne Personen, beide wünschen sich allerdings eher einen weniger schüchternen Partner, der auch auf andere zugeht.

Tabelle 47: Mittelwertsvergleich bei Messwiederholung: Selbstbild * Fremdbild, * Schüchternheit

Tests of Within-Subjects Contrasts

Measure: MEASURE_1

Source	zugeh	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
zugeh	Linear	84,352	1	84,352	68,721	,000
zugeh * Ns	Linear	36,279	1	36,279	29,556	,000
Error(zugeh)	Linear	333,869	272	1,227		

Ich bin ein Mensch der / Ich wünsche mir einen Partner der

- eher im Mittelpunkt steht
- ungern im Mittelpunkt steht

Tabelle 48: Mittelwert und Standardabweichung

Descriptive Statistics

	Einteilung nach	Mean	Std. Deviation	N
Selbst-Mittelpunkt	niedrig	3,61	1,476	135
	hoch	4,64	1,469	137
	Total	4,13	1,557	272
Fremd-Mittelpunkt	niedrig	3,93	1,204	135
	hoch	4,38	1,016	137
	Total	4,16	1,134	272

Hier gibt es keinen Unterschied zwischen Selbstbild und Fremdbild. Personen, die selbst gerne im Mittelpunkt stehen, bevorzugen auch Partner, die das ebenso tun. Personen, die ungern im Mittelpunkt stehen, suchen Partner, die ebenso eingestellt sind. Der Unterschied in der Schüchternheit ist signifikant. Schüchterne Menschen stehen, wie zu erwarten war, ungern im Mittelpunkt.

Tabelle 49: Mittelwertsvergleich bei Messwiederholung: Selbstbild * Fremdbild, * Schüchternheit

Tests of Within-Subjects Contrasts

Measure: MEASURE_1

Source	mittel	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
mittel	Linear	,106	1	,106	,118	,732
mittel * Ns	Linear	11,488	1	11,488	12,821	,000
Error(mittel)	Linear	241,922	270	,896		

Ich bin eher ein Mensch der

- sich in Gespräche einbringt
- eher zuhört

Tabelle 50: Mittelwert und Standardabweichung

Descriptive Statistics

	Einteilung nach	Mean	Std. Deviation	N
Selbst-Einbringen in Gespräche	niedrig	2,87	1,385	135
	hoch	3,94	1,580	137
	Total	3,41	1,577	272
Fremd-Einbringen in Gespräche	niedrig	2,46	,952	135
	hoch	2,87	1,013	137
	Total	2,67	1,003	272

Es gibt einen signifikanten Unterschied zwischen Selbst- und Fremdbild. Dieser Unterschied ist abhängig von der Schüchternheit. Während schüchterne Menschen lieber zuhören, suchen sie Partner, die sich in Gespräche einbringen. Bei niedrig schüchternen Personen ist der Unterschied zwischen Selbst- und Fremdbild deutlich weniger ausgeprägt.

Tabelle 51: Mittelwertsvergleich bei Messwiederholung: Selbstbild * Fremdbild, * Schüchternheit

Tests of Within-Subjects Contrasts

Measure: MEASURE_1

Source	gespräch	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
gespräch	Linear	75,257	1	75,257	70,549	,000
gespräch * Ns	Linear	14,728	1	14,728	13,806	,000
Error(gespräch)	Linear	288,020	270	1,067		

Ich bin ein Mensch der / Ich wünsche mir einen Partner der

- gerne auf Partys geht
- gerne gemütlich daheim bleibt

Tabelle 52: Mittelwert und Standardabweichung

Descriptive Statistics				
	Einteilung nach	Mean	Std. Deviation	N
Selbst-Gerne auf Parties	niedrig	3,50	1,675	135
	hoch	3,92	1,610	136
	Total	3,71	1,653	271
Fremd-Gerne auf Parties	niedrig	3,56	1,534	135
	hoch	3,90	1,355	136
	Total	3,73	1,454	271

In diesem Fall sind die Unterschiede zwischen Selbst- und Fremdbild und zwischen schüchternen und nicht schüchternen Personen, nicht signifikant.

Die Werte liegen eher in der Mitte der Skala, im neutralen Bereich, was darauf hindeutet, dass die meisten Versuchspersonen sowohl gerne auf Partys gehen, als auch gemütlich zu Hause bleiben. Selbst- und Fremdbild sind sehr ähnlich, da die Probanden ihre Freizeit sicher am liebsten mit ihrem Partner, zu Hause, oder auf einer Party verbringen möchten.

Tabelle 53: Mittelwertsvergleich bei Messwiederholung: Selbstbild * Fremdbild, * Schüchternheit

Tests of Within-Subjects Contrasts						
Measure: MEASURE_1						
Source	Party	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Party	Linear	,067	1	,067	,135	,713
Party * Ns	Linear	,185	1	,185	,373	,542
Error(Party)	Linear	133,748	269	,497		

Ich bin ein Mensch der / Ich wünsche mir einen Partner der

- mit Fremden gleich ins Gespräch kommt
- eher abwartend ist

Tabelle 54: Mittelwert und Standardabweichung

Descriptive Statistics				
	Einteilung nach	Mean	Std. Deviation	N
Selbst-Mit Fremden ins Gespräch	niedrig	3,17	1,574	137
	hoch	4,35	1,732	136
	Total	3,76	1,755	273
Fremd-Mit Fremden ins Gespräch	niedrig	3,15	1,288	137
	hoch	3,63	1,061	136
	Total	3,39	1,202	273

Hier gibt es einen signifikanten Unterschied in Selbst- und Fremdbild, bedingt durch die Unterschiede in der Schüchternheit.

Schüchterne Personen sind eher zurückhaltend, wünschen sich aber einen Partner, der eher auf andere zugeht. Bei nicht schüchternen Personen ist das Selbstbild dem Fremdbild sehr ähnlich. Nicht Schüchterne gehen auf andere zu und erwarten das auch von ihrem Partner.

Tabelle 55: Mittelwertsvergleich bei Messwiederholung: Selbstbild * Fremdbild, * Schüchternheit

Tests of Within-Subjects Contrasts						
Measure: MEASURE_1						
Source	Fremde	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Fremde	Linear	18,815	1	18,815	14,225	,000
Fremde * Ns	Linear	17,365	1	17,365	13,128	,000
Error(Fremde)	Linear	358,452	271	1,323		

Zusammengefasst kann man sagen, dass nicht schüchterne Personen Partner bevorzugen, die ihnen im Verhalten ähnlich sind, während schüchterne Personen sich eher zu nicht schüchternen Partnern, die ihnen im Verhalten unähnlich sind, hingezogen fühlen.

5. Hypothesenblock:

Hypothesen zum Korrespondenzverhalten:

In den von mir gewählten Kontaktanzeigen gibt es zwei verschiedene Möglichkeiten den Erstkontakt herzustellen. Man kann entweder einen Eintrag im Gästebuch hinterlassen oder direkt eine E-Mail schreiben. In meiner Studie habe ich danach gefragt, wie oft die befragte Person selbst einen Erstkontakt hergestellt hat, wie oft sie damit erfolgreich war, also eine Antwort darauf bekommen hat und wie oft der Befragte selbst kontaktiert wurde. Mit diesen Angaben konnte ich unten stehende Hypothesen überprüfen.

17. Männer und Frauen unterscheiden sich hinsichtlich des Korrespondenzverhaltens voneinander.

17.1 Männer stellen öfter Erstkontakt per E-mail her als Frauen.

Verfahren: Kreuztabelle, Mann-Whitney Test

Variablen: Erstkontakt per E-Mail, Geschlecht

Es wurde gefragt mit wie vielen Personen die Versuchsperson selbst per Mail den Erstkontakt hergestellt hat. Hier gab es Antworten zwischen Null und 999 (was ich für eine Schätzung halte), wobei Null öfter von Frauen genannt wurde.

Erfahrungsgemäß sind Männer in Kontaktbörsen im Internet in der Überzahl vertreten und daher auch aktiver. Es kommt aber durchaus vor, dass Frauen auch selbst aktiv werden. Immerhin geben 6 Frauen an 100-300 Mails an Männer zur Kontaktaufnahme geschrieben zu haben. Andererseits haben 99 von 135 Frauen, die hier Angaben gemacht haben, höchstens 15 Männer per Mail zum ersten Mal kontaktiert. Dagegen haben 81 von 133 Männern mehr als 15 Mails an Frauen zum Erstkontakt geschrieben.

Tabelle 56: Kreuztabelle: Aktiv per Mail kontaktiert * Geschlecht

per Mail kontaktiert * Geschlecht Crosstabulation

Count

		Geschlecht		Total
		männlich	weiblich	
per Mail kontaktiert	,00	5	26	31
	1,00	2	3	5
	2,00	2	7	9
	3,00	4	5	9
	4,00	3	1	4
	5,00	8	22	30
	6,00	0	3	3
	7,00	0	1	1
	8,00	3	4	7
	10,00	18	17	35
	12,00	1	1	2
	15,00	7	9	16
	18,00	1	0	1
	20,00	16	9	25
	25,00	3	1	4
	30,00	14	6	20
	40,00	5	6	11
	45,00	0	1	1
	50,00	14	7	21
	70,00	3	0	3
	100,00	12	4	16
	120,00	1	0	1
	150,00	1	0	1
	200,00	4	1	5
	300,00	0	1	1
	350,00	1	0	1
	400,00	2	0	2
	999,00	3	0	3
Total		133	135	268

Da die Standardabweichung sehr hoch ist und es einige Skalenausreißer nach oben gibt, wurde ein Mann-Whitney Test gerechnet.

Tabelle 57: Mann-Whitney-Test: aktiv per Mail kontaktiert * Geschlecht

Test Statistics^a

	per Mail kontaktiert
Mann-Whitney U	5093,000
Wilcoxon W	14273,000
Z	-6,146
Asymp. Sig. (2-tailed)	,000

a. Grouping Variable: Geschlecht

Dieser zeigte hoch signifikante Unterschiede zwischen den Geschlechtern ($P < 0,001$). Männer und Frauen unterscheiden sich hoch signifikant in ihrem Korrespondenz-Verhalten hinsichtlich des Erstkontakts.

Männer führen den Erstkontakt per Mail signifikant häufiger durch als Frauen.

Das liegt sicher nicht nur daran, dass von Männern allgemein erwartet wird, dass sie den ersten Schritt tun. Eigenen Erfahrungen nach, werden Frauen gleich nach der Registrierung mit Mails überschüttet und allein die Durchsicht dieser Kontaktversuche ist sehr zeitaufwendig, so dass kaum Zeit und Lust bleibt selbst die Initiative zu ergreifen. Ein Großteil dieser Erstkontaktmails stellt sich außerdem als unpersönliche Massenmails heraus, auf die viele Frauen gar nicht antworten. Ob das bei meinen Versuchspersonen auch so ist, beantwortet die Frage, auf wie viele dieser Erstkontaktmails sie geantwortet haben.

Tabelle 58: Kreuztabelle: auf Erstmail geantwortet * Geschlecht

auf Mail geantwortet * Geschlecht Crosstabulation

Count		Geschlecht		Total
		männlich	weiblich	
auf Mail	,0	8	27	35
geantwortet	1,0	6	3	9
	2,0	9	9	18
	3,0	10	11	21
	4,0	8	4	12
	5,0	21	19	40
	6,0	8	7	15
	7,0	2	1	3
	8,0	3	3	6
	9,0	0	4	4
	10,0	17	13	30
	13,0	1	1	2
	14,0	2	0	2
	15,0	8	9	17
	16,0	1	0	1
	18,0	2	1	3
	20,0	13	7	20
	25,0	1	4	5
	30,0	5	2	7
	35,0	0	1	1
	40,0	1	1	2
	45,0	0	1	1
	50,0	2	1	3
	70,0	1	0	1
	80,0	2	2	4
	90,0	1	1	2
	99,0	0	1	1
	180,0	0	1	1
	200,0	1	1	2
Total		133	135	268

Auf diese erste E-Mail bekamen die Versuchspersonen von 0 bis zu 200 Antworten. (Diejenigen die keine verschickt haben, bekamen natürlich auch keine Antworten.

Allerdings haben 31 Personen niemals eine verschickt und 35 Personen haben niemals eine Antwort bekommen.)

Tabelle 59: Mann-Whitney-Test: Antworten auf Erstmail * Geschlecht

Test Statistics ^a	
	auf Mail geantwortet
Mann-Whitney U	7771,500
Wilcoxon W	16951,500
Z	-1,909
Asymp. Sig. (2-tailed)	,056

a. Grouping Variable: Geschlecht

Hier ergibt der Mann-Whitney Test eine Tendenz ($p=0,056$), dass Männer etwas mehr Antwortmails auf ihren Erstkontakt bekommen als Frauen.

Da Männer viel mehr Erstkontaktmails schreiben, bekommen sie auch mehr Antwortmails darauf als Frauen, die ja auch viel weniger Männer kontaktieren. Allerdings wird auch deutlich, dass die Zahl der Antworten, die Männer bekommen in keinem Verhältnis zu der Zahl der verfassten Mails steht. Männer bekommen also nur auf einen Bruchteil ihrer Erstkontaktversuche eine Antwort, während Frauen zwar insgesamt etwas weniger Antworten bekommen, aber ein größerer Prozentsatz ihrer Erstkontaktmails auch beantwortet werden.

Zur Veranschaulichung folgende Zahlen. Männer schreiben durchschnittlich 65,8 Erstkontaktmails, Frauen 18,1. (Wobei es in beiden Fällen starke Skalenausreißer nach oben gibt.) Von den 18 Mails der Frauen werden circa 13,1 beantwortet, Männer bekommen von 65,8 Versuchen circa 13,2 Antworten.

Auch wenn man diese beiden Punkte, „selbst das erste Mal kontaktiert“ und „Antworten darauf bekommen“ zusammen nimmt, ergibt sich ein Unterschied zwischen den Geschlechtern.

Tabelle 60 auf der nächsten Seite zeigt noch einmal genau die durchschnittliche Zahl der Erstkontaktmails und Antworten darauf, nach Geschlecht und Schüchternheit getrennt. (Ob sich schüchterne Personen von nicht schüchternen unterscheiden, wird in der nächsten Hypothese untersucht.)

Tabelle 60: Mittelwert und Standardabweichung nach Schüchternheit und Geschlecht *Erstkontakt, Antwort

Descriptive Statistics					
	Geschlecht	Einteilung nach	Mean	Std. Deviation	N
per Mail kontaktiert	männlich	niedrig	58,6393	143,85294	61
		hoch	71,8611	168,38607	72
		Total	65,7970	157,16517	133
	weiblich	niedrig	22,6143	45,37646	70
		hoch	13,3906	19,65061	64
		Total	18,2090	35,67229	134
	Total	niedrig	39,3893	104,73392	131
		hoch	44,3456	126,29445	136
		Total	41,9139	116,02636	267
auf Mail geantwortet	männlich	niedrig	11,672	15,0230	61
		hoch	14,486	27,0867	72
		Total	13,195	22,3429	133
	weiblich	niedrig	15,971	34,3368	70
		hoch	10,078	16,4841	64
		Total	13,157	27,3699	134
	Total	niedrig	13,969	27,1032	131
		hoch	12,412	22,7497	136
		Total	13,176	24,9456	267

Um diese Fragestellung noch genauer zu untersuchen, wurden die Testpersonen auch gefragt, wie viele Erstkontaktmails sie bekommen haben und wie oft sie darauf geantwortet haben.

85 von 133 Männern haben höchstens 6 Erstkontaktmails von Frauen bekommen, davon 14 Männer keine einzige. Dagegen stehen nur 19 von 134 Frauen, die ebenso höchstens 6 Erstkontaktmails erhalten haben, davon nur eine keine einzige. Das deckt sich natürlich mit der vorigen Frage, nach der Männer viel mehr Erstkontaktmails verfassen als Frauen und auch hier ist der Unterschied zwischen den Geschlechtern hoch signifikant.

Tabelle 61: Mann-Whitney-Test Mail passiv *Geschlecht

Test Statistics ^a	
	mich per Mail kontaktiert
Mann-Whitney U	2659,000
Wilcoxon W	11570,000
Z	-9,985
Asymp. Sig. (2-tailed)	,000

a. Grouping Variable: Geschlecht

Da Frauen mehr Erstkontaktmails erhalten, antworten sie natürlich auch öfter darauf als Männer. Wenn man sich die Zahlen aber genauer ansieht, kann man feststellen, dass Männer auf einen Großteil der Mails, die sie erhalten antworten, während Frauen dies bei weniger als einem Drittel der erhaltenen Mails tun.

Tabelle 62: Mittelwert und Standardabweichung: Mail passiv * Geschlecht, Schüchternheit

Descriptive Statistics					
	Geschlecht	Einteilung nach	Mean	Std. Deviation	N
mich per Mail kontaktiert	männlich	niedrig	9,9000	11,63382	60
		hoch	10,7778	19,51253	72
		Total	10,3788	16,35556	132
	weiblich	niedrig	128,9583	158,13289	72
		hoch	97,0317	163,19560	63
		Total	114,0593	160,70993	135
	Total	niedrig	74,8409	130,97747	132
		hoch	51,0296	119,95776	135
		Total	62,8015	125,85647	267
ich auf Mail geantwortet	männlich	niedrig	7,9667	9,29364	60
		hoch	9,2917	15,57665	72
		Total	8,6894	13,07064	132
	weiblich	niedrig	42,6944	70,62131	72
		hoch	26,6984	43,36329	63
		Total	35,2296	59,80590	135
	Total	niedrig	26,9091	55,16588	132
		hoch	17,4148	32,78045	135
		Total	22,1086	45,41686	267

17.2 Männer und Frauen unterscheiden sich auch durch die Anzahl an Erstkontakten mittels Gästebuch voneinander.

Verfahren: Kreuztabelle, Mann-Whitney Test

Variablen: Erstkontakt per Gästebuch, Geschlecht

Eine andere Möglichkeit der Kontaktaufnahme besteht in einem Eintrag ins Gästebuch. Auch hier gibt es die Möglichkeit direkt auf diesen Kontaktversuch zu antworten.

Es wurde gefragt wie viele Personen einen Erstkontakt per Gästebuch hergestellt haben und wie viele darauf eine Antwort bekamen.

Tabelle 63: Kontakt und Antwort per Gästebuch * Geschlecht, Schüchternheit

Descriptive Statistics					
	Geschlecht	Einteilung nach	Mean	Std. Deviation	N
per Gästebuch kontaktiert	männlich	niedrig	45,5323	83,61636	62
		hoch	28,6714	48,78873	70
		Total	36,5909	67,68156	132
	weiblich	niedrig	40,6812	108,27043	69
		hoch	25,0159	113,62537	63
		Total	33,2045	110,71163	132
	Total	niedrig	42,9771	97,04840	131
		hoch	26,9398	85,50879	133
		Total	34,8977	91,59583	264
auf Gästebucheintrag geantwortet	männlich	niedrig	20,355	50,3131	62
		hoch	9,986	18,4513	70
		Total	14,856	37,2163	132
	weiblich	niedrig	29,391	80,2903	69
		hoch	21,079	107,1030	63
		Total	25,424	93,7694	132
	Total	niedrig	25,115	67,6784	131
		hoch	15,241	74,8117	133
		Total	20,140	71,3972	264

Der Mann-Whitney Test ergab einen signifikanten Unterschied zwischen Männern und Frauen im Erstkontakt per Gästebuch von $p=0,015$

Tabelle 64: Mann-Whitney-Test: Kontakt per Gästebuch * Geschlecht

Test Statistics ^a	
	per Gästebuch kontaktiert
Mann-Whitney U	7332,000
Wilcoxon W	16243,000
Z	-2,431
Asymp. Sig. (2-tailed)	,015

a. Grouping Variable: Geschlecht

Beides zusammen betrachtet, also Erstkontakt per Gästebuch und Antwort darauf ergibt ebenfalls einen signifikanten Unterschied zwischen Männern und Frauen. Auf die Frage wie oft die Versuchspersonen per Gästebuch zuerst kontaktiert wurden und wie oft sie darauf geantwortet haben, zeigt sich ein hochsignifikanter Unterschied zwischen den Geschlechtern. Frauen werden wieder sehr viel häufiger kontaktiert als Männer.

Tabelle 65: Mann-Whitney-Test: Kontakt passiv per Gästebuch * Geschlecht

Test Statistics^a

	mich per Gästebuch kontaktiert
Mann-Whitney U	4373,000
Wilcoxon W	13151,000
Z	-7,220
Asymp. Sig. (2-tailed)	,000

a. Grouping Variable: Geschlecht

Es zeigt sich ein signifikanter Unterschied zwischen den Geschlechtern im Erstkontakt. Männer ergreifen hier signifikant häufiger die Initiative. Frauen werden öfter kontaktiert.

18. Schüchterne Personen unterscheiden sich von nicht schüchternen Personen hinsichtlich der ersten Kontaktaufnahme per E-mail.

18.1 Schüchterne Personen kontaktieren weniger häufig andere Personen das erste Mal per E-mail als nicht Schüchterne.

Verfahren: Kreuztabelle, Mann-Whitney Test

Variablen: Erstkontakt per E-Mail, Schüchternheit

Tabelle 66: Mann-Whitney-Test: Erstkontakt per Mail * Schüchternheit

Test Statistics^a

	per Mail kontaktiert
Mann-Whitney U	8731,500
Wilcoxon W	17509,500
Z	-,387
Asymp. Sig. (2-tailed)	,699

a. Grouping Variable: Einteilung nach Schüchternheit

Zwischen schüchternen und nicht schüchternen Personen zeigt der Mann-Whitney Test keinen signifikanten Unterschied. Auch hier kontaktieren Männer signifikant häufiger als Frauen, es ergibt sich aber kein signifikanter Unterschied zwischen nicht schüchternen Männern und schüchternen Männern, ebenso wenig wie bei nicht schüchternen und schüchternen Frauen.

Auch bei der Frage, wie viele Personen auf diesen Erstkontakt geantwortet haben, zeigt sich kein signifikanter Unterschied zwischen schüchternen und nicht schüchternen Personen.

Tabelle 67: Mann-Whitney-Test: Antwort auf Erstkontakt per Mail * Schüchternheit

Test Statistics ^a	
	auf Mail geantwortet
Mann-Whitney U	8892,500
Wilcoxon W	18208,500
Z	-,132
Asymp. Sig. (2-tailed)	,895

a. Grouping Variable: Einteilung nach Schüchternheit

Wenn man sich die Zahlen ansieht, sieht man, dass nicht schüchterne Frauen etwas häufiger antworten, als schüchterne und schüchterne Männer etwas häufiger antworten als nicht schüchterne, also genau umgekehrt. Der Unterschied ist aber nicht signifikant. (Hierfür wurde eine Varianzanalyse gerechnet. Die Wechselwirkung: Schüchternheit * Geschlecht war mit $p=0,126$ nicht signifikant)
Die Mittelwerte und Standardabweichungen sind in Tabelle 60 auf Seite 145 angeführt.

18.2. Schüchterne Personen kontaktieren weniger häufiger per Gästebuch als nicht schüchterne Personen.

Verfahren: Kreuztabelle, Mann-Whitney Test

Variablen: Erstkontakt per Gästebuch, Schüchternheit

Tabelle 68: Mann-Whitney-Test: Gästebuchkontakt aktiv * Schüchternheit

Test Statistics ^a	
	per Gästebuch kontaktiert
Mann-Whitney U	8225,500
Wilcoxon W	17270,500
Z	-,994
Asymp. Sig. (2-tailed)	,320

a. Grouping Variable: Einteilung nach Schüchternheit

Es gibt keinen signifikanten Unterschied zwischen schüchternen- und nicht schüchternen Personen beim Erstkontakt via Gästebuch.

Auch bei den Antworten auf diesen Erstkontakt gibt es keinen signifikanten Unterschied.

Auf die Frage wie oft schüchterne und nicht schüchterne Personen selbst per Gästebuch kontaktiert wurden, ergibt sich ein signifikanter Unterschied. $P=0,029$ Schüchterne Personen werden demnach seltener per Gästebuch kontaktiert, als weniger schüchterne Personen. Bei der Frage wie oft die angeschriebene Person selbst auf diesen Gästebucheintrag geantwortet hat, ergibt sich kein signifikanter Unterschied.

Tabelle 69: Mann-Whitney-Test: Gästebuchkontakt passiv * Schüchternheit

Test Statistics ^a	
	mich per Gästebuch kontaktiert
Mann-Whitney U	7535,000
Wilcoxon W	16580,000
Z	-2,190
Asymp. Sig. (2-tailed)	,029

a. Grouping Variable: Einteilung nach Schüchternheit

Insgesamt gesehen gibt es einen eindeutig signifikanten Unterschied zwischen den Geschlechtern und eine leichte Tendenz hinsichtlich der Schüchternheit. Frauen werden häufiger kontaktiert und antworten daher auch häufiger, nicht schüchterne Personen zeigen eine Tendenz dazu häufiger Kontaktiert zu werden.

Woran es liegt, dass schüchterne Menschen etwas weniger kontaktiert werden, wurde in meiner Studie nicht überprüft. Möglicherweise verkaufen sich schüchterne Personen schon in ihrer Kontaktanzeige weniger gut als nicht schüchterne Menschen. Vielleicht liegt das auch am niedrigeren Selbstwert der schüchternen Personen. Diese Frage kann in Folgestudien noch genauer berücksichtigt werden.

Tabelle 70: Mittelwerte und Standardabweichung: Gästebuchkontakt passiv * Geschlecht, Schüchternheit

Descriptive Statistics					
	Geschlecht	Einteilung nach	Mean	Std. Deviation	N
mich per Gästebuch kontaktiert	männlich	niedrig	14,8197	27,75218	61
		hoch	9,1549	16,09228	71
		Total	11,7727	22,34210	132
	weiblich	niedrig	80,9718	139,59717	71
		hoch	63,1111	145,43263	63
		Total	72,5746	142,11360	134
	Total	niedrig	50,4015	108,91238	132
		hoch	34,5224	103,56965	134
		Total	42,4023	106,35157	266
ich auf Gästebucheintrag geantwortet	männlich	niedrig	9,6230	15,91034	61
		hoch	7,8028	13,34554	71
		Total	8,6439	14,55819	132
	weiblich	niedrig	44,6338	108,71959	71
		hoch	21,2698	52,65720	63
		Total	33,6493	87,46774	134
	Total	niedrig	28,4545	82,09112	132
		hoch	14,1343	37,83955	134
		Total	21,2406	64,04222	266

19. Es gibt Unterschiede in der Häufigkeit der Kontaktaufnahme per Telefon.

19.1. Männer nehmen häufiger telefonischen Kontakt auf als Frauen.

19.2. Nicht schüchterne Personen nehmen häufiger telefonischen Kontakt auf, als Schüchterne.

Verfahren: Kreuztabelle, Mann-Whitney Test

Variablen: Kontakt per Telefon, Geschlecht, bzw. Schüchternheit

Es wurden beide Variablen, Geschlecht und Schüchternheit in die Berechnung eingeschlossen. Der Mann-Whitney-Test ergibt keinen signifikanten Unterschied im telefonischen Erstkontakt zwischen Männer und Frauen. Beide kontaktieren etwa gleich oft den jeweils anderen per Telefon. Es ergibt sich ein durchschnittlicher Wert von 7 telefonischen Kontakten.

Tabelle 71: Mann-Whitney-Test: Telefonischer Kontakt * Geschlecht

Test Statistics ^a	
	telefonischer Kontakt
Mann-Whitney U	8889,500
Wilcoxon W	17667,500
Z	-,033
Asymp. Sig. (2-tailed)	,974

a. Grouping Variable: Geschlecht

Sehr wohl aber gibt es eine starke Tendenz ($p=0,054$) bei der Schüchternheit. Schüchterne Frauen nehmen seltener (Mittelwert von 4,5) telefonischen Kontakt auf als alle anderen Gruppen. Während nicht schüchterne Männer und Frauen etwa gleich häufig den Kontakt per Telefon herstellen, telefonieren schüchterne Frauen nur eher selten mit Personen, die sie im Internet kennen gelernt haben. Zur Verdeutlichung siehe Abbildung 7 auf Seite 153.

Tabelle 72: Mann-Whitney-Test: Telefonischer Kontakt * Schüchternheit

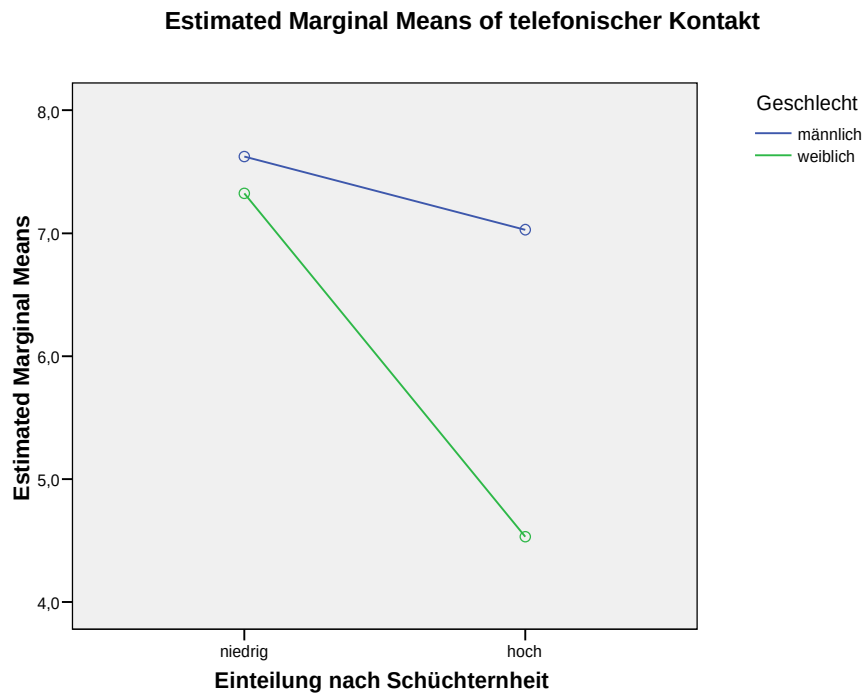
Test Statistics ^a	
	telefonischer Kontakt
Mann-Whitney U	7708,500
Wilcoxon W	16888,500
Z	-1,925
Asymp. Sig. (2-tailed)	,054

a. Grouping Variable: Einteilung nach Schüchternheit

Zwischen den Geschlechtern gibt es keinen Unterschied in der Kontaktaufnahme per Telefon.

Es zeigt sich ein Unterschied in der Kontaktaufnahme per Telefon zwischen schüchternen und nicht schüchternen Personen. Schüchterne Personen, vor allem Frauen telefonieren eher seltener mit jemandem, den sie über eine Kontaktanzeige im Internet kennen gelernt haben.

Abbildung 7: telefonischer Kontakt * Geschlecht, Schüchternheit



20. Männer und Frauen unterscheiden sich hinsichtlich der Themen, über die vor dem ersten Treffen per Internet kommuniziert wird.

20.1 Frauen kommunizieren eher über persönliche Einstellungen und Werthaltungen als Männer.

21. Schüchterne und nicht schüchterne Personen unterscheiden sich hinsichtlich der Themen, über die vor dem ersten Treffen per Internet kommuniziert wird.

Verfahren: Häufigkeitstabelle, univariate, zweifaktorielle Varianzanalyse

UV: Geschlecht, Schüchternheit

AV: Themen über die kommuniziert wird

Zur Auswahl standen folgende Antworten (Mehrfachantworten waren möglich):

- Meine Einstellung zu bestimmten Themen
- Werthaltungen
- Persönliche Informationen
- Intime Informationen

Tabelle 73: Häufigkeitstabelle: Austausch bestimmter Themen vor dem ersten Treffen

Austausch von Einstellungen				Austausch von Werten			
		Frequency	Percent			Frequency	Percent
Valid	nein	55	20,1	Valid	nein	144	52,6
	ja	219	79,9		ja	130	47,4
	Total	274	100,0		Total	274	100,0

Austausch von persönlichen Infos				Austausch von intimen Infos			
		Frequency	Percent			Frequency	Percent
Valid	nein	57	20,8	Valid	nein	205	74,8
	ja	217	79,2		ja	69	25,2
	Total	274	100,0		Total	274	100,0

79,9% der Befragten gibt an, sich bereits vor dem ersten Treffen mit dem potentiellen Partner über Einstellungen unterhalten zu haben. Über persönliche Informationen haben 79,4% gesprochen, Werthaltungen werden von 47,4% ausgetauscht und intime Informationen geben immerhin 25,2% noch vor dem ersten Treffen preis. Es wurde wieder eine 2 faktorielle Varianzanalyse gerechnet, die die unabhängigen Variablen Geschlecht und Schüchternheit mit einbezogen hat.

Tabelle 74: Varianzanalyse: Austausch von intimen Infos * Geschlecht, Schüchternheit

Tests of Between-Subjects Effects						
Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	intime Informationen	2,714 ^d	3	,905	4,995	,002
Intercept	intime Informationen	17,993	1	17,993	99,328	,000
Geschlecht	intime Informationen	1,093	1	1,093	6,033	,015
Schüchternheit	intime Informationen	1,000	1	1,000	5,522	,019
G * S	intime Informationen	,805	1	,805	4,443	,036
Error	intime Informationen	48,910	270	,181		
Total	intime Informationen	69,000	274			
Corrected Total	intime Informationen	51,624	273			

d. R Squared = ,053 (Adjusted R Squared = ,042)

Ein signifikanter Unterschied zwischen den Geschlechtern ergibt sich nur im Austausch von intimen Informationen $F(270)=6,033$; $p=0,015$. Männer sprechen häufiger als Frauen vor dem ersten Treffen über intime Informationen. Bei den anderen Themen ist der Unterschied nicht signifikant.

Auch in der Variable Schüchternheit ergibt sich ein signifikanter Unterschied bei den intimen Informationen. $F(270)=5,522$; $p=0,019$

Nicht schüchterne Personen tauschen eher intime Informationen aus als schüchterne Personen. Auch die Wechselwirkung zwischen Geschlecht, Schüchternheit und dem Austausch von intimen Informationen ist signifikant. $F(270)=4,443$; $p=0,036$

Nicht schüchterne Männer tauschen am häufigsten intime Informationen aus, im Gegensatz zu schüchternen Frauen, die am seltensten vor dem ersten Treffen über intime Informationen sprechen. Über Einstellungen, Werthaltungen und persönliche Infos unterhalten sich schüchterne Personen und nicht schüchterne Personen etwa gleich häufig.

Die Hypothese konnte nur zum Teil bestätigt werden. Männer und Frauen unterhalten sich etwa gleich häufig über Einstellungen und Werte. Einzig intime Informationen werden von Männern häufiger preisgegeben als von Frauen. Hier zeigt sich auch ein signifikanter Unterschied zwischen schüchternen und nicht schüchternen Personen. Schüchterne Personen tauschen weniger häufig intime Informationen aus als nicht schüchterne Personen.

22. Das Preisgeben von persönlichen und intimen Informationen vor dem ersten Treffen ist abhängig von der Dauer, die zwischen dem ersten Kontakt und dem ersten Treffen liegt.

Verfahren: Mann-Whitney Test

Variablen: Zeit zwischen ersten Kontakt und Treffen, Austausch intimer Infos

Der Mann-Whitney-Test zeigt einen signifikanten Unterschied je nach Länge der Zeit, die zwischen dem ersten Kontakt und dem ersten Treffen liegt und dem Austausch von intimen Informationen. ($p=0,009$)

Beim Austausch von persönlichen Informationen konnte kein Unterschied gefunden werden. Je länger die Dauer zwischen dem ersten Kontakt und dem ersten Treffen beträgt, desto wahrscheinlicher werden auch intime Informationen ausgetauscht.

Tabelle 75: Mann-Whitney-Test: Zeit zwischen Erstkontakt und Treffen * Intime Informationen

Test Statistics ^a	
	Zeit zwischen Erstkontakt und Treffen
Mann-Whitney U	4924,500
Wilcoxon W	23260,500
Z	-2,599
Asymp. Sig. (2-tailed)	,009

a. Grouping Variable: Austausch von intimen Infos

Hier zeigt sich, dass Internetkontakte oft schon viel voneinander wissen, bevor es zu einer persönlichen Begegnung kommt. Die Wahrscheinlichkeit sich allein durch die vorher ausgetauschten Informationen, telefonischem und Mailkontakt näher zu kommen und sich bereits vor dem ersten Realkontakt zu verlieben, ist also durchaus gegeben und wahrscheinlicher, wenn das erste Treffen erst nach einigen Wochen stattfindet.

Tabelle 76: Kreuztabelle: Zeit zwischen Erstkontakt und Treffen * Austausch von intimen Informationen

Zeit zwischen Erstkontakt und Treffen * Austausch von intimen Infos
Crosstabulation

% within Austausch von intimen Infos

		Austausch von intimen Infos		Total
		nein	ja	
Zeit zwischen Erstkontakt und Treffen	bis zu einer Woche	11,0%	9,2%	10,5%
	1-2 Wochen	35,1%	24,6%	32,4%
	2-4 Wochen	37,2%	30,8%	35,5%
	1-2 Monate	13,1%	21,5%	15,2%
	bis zu einem halben Jahr	2,1%	9,2%	3,9%
	mehr als ein halbes Jahr	1,6%	4,6%	2,3%
Total		100,0%	100,0%	100,0%

Das Austauschen von intimen Informationen ist abhängig von der Länge des Kontaktes. Je länger sich die betreffenden Personen kennen, desto wahrscheinlicher kommt es auch zum Austausch von intimen Informationen vor dem ersten Treffen. Der Austausch von Einstellungen, Werthaltungen und

persönlichen Informationen erfolgt unabhängig von der Zeit vor dem ersten Treffen.

23. Das Preisgeben von intimen Informationen vor dem ersten Treffen ist abhängig von der Anzahl der Kontakte vor dem ersten Treffen (E-Mail, Chat, Telefon, SMS)

Verfahren: Kruskal-Wallis-Test

Variablen: intime Informationen, E-Mail, Chat, Telefon, SMS Kontakt

Tabelle 77: Kruskal-Wallis-Test: intime Informationen * Art der Kommunikation

Test Statistics ^{a,b}				
	Mails vor Treffen	Chat vor Treffen	SMS vor Treffen	Telefon vor Treffen
Chi-Square	1,697	5,262	15,182	6,972
df	1	1	1	1
Asymp. Sig.	,193	,022	,000	,008

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Austausch von intimen Infos

Der Kruskal-Wallis-Test zeigt für den Kontakt per SMS, Chat und Telefon signifikante Ergebnisse. Intime Informationen werden eher ausgetauscht, wenn über einen der angeführten Kanäle kommuniziert wird. Wenn vor dem ersten Treffen also auch über andere Medien als E-Mail kommuniziert wird, werden eher auch intime Informationen ausgetauscht, als wenn der Kontakt nur über E-Mail aufrechterhalten wird.

6. Hypothesenblock:

Hypothesen zur Erwartung und Enttäuschung:

24. Männer und Frauen unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Erwartungshaltung voneinander.

24.1 Männer und Frauen glauben unterschiedlich stark daran einen Partner/Freund eher im Internet zu finden.

25. Schüchterne Personen unterscheiden sich von nicht schüchternen Personen in ihrer Erwartungshaltung jemanden eher über eine Kontaktanzeige im Internet kennen zu lernen.

25.1 Schüchterne Personen glauben eher daran übers Internet jemanden kennen zu lernen als in anderen Situationen.

25.2 Schüchterne Personen glauben eher daran übers Internet jemanden kennen zu lernen als nicht schüchterne Personen.

Verfahren: Mann-Whitney Test, Kreuztabelle

Variablen: Glaube Partner zu finden, Geschlecht, Schüchternheit

Hypothese 24 und 25 werden zusammen ausgewertet.

Eine Frage in meinem Fragebogen lautete, wo die Teilnehmer glauben am ehesten einen Partner kennen lernen zu können. Es gab hier folgende Antwortmöglichkeiten:

Tabelle 78: Häufigkeitstabelle: Wo findet man am ehesten einen Partner

Wo findet man am ehesten einen Partner				
		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	Am Arbeitsplatz	27	9,9	9,9
	Beim Weggehen/Lokal/Disco	50	18,2	28,1
	Im Internet	39	14,2	42,3
	Schule/Uni/Ausbildung	15	5,5	47,8
	Freizeit/Hobby	40	14,6	62,4
	Einkaufen/Bus/Geschäft	10	3,6	66,1
	Freunde/Bekannte	93	33,9	100,0
	Total	274	100,0	

14,2% der Befragten glaubt daran im Internet am ehesten einen Partner finden zu können. Der Mann-Whitney ergab keinen signifikanten Unterschied im Glauben im Internet einen Partner zu finden zwischen den Geschlechtern, sehr wohl aber zwischen Schüchternen und nicht schüchternen Personen. ($p=0,005$)

Tabelle 79: Mann-Whitney-Test: Glaube im Internet Partner zu finden * Geschlecht, Schüchternheit

Test Statistics ^a		Test Statistics ^a	
	Glaube daran übers Internet Partner zu finden		Glaube daran übers Internet Partner zu finden
Mann-Whitney U	8887,000	Mann-Whitney U	7653,000
Wilcoxon W	18067,000	Wilcoxon W	17106,000
Z	-,805	Z	-2,811
Asymp. Sig. (2-tailed)	,421	Asymp. Sig. (2-tailed)	,005

a. Grouping Variable: Geschlecht

a. Grouping Variable: Einteilung nach Schüchternheit

Schüchterne Personen glauben entgegen der Erwartung weniger daran im Internet einen Partner zu finden als nicht schüchterne. Das könnte daran liegen, dass schüchterne Personen allgemein weniger überzeugt davon sind einen Partner zu finden. 23 der wenig schüchternen Personen und nur 16 der Schüchternen glauben im Internet am ehesten einen Partner zu finden.

Tabelle 80: Kreuztabelle: Wo findet man Partner * Geschlecht

Crosstab					
			Geschlecht		Total
			männlich	weiblich	
Wo findet man am ehesten einen Partner	Am Arbeitsplatz	Count	11	16	27
		% within Geschlecht	8,1%	11,5%	9,9%
		Adjusted Residual	-,9	,9	
	Beim Weggehen/Lokal/Disco	Count	18	32	50
		% within Geschlecht	13,3%	23,0%	18,2%
		Adjusted Residual	-2,1	2,1	
	Im Internet	Count	26	13	39
		% within Geschlecht	19,3%	9,4%	14,2%
		Adjusted Residual	2,3	-2,3	
	Schule/Uni/Ausbildung	Count	7	8	15
		% within Geschlecht	5,2%	5,8%	5,5%
		Adjusted Residual	-,2	,2	
	Freizeit/Hobby	Count	19	21	40
		% within Geschlecht	14,1%	15,1%	14,6%
		Adjusted Residual	-,2	,2	
	Einkaufen/Bus/Geschäft	Count	6	4	10
		% within Geschlecht	4,4%	2,9%	3,6%
		Adjusted Residual	,7	-,7	
	Freunde/Bekannte	Count	48	45	93
		% within Geschlecht	35,6%	32,4%	33,9%
		Adjusted Residual	,6	-,6	
Total	Count	135	139	274	
	% within Geschlecht	100,0%	100,0%	100,0%	

Wenn man sich anschaut wo Frauen und Männer glauben einen Partner zu finden, sieht man, dass Frauen eher als Männer beim Weggehen in Lokalen oder Diskotheken einen Partner kennen zu lernen glauben. Es ist wohl noch immer so, dass Männer weitaus mehr Anstrengungen geschehen lassen müssen um eine Frau anzusprechen und Frauen beim Weggehen eher leichtes Spiel haben. Erstaunlich finde ich, dass 20% der Schüchternen aber nur 16% der nicht Schüchternen glaubt beim Weggehen einen Partner finden zu können.

Tabelle 81: Kreuztabelle: Wo findet man Partner * Schüchternheit

Crosstab			Einteilung nach Schüchternheit		Total
			niedrig	hoch	
Wo findet man am ehesten einen Partner	Am Arbeitsplatz	Count	17	10	27
		% within Einteilung nach Schüchternheit	12,4%	7,3%	9,9%
		Adjusted Residual	1,4	-1,4	
	Beim Weggehen/Lokal/Disco	Count	22	28	50
		% within Einteilung nach Schüchternheit	16,1%	20,4%	18,2%
		Adjusted Residual	-,9	,9	
	Im Internet	Count	23	16	39
		% within Einteilung nach Schüchternheit	16,8%	11,7%	14,2%
		Adjusted Residual	1,2	-1,2	
	Schule/Uni/Ausbildung	Count	5	10	15
		% within Einteilung nach Schüchternheit	3,6%	7,3%	5,5%
		Adjusted Residual	-1,3	1,3	
	Freizeit/Hobby	Count	19	21	40
		% within Einteilung nach Schüchternheit	13,9%	15,3%	14,6%
		Adjusted Residual	-,3	,3	
Total	Einkaufen/Bus/Geschäft	Count	6	4	10
		% within Einteilung nach Schüchternheit	4,4%	2,9%	3,6%
		Adjusted Residual	,6	-,6	
	Freunde/Bekannte	Count	45	48	93
		% within Einteilung nach Schüchternheit	32,8%	35,0%	33,9%
		Adjusted Residual	-,4	,4	
	Total		Count	137	137
			% within Einteilung nach Schüchternheit	100,0%	100,0%
					274
					100,0%

Ein großer Teil der Befragten, fast 34%, glaubt am ehesten über Freunde und Bekannte einen Partner zu finden. Diese Tendenz zeigt sich in allen Gruppen. Frauen, Männer, Schüchterne und Nicht-Schüchterne und auch unabhängig von Selbstwert oder Attraktivität wird das kennen lernen eines Partners in oder über den Freundeskreis am Wahrscheinlichsten eingeschätzt.

Es wurde außerdem noch gefragt wie sehr Personen, die in einer Kontaktbörse registriert sind glauben im Internet einen Partner zu finden. Diese Fragestellung unterscheidet sich von der vorangegangenen dadurch, dass nicht gefragt wird, wo man am ehesten einen Partner findet, sondern wie sehr man daran glaubt mit der Anzeige im Internet einen Partner zu finden.

Unten stehende Tabelle zeigt, dass der Unterschied im Glauben einen Partner im Internet zu finden zwischen Männern und Frauen zwar vorhanden, aber nicht sehr groß ist. 34,9% der Männer und 32,4% der Frauen glauben sehr oder eher daran hier ihren Partner kennen zu lernen. 19,2% der Männer und 21,6% der Frauen glauben eher nicht oder gar nicht daran.

Tabelle 82: Kreuztabelle: Glaube im Internet Partner zu finden * Geschlecht

Glaube daran übers Internet Partner zu finden * Geschlecht
Crosstabulation

% within Geschlecht

		Geschlecht		Total
		männlich	weiblich	
Glaube daran übers Internet Partner zu finden	sehr	11,9%	6,5%	9,1%
	eher	23,0%	25,9%	24,5%
	unentschieden	45,9%	46,0%	46,0%
	eher nicht	17,0%	18,0%	17,5%
	gar nicht	2,2%	3,6%	2,9%
Total		100,0%	100,0%	100,0%

31,6% der wenig schüchternen Personen glaubt daran im Internet einen Partner zu finden, während nur 25,5% der Schüchternen daran glaubt. 24% der Schüchternen bezweifeln übers Internet jemanden für eine feste Beziehung kennen zu lernen ebenso wie 16,8% der nicht schüchternen Personen.

Tabelle 83: Glaube im Internet Partner zu finden * Schüchternheit

Glaube daran übers Internet Partner zu finden * Einteilung nach Schüchternheit Crosstabulation

% within Einteilung nach Schüchternheit

		Einteilung nach Schüchternheit		Total
		niedrig	hoch	
Glaube daran übers Internet Partner zu finden	sehr	12,4%	5,8%	9,1%
	eher	29,2%	19,7%	24,5%
	unentschieden	41,6%	50,4%	46,0%
	eher nicht	14,6%	20,4%	17,5%
	gar nicht	2,2%	3,6%	2,9%
Total		100,0%	100,0%	100,0%

Es zeigt sich ein signifikanter Unterschied zwischen schüchternen und nicht schüchternen Personen im Glauben im Internet einen Partner finden zu können. Schüchterne Personen glauben weniger daran einen Partner zu finden. Die meisten der Teilnehmer geben an am ehesten über den Freundes- und Bekanntenkreis einen Beziehungspartner kennen lernen zu können.

26. Personen mit hohem und Personen mit niedrigem Selbstwert unterscheiden sich in ihrer Erwartungshaltung voneinander.

Verfahren: Mann-Whitney Test, Kreuztabelle

Variablen: Glaube Partner zu finden, Selbstwert

Tabelle 84: Mann-Whitney-Test: Glaube Partner zu finden * Selbstwert

Test Statistics^a

	Glaube daran übers Internet Partner zu finden
Mann-Whitney U	8519,500
Wilcoxon W	18389,500
Z	-1,397
Asymp. Sig. (2-tailed)	,162

a. Grouping Variable: Einteilung nach Selbstwert

Der Mann-Whitney Test ergibt keinen signifikanter Unterschied zwischen Personen mit hohem und Personen mit niedrigem Selbstwert im Glauben daran am ehesten übers Internet einen Partner zu finden ($p=0,061$). Allerdings geben Personen mit hohem Selbstwert schon etwas häufiger die Antwort, dass sie sehr daran glauben einen Partner übers Internet zu finden. 36,4% derjenigen mit höherem Selbstwert

und 30,6% der Personen mit niedrigem Selbstwert glauben sehr oder eher daran im Internet einen Partner zu finden.

Tabelle 85: Kreuztabelle: Glaube Partner zu finden * Selbstwert

Glaube daran übers Internet Partner zu finden * Einteilung nach Selbstwert Crosstabulation

% within Einteilung nach Selbstwert

		Einteilung nach Selbstwert		Total
		hoch	niedrig	
Glaube daran übers Internet Partner zu finden	sehr	14,3%	3,7%	9,1%
	eher	22,1%	26,9%	24,5%
	unentschieden	44,3%	47,8%	46,0%
	eher nicht	16,4%	18,7%	17,5%
	gar nicht	2,9%	3,0%	2,9%
Total		100,0%	100,0%	100,0%

Der Selbstwert spielt keine Rolle im Glauben daran den Wunschpartner am ehesten über das Internet kennen zu lernen.

27. Attraktive Personen und weniger attraktive Personen unterscheiden sich in ihrer Erwartungshaltung voneinander.

Verfahren: Mann-Whitney Test, Kreuztabelle

Variablen: Glaube Partner zu finden, selbst eingeschätzte Attraktivität

Tabelle 86: Mann-Whitney-Test: Glaube Partner zu finden * Attraktivität

Test Statistics^a

	Glaube daran übers Internet Partner zu finden
Mann-Whitney U	7747,500
Wilcoxon W	19528,500
Z	-2,467
Asymp. Sig. (2-tailed)	,014

a. Grouping Variable: Einteilung nach Attraktivität

Hier zeigt der Mann-Whitney Test ein signifikantes Ergebnis ($p=0,014$). Attraktive Personen glauben eher im Internet einen Partner finden zu können als Personen die sich als weniger attraktiv einschätzen. 40,6% der Personen, die sich selbst als

attraktiv einschätzen und nur 24,8% der Personen, die sich als weniger attraktiv einschätzen glauben eher oder sehr daran im Internet einen Partner zu finden.

Tabelle 87: Kreuztabelle: Glaube Partner zu finden * Attraktivität

Glaube daran übers Internet Partner zu finden * Einteilung nach Attraktivität Crosstabulation

% within Einteilung nach Attraktivität

		Einteilung nach Attraktivität		Total
		hoch	niedrig	
Glaube daran übers Internet Partner zu finden	sehr	11,8%	5,8%	9,1%
	eher	28,8%	19,0%	24,5%
	unentschieden	41,2%	52,1%	46,0%
	eher nicht	15,7%	19,8%	17,5%
	gar nicht	2,6%	3,3%	2,9%
Total		100,0%	100,0%	100,0%

28. Männer und Frauen unterscheiden sich voneinander hinsichtlich enttäuschter Erwartungen

28.1 Männer sind eher enttäuscht vom Aussehen der Frauen, Frauen eher von Intelligenz, Ehrlichkeit, Verlässlichkeit, also von der Persönlichkeit.

29. Schüchterne und Nicht-Schüchterne unterscheiden sich voneinander hinsichtlich enttäuschter Erwartungen.

Verfahren: Faktorenanalyse, zweifaktorielle Varianzanalyse

UV: Geschlecht, Schüchternheit

AV: Enttäuschung Aussehen, Persönlichkeit

In meinem Fragebogen wurden die Teilnehmer der Befragung aufgefordert anzugeben, von welchen Kriterien sie beim ersten Treffen enttäuscht wurden. Das heißt in welchen Punkten die Vorstellung, bzw. Erwartung nicht mit der Realität übereinstimmte.

Es wurde zuerst eine Faktorenanalyse berechnet, die 2 Faktoren ergab:

- Aussehen (Größe, Alter, Figur, Aussehen)
- Persönlichkeit (Intelligenz, Sympathie, Ehrlichkeit, Humor, Verlässlichkeit, Interessen)

Tabelle 88: Ergebnisse der Faktorenanalyse

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Figur	8,50	1,735	,507	,438
Aussehen in Realität	8,50	1,428	,434	,522
Größe in Realität	8,33	2,101	,421	,521
Alter	8,24	2,456	,239	,626

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Enttäuschung-Persönlichkeit	254	1,00	4,83	2,8755	,57101
Enttäuschung-Aussehen	253	1,00	5,00	2,7978	,43244
Valid N (listwise)	253				

Danach wurde eine Varianzanalyse berechnet. Diese zeigt einen signifikanten Unterschied zwischen den Geschlechtern im Faktor Persönlichkeit. $F(249)=10,233$; $p=0,002$.

Hier werden die Erwartungen der Frauen eher enttäuscht als die der Männer. Der Mittelwert liegt zwischen 2 (Erwartung etwas enttäuscht) und 3 (Erwartung bestätigt).

Der Faktor Aussehen ergibt keinen signifikanten Unterschied zwischen den Geschlechtern, allerdings sind hier Männer im Vergleich mit ihren Antworten zum Faktor Persönlichkeit ein bisschen enttäuschter. Frauen scheinen allgemeiner entweder kritischer zu sein oder zu hohe Erwartungen zu haben, denn auch hier sind die Werte der weiblichen Befragten tendenziell etwas niedriger als die der Männer. Allerdings, wie gesagt, nicht signifikant.

Tabelle 89: Varianzanalyse: Enttäuschung * Geschlecht, Schüchternheit

Tests of Between-Subjects Effects

Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	Enttäuschung-Persönlichkeit	4,210 ^a	3	1,403	4,674	,003
	Enttäuschung-Aussehen	1,475 ^b	3	,492	2,682	,047
Intercept	Enttäuschung-Persönlichkeit	2096,265	1	2096,265	6982,921	,000
	Enttäuschung-Aussehen	1975,179	1	1975,179	10773,903	,000
sex	Enttäuschung-Persönlichkeit	3,072	1	3,072	10,233	,002
	Enttäuschung-Aussehen	,173	1	,173	,945	,332
Ns	Enttäuschung-Persönlichkeit	1,349	1	1,349	4,494	,035
	Enttäuschung-Aussehen	,179	1	,179	,977	,324
sex * Ns	Enttäuschung-Persönlichkeit	,104	1	,104	,347	,556
	Enttäuschung-Aussehen	1,185	1	1,185	6,463	,012
Error	Enttäuschung-Persönlichkeit	74,749	249	,300		
	Enttäuschung-Aussehen	45,649	249	,183		
Total	Enttäuschung-Persönlichkeit	2181,630	253			
	Enttäuschung-Aussehen	2027,472	253			
Corrected Total	Enttäuschung-Persönlichkeit	78,959	252			
	Enttäuschung-Aussehen	47,124	252			

a. R Squared = ,053 (Adjusted R Squared = ,042)

b. R Squared = ,031 (Adjusted R Squared = ,020)

Auch zwischen schüchternen und nicht schüchternen Personen gibt es einen signifikanten Unterschied im Faktor Persönlichkeit. $F(249)=4,494$; $p=0,035$.

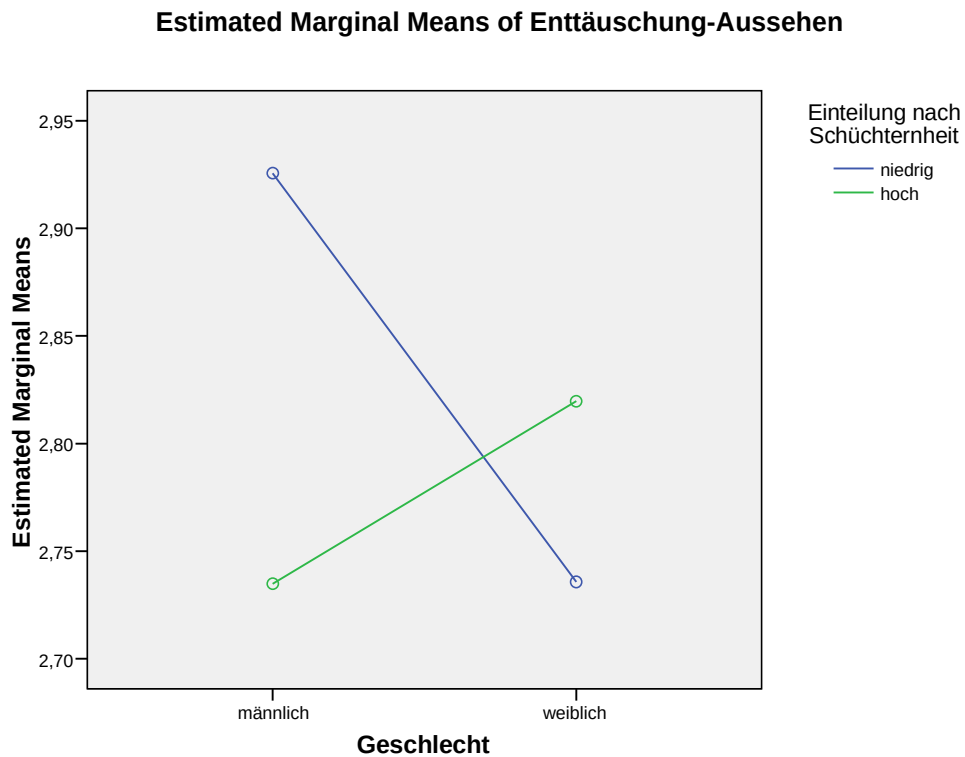
Wenig schüchterne Personen sind enttäuschter als schüchterne Personen. Im Faktor Aussehen gibt es wieder keinen signifikanten Unterschied.

Im Faktor Aussehen gibt es dafür eine signifikante Wechselwirkung zwischen dem Geschlecht und der Schüchternheit. $F(249)=6,463$; $p=0,012$

Wenig schüchterne Männer sind hier am meisten enttäuscht vom Aussehen ihrer Partnerin, während wenig schüchterne Frauen und schüchterne Männer am wenigsten enttäuscht sind. Schüchterne Frauen sind etwas enttäuschter als wenig schüchterne. Auch das kann mit der jeweiligen Erwartungshaltung zusammen hängen. Wenig schüchterne Männer stellen scheinbar höhere Ansprüche an das Aussehen ihrer Partnerin und werden deswegen eher enttäuscht.

Zur Verdeutlichung dieser Wechselwirkung folgende Grafik:

Abbildung 8: Enttäuschung Aussehen * Geschlecht, Schüchternheit



30. Versuchspersonen unterschiedlicher (Aus)Bildung unterscheiden sich hinsichtlich enttäuschter Erwartungen voneinander.

Verfahren: univariate, einfaktorielle Varianzanalyse

UV: Ausbildung

AV: Enttäuschung Aussehen, Persönlichkeit

Tabelle 90: Varianzanalyse: Enttäuschung * Ausbildung

Tests of Between-Subjects Effects

Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	Enttäuschung-Persönlichkeit	4,114 ^a	7	,588	1,864	,076
	Enttäuschung-Aussehen	2,258	7	,323	1,731	,103
Intercept	Enttäuschung-Persönlichkeit	1273,363	1	1273,363	4038,853	,000
	Enttäuschung-Aussehen	1211,504	1	1211,504	6501,437	,000
rschule	Enttäuschung-Persönlichkeit	,589	3	,196	,622	,601
	Enttäuschung-Aussehen	1,269	3	,423	2,269	,081
Error	Enttäuschung-Persönlichkeit	72,829	231	,315		
	Enttäuschung-Aussehen	43,045	231	,186		
Total	Enttäuschung-Persönlichkeit	2069,186	239			
	Enttäuschung-Aussehen	1918,410	239			
Corrected Total	Enttäuschung-Persönlichkeit	76,943	238			
	Enttäuschung-Aussehen	45,303	238			

a. R Squared = ,053 (Adjusted R Squared = ,025)

Diese Hypothese konnte nicht bestätigt werden. Es zeigt sich eine Tendenz $p=0,071$ hinsichtlich der Erwartungen die das Aussehen des Partners betreffen. Hier haben Personen die eine Lehre machen und Personen mit Universitäts- bzw. Kollegabschluss etwas höhere Werte, sind also etwas enttäuschter als Personen mit Pflichtschul- oder Maturabschluss.

Am wenigsten von der Persönlichkeit enttäuscht sind Personen mit Pflichtschulabschluss (2,7), Personen mit Lehre oder Matura folgen (2,8) und am enttäuschtesten sind Personen mit Universitätsabschluss (2,9). Dieses Ergebnis ist aber nicht signifikant. $p=0,39$

7. Hypothesenblock:

Hypothesen zum Erfolg:

31. Männer und Frauen unterscheiden sich nicht in der Anzahl der persönlichen Treffen voneinander.

Verfahren: Mann-Whitney-Test

Variablen: Anzahl persönlicher Treffen, Geschlecht

Tabelle 91: Mann-Whitney-Test: Anzahl persönlicher Treffen * Geschlecht

Test Statistics ^a	
	persönliches Treffen
Mann-Whitney U	8482,000
Wilcoxon W	17393,000
Z	-,986
Asymp. Sig. (2-tailed)	,324

a. Grouping Variable: Geschlecht

Da die meisten meiner Versuchspersonen heterosexuell sind, gehe ich davon aus, dass Männer und Frauen einander treffen und es daher keinen Unterschied in der Anzahl der Treffen zwischen den Geschlechtern gibt. Diese Hypothese konnte auch bestätigt werden. Es kommt durchschnittlich zu 6-7 realen Treffen, wobei die Standardabweichung wieder sehr hoch ist.

Wie erwartet gibt es keinen signifikanten Unterschied der Anzahl der Persönlichen Treffen zwischen Männern und Frauen.

32. Schüchterne Männer und schüchterne Frauen unterscheiden sich hinsichtlich der Anzahl von persönlichen Treffen.

32.1 Schüchterne Personen haben weniger persönliche Treffen als Personen, die nicht schüchtern sind.

Verfahren: Mann-Whitney-Test

Variablen: Anzahl persönlicher Treffen, Schüchternheit

Tabelle 92: Mann-Whitney-Test: Anzahl persönlicher Treffen * Schüchternheit

Test Statistics ^a	
	persönliches Treffen
Mann-Whitney U	7425,000
Wilcoxon W	16741,000
Z	-2,645
Asymp. Sig. (2-tailed)	,008

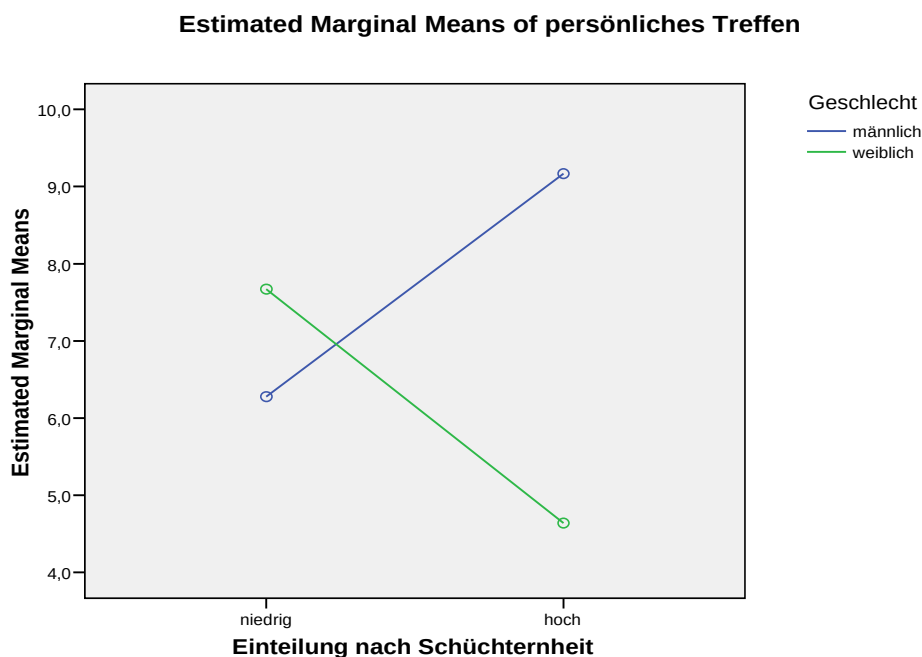
a. Grouping Variable: Einteilung nach Schüchternheit

Es ergibt sich ein signifikanter Unterschied in der Variable Schüchternheit. Der Mann-Whitney Test ergab ein signifikantes Ergebnis ($p=0,008$). Allerdings nicht so, wie

angenommen. Schüchterne Männer haben signifikant mehr Treffen (durchschnittlich 9,2 allerdings mit einer sehr hohen Standardabweichung), als nicht schüchterne (6,2), wobei es bei den Frauen genau umgekehrt ist.

Vielleicht liegt es daran, dass schüchterne Männer wegen ihrer Schüchternheit nicht gleich beim ersten Treffen Erfolg haben, aber nicht aufgeben, sondern sich immer wieder mit Frauen treffen. Schüchterne Frauen treffen sich von allen angegebenen Gruppen am seltensten (4,6), mit einer in einer Onlinebörse gefundenen Person. Nicht schüchterne Frauen haben ca. 7,6 persönliche Treffen. Interessant ist natürlich die Frage, ob sich aus diesen wenigen Treffen eine Beziehung oder Freundschaften ergeben, ob sie also erfolgreich sind und ob weitere Treffen mit ein und derselben Person folgen. Diese Fragen werden im Folgenden beantwortet.

Abbildung 9: Persönliche Treffen * Geschlecht, Schüchternheit



33. Schüchterne und nicht schüchterne Personen unterscheiden sich im weiteren Erfolg nach dem ersten Treffen.

Verfahren: Mann-Whitney-Test

Variablen: Anzahl der Kontakte nach erstem Treffen, Schüchternheit

Tabelle 93: Mann-Whitney-Test: Anzahl weiterer Kontakte *Schüchternheit

Test Statistics ^a	
	Feste Beziehung
Mann-Whitney U	7888,000
Wilcoxon W	17068,000
Z	-1,995
Asymp. Sig. (2-tailed)	,046

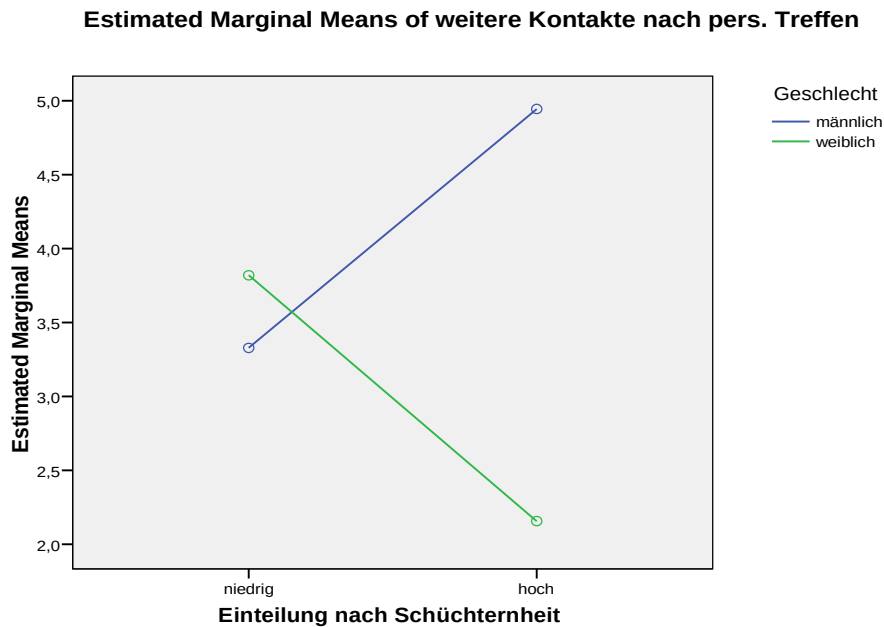
a. Grouping Variable: Einteilung nach Schüchternheit

Auch hier ergibt der Mann-Whitney Test ein signifikantes Ergebnis ($p=0,046$). Wenn man die Schüchternheit der Versuchsteilnehmer mit einbezieht, aber das Geschlecht nicht berücksichtigt, sieht man, dass es fast keinen Unterschied in der Anzahl der Kontakte nach dem ersten Treffen gibt (ca. 3,5). Allerdings gibt es einen signifikanten Unterschied zwischen schüchternen Männern, die eine weit höhere Kontaktanzahl (5) angeben und schüchternen Frauen, die eine weit niedrigere Kontaktanzahl angeben. (2) Wobei man natürlich auch beachten muss, dass schüchterne Frauen von vornherein weniger persönliche Treffen haben, als alle anderen Gruppen. Von einer Zahl von durchschnittlich 4,6 persönlichen Treffen verringert sich die Zahl der weiteren Treffen noch auf 2,1. (Siehe Abbildung 10 auf Seite 168)

Tabelle 94: Mittelwert und Standardabweichung: Weitere Kontakte * Geschlecht, Schüchternheit

Descriptive Statistics				
Dependent Variable: weitere Kontakte nach pers. Treffen				
Geschlecht	Einteilung nach	Mean	Std. Deviation	N
männlich	niedrig	3,328	3,5764	61
	hoch	4,944	11,8296	71
	Total	4,197	9,0160	132
weiblich	niedrig	3,819	5,0611	72
	hoch	2,156	2,4767	64
	Total	3,037	4,1265	136
Total	niedrig	3,594	4,4331	133
	hoch	3,622	8,8283	135
	Total	3,608	6,9879	268

Abbildung 10: Weitere Kontakte * Geschlecht, Schüchternheit



34. Schüchterne Personen unterscheiden sich von nicht schüchternen Personen hinsichtlich der Anzahl der daraus entstandenen engen Freundschaften.

Verfahren: Mann-Whitney-Test

Variablen: Anzahl der Freundschaften, Schüchternheit

Tabelle 95: Mann-Whitney-Test: Freundschaft * Schüchternheit

Test Statistics ^a	
	Freundschaft
Mann-Whitney U	7538,500
Wilcoxon W	16449,500
Z	-2,174
Asymp. Sig. (2-tailed)	,030

a. Grouping Variable: Einteilung nach Schüchternheit

Auch bei der Frage nach Freundschaften, die durch Kontaktbörsen im Internet entstanden sind, zeigt der Mann-Whitney Test einen signifikanten Unterschied ($p=0,030$) zwischen schüchternen und nicht schüchternen Personen. Personen, die nicht schüchtern sind haben im Internet signifikant mehr Freunde gefunden als

schüchterne Personen. Auch hier bilden schüchterne Frauen wieder das Schlusslicht. Bei nicht schüchternen Frauen ergeben sich etwas mehr Freundschaften als bei nicht schüchternen Männern. Der Geschlechtsunterschied unabhängig von der Schüchternheit ist allerdings nicht signifikant.

Tabelle 96: Mittelwerte und Standardabweichung: Freundschaft * Geschlecht, Schüchternheit

Descriptive Statistics				
Dependent Variable: Freundschaft				
Geschlecht	Einteilung nach	Mean	Std. Deviation	N
männlich	niedrig	2,082	2,5449	61
	hoch	1,800	3,3862	70
	Total	1,931	3,0158	131
weiblich	niedrig	2,347	4,1492	72
	hoch	1,016	1,2888	63
	Total	1,726	3,2148	135
Total	niedrig	2,226	3,4959	133
	hoch	1,429	2,6322	133
	Total	1,827	3,1142	266

35. Schüchterne Personen unterscheiden sich von nicht schüchternen Personen hinsichtlich der Anzahl der daraus entstandenen Beziehungen.

Verfahren: Mann-Whitney-Test

Variablen: Anzahl der Beziehungen, Schüchternheit

Tabelle 97: Mann-Whitney-Test: Feste Beziehung * Schüchternheit

Test Statistics ^a	
	Feste Beziehung
Mann-Whitney U	7888,000
Wilcoxon W	17068,000
Z	-1,995
Asymp. Sig. (2-tailed)	,046

a. Grouping Variable: Einteilung nach Schüchternheit

Wie oft hat sich aus diesen persönlichen Treffen eine Beziehung ergeben?

Hier konnte kein signifikanter Unterschied zwischen Männern und Frauen festgestellt werden, da sie ja meistens Beziehungen miteinander haben.

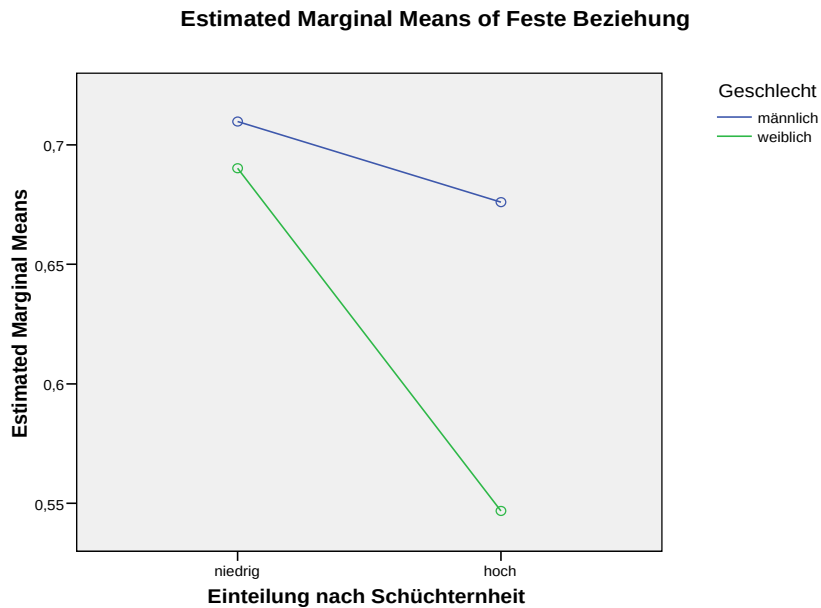
Es gibt allerdings einen signifikanten Unterschied bezüglich der Schüchternheit ($p=0,046$). Hier scheinen nicht schüchterne Personen erfolgreicher zu sein und eher eine Beziehung zu haben. Allerdings muss ich dazu sagen, dass nur sehr wenige der befragten Personen angegeben haben, dass ihre Kontaktanzeige im Internet zu einer festen Beziehung geführt hat. Die Mittelwerte liegen zwischen 0,5 und 0,7. Das liegt sicher auch daran, dass die meisten der Teilnehmer immer noch in einer Kontaktbörse registriert sind, also immer noch auf der Suche sind. Einige davon haben aber bereits eine feste Beziehung, die ebenfalls aus einer Internetkontaktbörse entstanden ist, hinter sich.

Abbildung 11 (Seite 175) zeigt, dass schüchterne Frauen am seltensten eine feste Beziehung durch eine Internetkontaktbörse eingehen. Diese Gruppe hat aber auch die wenigsten persönlichen Treffen.

Tabelle 98: Mittelwerte und Standardabweichung: weitere Kontakte, Beziehung * Geschlecht, Schüchternheit

Descriptive Statistics					
	Geschlecht	Einteilung nach	Mean	Std. Deviation	N
weitere Kontakte nach pers. Treffen	männlich	niedrig	3,328	3,5764	61
		hoch	4,944	11,8296	71
		Total	4,197	9,0160	132
	weiblich	niedrig	3,857	5,1282	70
		hoch	2,156	2,4767	64
		Total	3,045	4,1565	134
	Total	niedrig	3,611	4,4645	131
		hoch	3,622	8,8283	135
		Total	3,617	7,0134	266
Feste Beziehung	männlich	niedrig	,721	,9333	61
		hoch	,676	1,6016	71
		Total	,697	1,3304	132
	weiblich	niedrig	,686	1,1234	70
		hoch	,547	,8716	64
		Total	,619	1,0097	134
	Total	niedrig	,702	1,0355	131
		hoch	,615	1,3043	135
		Total	,658	1,1782	266

Abbildung 11: Feste Beziehung * Geschlecht, Schüchternheit



Bei schüchternen Personen entwickeln sich aus Online-Kontaktanzeigen weniger feste Beziehungen als bei nicht schüchternen.

36. Personen unterschiedlichen Selbstwerts unterscheiden sich im Erfolg in der Online Kontaktsuche.

Verfahren: Mann-Whitney-Tests

Variablen: Anzahl der persönlichen Treffen, Freundschaften, Beziehungen, Selbstwert

Tabelle 99: Mann-Whitney-Tests: Treffen, Freundschaften, Beziehungen * Selbstwert

Test Statistics ^a	
	persönliche s Treffen
Mann-Whitney U	7902,000
Wilcoxon W	16813,000
Z	-1,895
Asymp. Sig. (2-tailed)	,058

a. Grouping Variable:nach Selbstwert

Test Statistics ^a	
	Freundschaft
Mann-Whitney U	7683,000
Wilcoxon W	16068,000
Z	-1,921
Asymp. Sig. (2-tailed)	,055

a. Grouping Variable: nach Selbstwert

Test Statistics^a

	Feste Beziehung
Mann-Whitney U	8018,000
Wilcoxon W	16664,000
Z	-1,750
Asymp. Sig. (2-tailed)	,080

a. Grouping Variable:nach Selbstwert

Der Mann-Whitney-Test zeigte in allen 3 Fällen kein signifikantes Ergebnis.

Der Erfolg in der Partnersuche in Online-Kontaktanzeigen ist nicht abhängig vom Selbstwert der Suchenden.

Es zeigt sich nur eine leichte Tendenz, dass Personen mit höherem Selbstwert etwas mehr persönliche Treffen haben und daraus auch etwas mehr Freundschaften entstehen.

9 Zusammenfassung Interpretation, Aussicht

9.1 Ziel meiner Studie

Gegenstand meiner Untersuchung ist, Unterschiede zwischen Frauen und Männern, schüchternen und nicht schüchternen Personen und Personen mit unterschiedlichem Selbstwert in Kontaktanzeigen im Internet herauszufinden.

9.2 Hypothesen

Meine Studie gliedert sich in 7 Hypothesenblöcke:

- Hypothesen zur Selbstdarstellung und Selbstbeschreibung
- Hypothesen zu falschen oder weggelassenen Angaben
- Hypothesen zum Wunschpartner
- Hypothesen zur Ähnlichkeit oder Ergänzung hinsichtlich Schüchternheit
- Hypothesen zum Korrespondenzverhalten
- Hypothesen zu Erwartung und Enttäuschung
- Hypothesen zum Erfolg

9.3 Durchführung der Studie

Ich habe einen aus mehreren Skalen bestehenden Fragebogen zusammengestellt. Dieser beinhaltet einige Fragen zum Thema „Kontaktanzeigen im Internet“, wie zum Beispiel „Wichtigkeit bestimmter Merkmale beim Wunschpartner“, „Korrespondenzverhalten“, „Häufigkeit der Internetnutzung zur Partnersuche“, „Erwartungen“, „bisherige Erfolge“ und „Themen über die vor dem ersten Kennenlernen gesprochen wurde“. Außerdem wurden die Probanden aufgefordert aus einer Liste mit 50 Eigenschaftsworten einige auszuwählen um sich selbst zu beschreiben.

Weiters wurde „The Henderson/Zimbardo Shyness Questionnaire“, zur Messung der Schüchternheit der „Wiener Selbstwerttest“, zur Bestimmung des Selbstwerts und die „Self-Presentation tactic scale“ von Lee, zur Bestimmung des Selbstdarstellungsverhaltens in meinem Fragebogen verwendet.

Im Sommer 2007 wurde mein Fragebogen unter folgendem Link online gestellt:

<http://www.unet.univie.ac.at/~a9303840/>

Bedingung für die Teilnahme an meiner Studie war eine Registrierung in einer Online-Kontaktbörse.

Um genug Teilnehmer zu gewinnen, wurde der Link zu meinem Fragebogen auch im Newsletter der Online-Partnerbörse „Websingles“ veröffentlicht.

9.4 Stichprobe und Methode der Hypothesenprüfung

Bis Herbst 2007 haben über 300 Personen meinen Fragebogen ausgefüllt, 274 davon konnten in die Auswertung miteinbezogen werden. Die Ergebnisse von 135 Männern und 139 Frauen wurden in eine Datenbank überspielt und dann mit Hilfe von SPSS Version 15 ausgewertet.

Die Stichprobe wurde mit Hilfe der Fragebogenergebnisse in Gruppen nach Schüchternheit, Selbstwert, Alter und Geschlecht aufgeteilt. Es wurden hauptsächlich Varianzanalysen gerechnet, um die Mittelwerte der einzelnen Gruppen zu vergleichen und zu sehen, wo es Unterschiede gibt. Es kamen aber auch Faktorenanalysen, Mann-Whitney-Tests und Chi-Quadrat Tests zur Anwendung. Die Auswertung der Daten brachte folgende Ergebnisse:

9.5 Ergebnisse und Interpretation

9.5.1 Ergebnisse des ersten Hypothesenblocks:

Hypothesen zur Selbstdarstellung:

Geschlechtsunterschiede in der Selbstdarstellung:

Die Hypothese, dass Männer und Frauen sich in ihren Selbstdarstellungstechniken unterscheiden, konnte bestätigt werden. Männer verwenden signifikant häufiger assertive Selbstdarstellungstechniken als Frauen. Dieses Ergebnis bestätigt die Beobachtung früherer Tests.

In der von mir verwendeten Literatur konnte kein Unterschied zwischen den Geschlechtern bei der Häufigkeit der Verwendung defensiver Selbstdarstellungstechniken gefunden werden. In meiner Studie zeigt sich allerdings bei 2 der 5 defensiven Techniken zumindest eine Tendenz, dass diese Selbstdarstellungstechniken von Frauen häufiger eingesetzt werden als von Männern.

Unterschiede in der Selbstdarstellung abhängig von der Schüchternheit:

Es konnten deutliche Unterschiede zwischen schüchternen und nicht schüchternen Personen in der Selbstdarstellung gefunden werden. Schüchterne Personen haben höhere Werte in fast allen Selbstdarstellungstechniken. Das bedeutet, dass schüchterne Personen diese Techniken eher anwenden, also mehr Selbstdarstellung betreiben als weniger schüchterne Personen.

Unterschiede in der Selbstdarstellung abhängig vom Selbstwert:

Personen mit niedrigem Selbstwert verwenden signifikant häufiger defensive Selbstdarstellungstechniken als Personen mit höherem Selbstwert. Auch die meisten assertiven Techniken werden von Menschen mit niedrigem Selbstwert häufiger gebraucht, einzig das Selbstdarstellungsmittel „Veranschaulichung“ wird signifikant häufiger von Personen mit hohem Selbstwert verwendet.

Möglicherweise gibt es hier einen Zusammenhang mit der Schüchternheit.

Schüchterne Personen unterscheiden sich von nicht schüchternen Personen in allen Selbstwertkategorien. Sie zeigen durchwegs einen geringeren Selbstwert als nicht schüchterne Personen.

Da der Selbstwert von schüchternen Personen allgemein geringer ist als von nicht schüchternen Personen ist es schwer zu beurteilen, ob die erhöhte Selbstdarstellung aus der Schüchternheit oder dem Selbstwert der befragten Personen resultiert. Um diese Frage zu beantworten, sind weitere Studien zu diesem Thema notwendig.

9.5.2 Ergebnisse des zweiten Hypothesenblocks:

Hypothesen zu falschen oder weggelassenen Angaben:

Geschlechtsunterschiede in der Häufigkeit von Falschangaben:

Es wurde angenommen, dass Frauen eher Falschangaben in Bezug auf Aussehen, Männer eher in Bezug auf Status machen. Die Hypothese konnte zum Teil bestätigt werden. Frauen machen eher Falschangaben bezüglich ihres Gewichtes, das auch ein Teil von Aussehen ist. In allen anderen Kategorien zeigten sich hingegen keine Geschlechtsunterschiede.

Unterschiede in der Häufigkeit von Falschangaben abhängig von Schüchternheit:

Schüchterne Personen machen eher Falschangaben in Bezug auf ihren Job. Da bei meiner Fragestellung der Job als Indikator für Status gesehen wird, kann man sagen,

dass schüchterne Personen eher bei ihren Statusangaben beschönigen. Warum das so ist, kann hier leider nicht eindeutig festgestellt werden.

Unterschiede in der Häufigkeit von Falschangaben abhängig vom Alter:

Es wurde angenommen, dass ältere Personen häufiger Falschangaben ihr Alter betreffend machen. Diese Hypothese konnte von meiner Studie bestätigt werden. Eine Wechselwirkung von Geschlecht und Alter konnte nicht gefunden werden. Das bedeutet, dass ältere Frauen und Männer sich in ihren Falschangaben nicht unterscheiden. Beide beschönigen hier etwa gleich häufig.

9.5.3 Ergebnisse des dritten Hypothesenblocks:

Hypothesen zum Wunschpartner:

Unterschiede im Beziehungswunsch konnten für keine der untersuchten Gruppen gefunden werden. Der Großteil der Teilnehmer an meiner Studie ist in der Online-Kontaktbörse eingetragen um einen festen Partner zu finden.

Geschlechtsunterschiede in der Wichtigkeit bestimmter Merkmale des Wunschpartners:

Die Hypothese, dass es Geschlechtsunterschiede in der Wichtigkeit bestimmter Merkmale des Wunschpartners gibt, konnte bestätigt werden. Frauen legen signifikant mehr Wert auf den Status ihres Partners.

Der Faktor Status setzt sich aus den Kategorien „*gute berufliche Stellung*“, „*gutes Einkommen*“, „*Ehrgeiz und Fleiß*“, „*Selbstbewusstsein*“ und „*gute Kleidung*“ zusammen. Frauen suchen demnach ehrgeizige, selbstbewusste Männer, mit gutem Einkommen, die sich gut kleiden. Männern ist dieser Faktor bei der Partnerwahl nicht so wichtig. Das bestätigt die wissenschaftlich bereits mehrfach überprüfte Behauptung, dass Frauen, obwohl sie selbst berufstätig sind und mit beiden Beinen im Leben stehen, dieser Faktor bei ihrem Partner wichtig ist.

Die Hypothese, dass Männer mehr Wert auf Attraktivität legen, konnte hingegen in meiner Studie nicht bestätigt werden.

Frauen legen signifikant mehr Wert auf emotionale Nähe und auf Gemeinsamkeiten mit ihrem Partner, Männer auf die Intelligenz ihrer Partnerin.

Unterschiede in der Wichtigkeit bestimmter Merkmale des Wunschartners abhängig von Schüchternheit:

Nicht schüchterne Personen legen mehr Wert auf Gemeinsamkeiten mit ihrem Partner als schüchterne Personen. Dieses Ergebnis ist überraschend und widerspricht meiner Annahme, dass schüchterne Personen mehr Wert auf positive Ausstrahlung, gemeinsame Interessen und ähnliche Einstellungen legen. Diese Hypothese musste verworfen werden. In allen anderen Merkmalen zeigte sich kein signifikanter Unterschied zwischen schüchternen und nicht schüchternen Personen.

Unterschiede in der Wichtigkeit bestimmter Merkmale des Wunschartners abhängig vom Alter:

Im Faktor Attraktivität gibt es einen signifikanten Unterschied zwischen Personen verschiedenen Alters. Jüngere Personen legen mehr Wert auf die Attraktivität ihres Wunschartners. Für die älteren Teilnehmer meiner Studie sind positive Ausstrahlung, gemeinsame Interessen und ähnliche Einstellungen, die zusammen den Faktor Gemeinsamkeiten ergeben, wichtiger als die Attraktivität des Partners.

Unterschiede in der Wichtigkeit bestimmter Merkmale des Wunschartners abhängig vom Selbstwert.

Es zeigt sich bei allen Merkmalen eine Tendenz, dass Personen mit höherem Selbstwert höhere Ansprüche an ihren Partner stellen. Besonders auf die Intelligenz und auf Gemeinsamkeiten mit dem Wunschartnern wird großer Wert gelegt. Hier ist der Unterschied signifikant.

9.5.4 Ergebnisse des vierten Hypothesenblocks:

Hypothesen zur Ähnlichkeit oder Ergänzung hinsichtlich Schüchternheit:

Die Ergebnisse meiner Studie zeigen, dass nicht schüchterne Personen Partner bevorzugen, die ihnen im Verhalten ähnlich sind, während schüchterne Personen sich eher zu nicht schüchternen Partnern, die ihnen im Verhalten unähnlich sind, hingezogen fühlen. Von beiden Gruppen werden also nicht schüchterne Partner bevorzugt, was es für schüchterne Personen noch schwerer macht ihren Wunschartner zu finden.

9.5.5 Ergebnisse des fünften Hypothesenblocks:

Hypothesen zum Korrespondenzverhalten:

In Online-Kontaktbörsen besteht die Möglichkeit Kontakt mit einem potentiellen Partner per E-Mail oder Gästebucheintrag herzustellen. In meiner Studie wurde untersucht, wer hier wie häufig die Initiative ergreift.

Geschlechtsunterschiede im Erstkontakt:

Es zeigt sich ein hoch signifikanter Unterschied zwischen den Geschlechtern im Erstkontakt. Männer ergreifen häufiger die Initiative, Frauen werden öfter kontaktiert. Männer bekommen nur auf einen geringen Prozentsatz ihrer Erstkontakte eine Antwort, während Frauen wesentlich öfter geantwortet wird. In der Kontaktaufnahme per Telefon, die meistens nach längerem E-Mailkontakt erfolgt, zeigen sich keine signifikanten Geschlechtsunterschiede. Hier ergreifen sowohl Frauen als auch Männer die Initiative.

Unterschiede im Erstkontakt abhängig von der Schüchternheit:

Der Unterschied in der Kontaktaufnahme zwischen schüchternen und nicht schüchternen Personen ist nicht signifikant, das bedeutet, dass schüchterne Personen bei der Kontaktaufnahme im Internet nicht benachteiligt gegenüber nicht schüchternen Personen sind. Wenn es um die Weiterführung der Kontakte geht, zeigt sich allerdings eine Tendenz, dass schüchterne Personen etwas weniger Kontaktversuche beantworten als nicht schüchterne.

Außerdem zeigt sich ein signifikanter Unterschied in der Kontaktaufnahme per Telefon zwischen schüchternen und nicht schüchternen Personen. Schüchterne Personen, vor allem Frauen telefonieren eher seltener mit jemandem, den sie über eine Kontaktanzeige im Internet kennen gelernt haben.

Unterschiede in den im Internet angesprochenen Themen:

Männer und Frauen unterhalten sich etwa gleich häufig über Einstellungen und Werte. Einzig intime Informationen werden von Männern häufiger preisgegeben als von Frauen. Hier zeigt sich auch ein signifikanter Unterschied zwischen schüchternen und nicht schüchternen Personen. Schüchterne Personen tauschen weniger häufig intime Informationen aus als nicht schüchterne Personen.

Das Austauschen von intimen Informationen ist abhängig von der Länge des Kontaktes. Je länger sich die betreffenden Personen kennen, desto wahrscheinlicher kommt es auch zum Austausch von intimen Informationen vor dem ersten Treffen. Der Austausch von Einstellungen, Werthaltungen und persönlichen Informationen erfolgt unabhängig von der Zeit vor dem ersten Treffen. Die Anonymität des Internets fördert also, wie angenommen, die Preisgabe von privaten und intimen Informationen noch vor dem ersten Real-Kontakt.

9.5.6 Ergebnisse des sechsten Hypothesenblocks:

Hypothesen zur Erwartung und Enttäuschung:

Geschlechtsunterschiede in der Erwartung im Internet einen Partner zu finden:

Zwischen den Geschlechtern ergibt meine Studie keinen signifikanten Unterschied im Glauben im Internet einen Partner zu finden. Die meisten der Teilnehmer geben an, am ehesten über den Freundes- und Bekanntenkreis einen Beziehungspartner kennen lernen zu können.

Unterschiede in der Erwartung im Internet einen Partner zu finden abhängig von Schüchternheit:

Im Glauben im Internet einen Partner zu finden zeigt sich ein signifikanter Unterschied zwischen schüchternen und nicht schüchternen Personen. Schüchterne Personen glauben weniger daran online einen Partner zu finden.

Allerdings zeigt meine Studie auch, dass schüchterne Personen allgemein, nicht nur im Internet weniger optimistisch sind einen passenden Partner zu finden.

Unterschiede in der Erwartung im Internet einen Partner zu finden abhängig vom Selbstwert:

Der Selbstwert spielt keine Rolle im Glauben daran den Wunschpartner am ehesten über das Internet kennen zu lernen.

Unterschiede bezüglich enttäuschter Erwartungen an den Wunschpartner:

Hier wurde zwischen dem Faktor „Persönlichkeit“ und dem Faktor „Aussehen“ unterschieden.

Die Erwartungen der Frauen werden eher im Faktor „Persönlichkeit des Wunschpartners“ enttäuscht als die der Männer. Frauen scheinen allgemeiner

entweder kritischer zu sein oder zu hohe Erwartungen zu haben, denn auch bei den Faktoren „Aussehen“ sind weibliche Befragte tendenziell etwas enttäuschter als männliche. Zwischen schüchternen und nicht schüchternen Personen gibt es einen signifikanten Unterschied im Faktor Persönlichkeit. Wenig schüchterne Personen sind enttäuschter als schüchterne Personen. Auch hier könnte es daran liegen, dass Nicht-Schüchterne kritischer sind als Schüchterne.

9.5.7 Ergebnisse des siebenten Hypothesenblocks:

Hypothesen zum Erfolg:

Geschlechtsunterschiede in der Anzahl persönlicher Treffen:

Wie erwartet gibt es keinen signifikanten Unterschied der Anzahl der persönlichen Treffen zwischen Männern und Frauen.

Unterschiede in der Anzahl persönlicher Treffen abhängig von Schüchternheit:

Das Ergebnis meiner Studie widerspricht der Annahme, dass schüchterne Personen weniger persönliche Treffen haben, als nicht schüchterne.

Schüchterne Männer haben signifikant mehr Treffen als nicht schüchterne, wobei bei schüchternen Frauen das Gegenteil zutrifft.

Vielleicht liegt es daran, dass schüchterne Männer wegen ihrer Schüchternheit nicht gleich beim ersten Treffen Erfolg haben, aber nicht aufgeben, sondern sich immer wieder mit Frauen treffen. Schüchterne Frauen treffen sich von allen angegebenen Gruppen am wenigsten häufig mit jemandem, den sie über eine Kontaktanzeige im Internet kennen gelernt haben.

Unterschiede in den sich daraus ergebenden Freundschaften und Beziehungen:

Bei der Frage nach Freundschaften, die durch Kontaktbörsen im Internet entstanden sind, zeigte meine Studie einen signifikanten Unterschied zwischen schüchternen und nicht schüchternen Personen. Personen, die nicht schüchtern sind haben im Internet signifikant mehr Freunde gefunden als schüchterne Personen.

Nicht schüchterne Personen gehen auch signifikant häufiger eine Beziehung mit jemandem, den sie in einer Kontaktbörse im Internet kennen gelernt haben, ein. Bei schüchternen Personen entwickeln sich aus Online-Kontaktanzeigen weniger feste Beziehungen. Unterschiede im Erfolg abhängig vom Selbstwert konnten nicht gefunden werden.

9.6. Zusammenfassung

In meiner Studie wurden folgende Hypothesen bestätigt:

- Frauen und Männer unterscheiden sich in der Verwendung verschiedener Selbstdarstellungstechniken voneinander. Männer bevorzugen assertive, Frauen defensive Techniken. Auch in der Wichtigkeit bestimmter Merkmale des Wunschpartners gibt es den vorhergesagten Unterschied, dass Frauen mehr Wert auf den Status ihres Partners legen. Entgegen der Annahme unterscheiden sich Männer und Frauen aber nicht in der Wichtigkeit der Attraktivität. Trotzdem machen Frauen in Online-Kontaktanzeigen häufiger Falschangaben, ihr Gewicht betreffend, Männer geben in meiner Studie allerdings nicht zu, in Fragen zu ihrem Status zu beschönigen. Im Korrespondenzverhalten wird auch im Internet die Initiative dem Mann überlassen. Männer verraten auch häufiger bereits vor dem ersten Treffen, intime Details aus ihrem Leben. Persönliche Treffen und sich daraus ergebende Beziehungen kommen geschlechtsunabhängig gleich häufig vor.
- Schüchterne Personen betreiben häufiger Selbstdarstellung als nicht schüchterne Personen. Schüchterne Menschen suchen eher einen Partner, der ihnen in Bezug auf die Schüchternheit unähnlich ist. In der Korrespondenz über E-Mail und Gästebucheinträge gibt es keinen Unterschied zwischen schüchternen und nicht schüchternen Personen. Schüchterne erwarten weniger im Internet einen Partner zu finden und sind auch weniger erfolgreich, die ersten Kontakte übers Internet in eine Freundschaft oder eine feste Beziehung umzuwandeln. Insgesamt kann man sagen, dass das Internet für schüchterne Menschen eine Chance darstellt, Kontakte zu potentiellen Partnern herzustellen, diese Chance dann aber selten für eine tatsächliche Beziehung genutzt wird. Der Erstkontakt im Internet ist zwar erfolgreich, sobald die Beziehung aber im Real-Life fortgesetzt wird, scheitern schüchterne Menschen an dieser Herausforderung.
- Personen mit niedrigem Selbstwert setzen häufiger Selbstdarstellungstechniken ein als Personen mit höherem Selbstwert. Auch sind Personen mit höherem Selbstwert anspruchsvoller in ihren Vorstellungen den Wunschpartner betreffend. Der Selbstwert von schüchternen Personen ist niedriger als der von nicht schüchternen Personen. Im Erfolg gibt es keine vom Selbstwert abhängigen Unterschiede.

9.7 Ausblick

In meiner Arbeit wurden bereits einige Unterschiede in der Partnersuche und im Selbstdarstellungsverhalten zwischen schüchternen und nicht schüchternen Personen und zwischen Personen mit hohem und niedrigem Selbstwert gefunden.

Einige dieser Unterschiede konnten allerdings im Rahmen meiner Studie nicht begründet werden. Dies bedarf noch weiterer Untersuchungen.

Zum Beispiel die Frage, warum schüchterne Menschen ebenso wie Personen mit niedrigem Selbstwert signifikant häufiger Selbstdarstellungstechniken anwenden, als Nicht-Schüchterne und Personen mit hohem Selbstwert.

Personen die schüchtern sind zeigen meistens einen geringeren Selbstwert. Bedingt die Schüchternheit diesen Mangel an Selbstwertgefühl oder ist umgekehrt die geringe Wertschätzung sich selbst gegenüber Schuld an der Schüchternheit?

Sehr interessant finde ich, dass Schüchterne zwar ungefähr gleich häufig per Online-Kontaktanzeige jemanden kennen lernen, aber daraus trotzdem keine Freundschaften oder feste Beziehungen entstehen. Steht ihnen ihre Schüchternheit im Weg, sobald es um das erste persönliche Treffen geht?

Welche Strategien können schüchterne Menschen nutzen, um ihr Handicap nicht nur im anonymen Rahmen des Internets zu überwinden, sondern auch im Real-Life?

Diese Fragen könnten in weiteren Studien ausführlicher untersucht werden.

Literaturverzeichnis

- Asendorpf, J. (1985):** Studien zur Schüchternheit. Nr.1: Dispositionale Schüchternheit im Selbstbild von Studenten (Projektreport, Paper 8/1985). München: Max-Planck-Institut für psychologische Forschung
- Asendorpf, J. (1985):** Studien zur Schüchternheit. Nr.2: Situationale Schüchternheit im Selbstbild von Studenten (Projektreport, Paper 9/1985). München: Max-Planck-Institut für psychologische Forschung
- Asendorpf, J. (1987):** Videotape reconstruction of emotions and cognitions related to shyness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53, 542-549
- Asendorpf, J. (1989):** Soziale Gehemmtheit und ihre Entwicklung. Lehr- und Forschungstexte Psychologie 29. Herausgegeben von Albert, D.; Pawlik, K.; Sampf K.-H. und Stroebe, W. Springer Verlag 1989 (S.18 ff)
- Asendorpf J. Und Banse, R. (2000):** Psychologie der Beziehung. Bern, Göttingen, Toronto, Seattle. Verlag Hans Huber
- AUSTRIAN INTERNET MONITOR (AIM) - 4. QUARTAL 2007
http://mediaresearch.orf.at/index2.htm?internet/internet_aim.htm
- Bernichon, T., Cook, K.E. & Brown, J.D. (2003):** Seeking self-evaluative feedback: The interactive role of global self-esteem and specific self-views. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, 1, (S.194-204)
- Berscheid, E. and Walster, E. (1974):** Physical attractiveness. In Berkowitz (Hrsg.), *Advances in experimental social psychology*, Vol. 7, (S.157-215). New York: Academic Press
- Bierhoff, H.W. und Grau, I. (1999):** Romantische Beziehungen, Bindung, Liebe, Partnerschaft Bern: Huber
- Bierhoff, H.W. und Rohmann, E. (2000):** Stability and change in romantic relationships. In Heckhausen, J. (Hrsg) *Motivational psychology of human development: Developing motivation and motivating development* (S.325-337) Amsterdam: Elsevier
- Bierhoff, H.W. (2002):** Prosocial behaviour. Hove: Psychology Press
- Brosius, F. (2004):** SPSS 12, mitp-Verlag/Bonn
- Brown, J.D. (1993):** Self-esteem and self-evaluation: Feeling is believing. In J. Suls (Ed.) *Psychological perspectives on the self*, 4, (S.27-58) Hillsdale, NJ: Erlbaum
- Brym, R. & Lenton, R. (2001):** Love Online: A Report on Digital Dating in Canada.
<http://www.nelson.com/nelson/harcourt/sociology/newsociety3e/loveonline.pdf>

- Bühler-Ilieva, E. & Geser, H. (2002):** Die Entstehung von Partnerbeziehungen online.
<http://www.suz.unizh.ch/partnerwinner>
- Buss, A.H. (1980):** Self-Consciousness and social anxiety. San Francisco: Freeman
- Buss,D.,M.; Barnes, M. (1986):** Preferences in Human Mate Selection. Journal of Personality and Social Psychology 50. (S.559-570)
- Buss, D.M.: (2000):** The evolution of happiness. American Psychologist, 55 (S.15-23)
- Cheek, J.M. & Buss, A.H. (1981):** Shyness and sociability. Journal of Personality and Social Psychology, 41, 2, 220-339
- Clark, J.V. & Arkowitz, H. (1975):** Social anxiety and self-evaluation of interpersonal performance. Psychological Reports, 36, 211-221
- Cranach, B., Hüffner, U., Marte, F. & Pelka, R. (1976):** Einschätzskala zur Erfassung gehemmter Kinder im Kindergarten. Praxis der Kinderpsychologie und Kinderpsychiatrie, 25, 146-155
- Deaux, K. (1977):** Sex differences. in T Blass (Ed), Personality variables in social behaviour.(S. 370-377). Hillsdale, NJ: Erlbaum
- Diener, E. & Diener, M. (1995):** Cross-culture correlates of life satisfaction and self-esteem. Journal of personality and Social Psychology, 68, (S.653-663)
- Döring, N. (2003):** Sozialpsychologie des Internet: Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identität, soziale Beziehungen und Gruppen. Göttingen, Hogrefe Verlag
- Döring, N. (2003a):** Virtuelle Identitäten-Cyber Beziehungen- Online Gemeinschaften, in Die neue Kommunikationswissenschaft, Martin Löffelholz & Thorsten Quand (Hrsg.), Westdeutscher Verlag, Wiesbaden 2003
- Duck & Miel, (1983):** Metachice in humans as an interpersonal process. IN P. Bateson (Hrsg.). Mate choice. Camebridge: Camebridge University Press
- Falckenberg, C. (1994):** Internet – Spielzeug oder Werkzeug? Einführung in Grundlagen und Anwendungen mit Diskussion sozialer und gesellschaftlicher Aspekte. www.uni-koeln.de/ftp/institute/soziologiesem/cmc/falckenberg.94.zip
- Fleming, J.S. & Courtney, B.E. (1984):** The dimensionality of self-esteem: II Hierarchical facet model for revised measurement scales. In Journal of Personality and Social Psychology, 46, (S.404-421)
- Franzen, A. und Hartmann, J. (1999):** Die Partnerwahl zwischen Wunsch und Wirklichkeit: Eine empirische Studie zum Austausch von physischer Attraktivität und sozialem Status. In: Partnerwahl und Heiratsmuster: Sozialstrukurelle Voraussetzungen der Liebe, Thomas Klein (Hrsg.) Leske+Budrich, Opladen 2001

- Götttert, R. & Asendorpf, J. (1989):** Eine deutsche Version des California-Child-Q-Set, Kurzform. Zeitschrift für Entwicklungspsychologie und Pädagogische Psychologie, 21, 70-82
- Grammer, K. (1998):** Signale der Liebe: Die biologischen Gesetze der Partnerschaft, München, Deutscher Taschenbuch Verlag
- Gray, J.A. (1987):** Perspectives on anxiety and impulsivity: A commentary. Journal of Research in Personality, 21, 493-509
- Gypser, K.H. (2005):** Attraktivität und Selbstwert, Der Einfluss der Gesichtsattraktivität zu Beginn der Adoleszenz auf den Selbstwert im jungen Erwachsenenalter. Diplomarbeit, Wien 2005
- Herkner, W. (1994):** Ein neuer Selbstwert Test, in Gittler, G.; Jirasko, M.; Katner-Koller, U.; Korunka, C.; Al-Roubaie, A. (Hrsg.) Die Seele ist ein weites Land: Aktuelle Forschung am Wiener Institut für Psychologie. WUV-Universitätsverlag
- Hill, P.B. & Kopp, J. (2001):** Strukturelle Zwänge, partnerschaftliche Anpassung oder Liebe- einige Überlegungen zur Entstehung enger affektiver Beziehungen. In Klein, T. (Hrsg.): Partnerwahl und Heiratsmuster- Sozialstrukturelle Voraussetzungen der Liebe
- Izard, C.E. (1972):** Patterns of emotion. New York: Academic Press
- Izard, C.E. (1977):** Human Emotions. New York: Plenum Press
- Jones, W.H. & Briggs, S.R. (1984):** The self-other discrepancy in social shyness. In R. Scharzer (Ed.) The self in anxiety, stress and depression (pp. 93-107) Amsterdam: North Holland
- Jones, W.H. & Carpenter, B.N. (1986):** Shyness, social behaviour and relationships. In W.H. Jones, J.M. Cheek & S.R. Briggs (Eds.) Shyness: Perspectives on research and treatment (S. 227-238). New York: Plenum Press.
- Junge, E. (2003):** Soziale Beziehungen im Internet Relay Channel unter besonderer Berücksichtigung der Persönlichkeitsvariablen Extraversion und Schüchternheit, Wien, 2003 Diplomarbeit (S.38ff)
- Kagan, J. (1981):** The second year. The emergence of self-awareness. Cambridge University Press.
- Katz, J. & Aspden, P. (1997):** A nation of strangers? Friendship patterns and community involvement of Internet users. In: Communications of the ACM, 40 (12), (S.81-86)
- Klein, R. (1991):** Modelle der Partnerwahl. In Bierhoff, H.W. (Hrsg.), Partnerwahl und Partnerschaft: Formen und Grundlagen partnerschaftlicher Beziehungen. Göttingen: Hogrefe

Klein, T. (2001): Partnerwahl und Heiratsmuster: Sozialstrukturelle Voraussetzungen der Liebe, Leske+Budrich, Opladen 2001

Langenecker, E. (2005): Partnersuche per Mausklick, eine explorative Studie der virtuellen Partnersuche in Australien. Diplomarbeit, Universität Wien, 2005

Lazarus, P.J. (1982): Incidence of shyness in elementary-school age children. Psychological Reports, 51, (S.904-906)

Leary, M.R. & Schlenker, B.R. (1981): The social psychology of shyness: A self-presentation model. In J.T. Tedeschi (Ed.) Impression management: Theory and socialpsychological research (S. 335-358) New York: Academic Press.

Lee, S.-J. et al (1999): Development of a self-presentation tactics scale; in Personality and Individual Differences 26, (S.701-722)

Leitner, L. M. & Klion, R. E. (1986): Construct similarity, self-meaningfulness and interpersonal attraction. Journal of Personality, 54, (S.506-512)

Lépine, J., Simon, V. (1998): Überlegungen zum Begriff der Schüchternheit, S.47-53, In Katschnig, H., Demal, U., Windhaber, J. (Hrsg.): Wenn Schüchternheit zur Krankheit wird... Über Formen, Entstehung und Behandlung der Sozialphobie, Facultas Universitätsverlag, Wien, 1998

Lerner, M. J. 1977): The justice motive. Some hypotheses as to its origins and forms. Journal of Personality, 45, (S.1-52)

Lewinsky, H. (1941): The nature of Shyness. British Journal of Psychology, 32(2), (S.8-113)

Liebman, W.E. & Cheek, J.M. (1983): Shyness and body image. Paper presented as part of APA Convention Symposium "Progress in Research on Shyness", Anaheim, CA.

Mikula, G.(1992): Austausch und Gerechtigkeit in Freundschaft, Partnerschaft und Ehe: Ein Überblick über den aktuellen Forschungsstand. In Psychologische Rundschau, 43, (S.69-82)

Mosher, D.L. & White, B.B. (1981): On differentiating shame and shyness. Motivation and Emotion, 5, (S.61-74)

Mummendey, H.D. (1989): Psychologie der Selbstdarstellung, 2. überarbeitet und erweiterte Auflage, Hogrefe Verlag Göttingen

Murstein,B.I. (1976): Who will marry whom? Theories and Research in Marital Choice. New York: Springer

Musch, J. (2000): Die Geschichte des Netzes: ein historischer Abriss. In: Batinic, B. (Hrsg.) Internet für Psychologen (S.15-37) Göttingen: Hogrefe

- Richter, H.E. (1979):** Patient Familie: Entstehung, Struktur und Therapie von Konflikten in Ehe und Familie. Reinbek: Rowohlt
- Rusbult, C.E. (1983):** A longitudinal test of the investment model: The development (and deterioration) of satisfaction and commitment in heterosexual involvements. In Journal of Personality and Social Psychology, 45, (S.101-117)
- Rushton, J.P. & Nicholson, I.R. (1988):** Genetic similarity theory, intelligence, and humanmate choice. Ethology and Sociobiology, 9, 45-57
- Schachinger, H. (2005):** Das Selbst, die Selbsterkenntnis und das Gefühl für den eigenen Wert, Bern: Hans Huber Verlag
- Schlenker, B.R. (1980):** Impression Management: The self-concept, social identity and interpersonal relations. Monterey, CA: Brooks/Cole.
- Schütz, A. (2000):** Psychologie des Selbstwertgefühls, Von Selbstakzeptanz bis Arroganz. Verlag Kohlhammer
- Sedikides, C & Skowronski, J.J. (2000):** On the evolutionary functions of the symbolic self: The emergence of self-evaluation motives. In A. Tesser, R.B. Felson & J.M. Suls (Eds.) Psychological perspectives on self and identity (S. 91-117) Washington, DC: American Psychological Association
- Strauss, A. (1946):** The influence of parent-images upon marital choice. In American Sociological Review, 11, (S.554-559)
- Stucke, T.S. (2000):** Die Schattenseiten eines positiven Selbstbildes-Selbstwert, selbstkonzeptklarheit und Narzissmus als Prädiktoren für negative Emotionen und Aggression nach Selbstwertbedrohungen. Univeröff. Diss., Justus-Liebig-Universität Gießen, Fachbereich Psychologie.
<http://bibd.uni-giessen.de/gdoc/2001/uni/d010027.pdf>
- Tedeschi, J.T. & Lindskold, S. (1976):** Social psychology: Interdependence, Interaction and Influence. New York: Wiley
- Tedeschi, J.T. (1981):** Impression management theory and social psychological research. New York: Academic Press
- Tedeschi, J.T. & Melburg, V. (1984):** Impression management and influence in the organization. Research in the Sociology of Organization, 3, (S.31-58)
- Thibaut, J.W. and Kelley, H.H. (1959):** The social psychology of groups. New York: Wiley
- Thimm, C. (2000):** Soziales im Netz, Sprache, Beziehungen und Kommunikationskulturen im Internet. Opladen: Westdeutscher Verlag
- Tramitz, C. (1997):** Liebe, Lust und Leidenschaft, Sexualität im Spiegel der Wissenschaft. Herausgegeben von Bernulf Kanitscheider

- Walster, E., Walter G.W. und Berscheid E. (1978):** Equity. Theory and research. Boston: Allyn and Bacon
- Wawrzinek, A. (2003):** Artikel im Fachmagazin Science, Bd. 300 (S.1952)
- Weber, K. (2003):** Virtuelle Liebe, Partnersuche im Internet, Diplomarbeit
- Websingles.at (2008):** www.websingles.at Claudia Gutjahr
- Willi, J. (1975):** Die Zweierbeziehung. Spannungsursachen. Störungsmuster. Klärungsprozesse. Lösungsmodelle. Reinbek: Rowohlt
- Willi, J. (2002):** Psychologie der Liebe: persönliche Entwicklung durch Partnerbeziehungen. Stuttgart: Klett-Cotta.
- Winch, R.F. (1958):** Mate selection. New York: Harper & Brothers
- Younger A.J. & Boyko, K.A. (1987):** Aggression and withdrawal as social schemas underlying children's peer perception. Child Development, 58, (S.1094-1100)
- Younger, A.J. & Schwartzman, A.E. & Ledigham, J.E. (1986):** Age-related differences in children's perceptions of social deviance: Changes in behaviour or in perspective? Developmental Psychology., 22, (S.531-542)
- Zetterberg, H. (1996):** The secret ranking. In: Journal of Marriage and the Family 1996
- Zimbardo, P.G. (1986):** The Stanford shyness project. In Jones W.H., Cheek J.M., Briggs S.R. (Hrsg.): Shyness: Perspectives on research and treatment. New York, Plenum Press, 1986
- Zimbardo, P.G.; Pilkonis, P.A.; Norwood, R.M. (1974):** The silent prison of shyness (ONR Techn. Rep. Z-17). Stanford, CA: Stanford University
- Zimbardo, P.G. (1977):** Shyness. Reading, MA: Addison Wesley

ANHANG:

A Fragebogen:

Hallo an alle Teilnehmer meiner Befragung!

Im Rahmen meiner Diplomarbeit an der Abteilung Sozialpsychologie am Institut für Psychologie der Universität Wien, führe ich eine Online-Befragung zum Thema "Suche nach dem Traumpartner im Internet" durch.

Ich bitte Sie nachfolgenden Fragebogen zu beantworten, wenn Sie in einer Internet-Kontaktbörse registriert sind.

Ihre Daten werden selbstverständlich anonym behandelt und nicht weitergegeben. Mit der ehrlichen Beantwortung der folgenden Fragen würden Sie mir sehr bei der Fertigstellung meiner Diplomarbeit helfen.

Sollten Sie im Freundes- oder Bekanntenkreis eine Person kennen, die sich ebenfalls für eine Teilnahme interessiert, leiten Sie diese Webadresse bitte weiter. Ich freue mich über jeden Teilnehmer und jede Teilnehmerin.

Falls Sie Fragen zur Untersuchung oder zu den Ergebnissen haben, bin ich selbstverständlich gerne bereit diese zu beantworten. Richten sie ihre Anfragen an folgende E-Mail Adresse:

cneuwirth@chello.at

Herzlichen Dank für Ihre Mitarbeit!

Claudia Neuwirth

Zum Fragebogen

Bitte lesen Sie die Testinstruktion genau durch und beantworten Sie dann die Fragen. Bei Fragen zu Ihren persönlichen Einstellungen gibt es keine "richtigen" oder "falschen" Antworten. Sie erfüllen den Zweck der Befragung am besten, wenn Sie die Fragen so wahrheitsgemäß wie möglich beantworten.

In welcher Kontaktbörse sind sie registriert?

- ☐ Websingles.at
- ☐ Love.at
- ☐ Bussi.at
- ☐ Parship.at

Andere Kontaktbörse:

Wie lange sind Sie schon in dieser Kontaktbörse registriert?

- ☐ Weniger als einen Monat
- ☐ 1-3 Monate
- ☐ 3-6 Monate
- ☐ 6 Monate-ein Jahr
- ☐ Länger als ein Jahr

Haben Sie Ihrer Kontaktanzeige ein Foto von sich beigelegt?

- ☐ ja
- ☐ nein

Was war bei Ihrer Registrierung ihr vordergründigster Wunsch?

- ☐ Feste Beziehung
- ☐ Freundschaft
- ☐ Freizeitpartner
- ☐ Affäre, rein sexuelle Beziehung
- ☐ Anderes:

Welche der folgenden Erfahrungen haben Sie im Laufe Ihrer Registrierung gemacht? (Mehrfachangaben möglich)

- ☐ Flüchtiger E-Mail Kontakt
- ☐ Intensiver schriftlicher Austausch
- ☐ Chatten
- ☐ Austausch von Fotos
- ☐ Telefonieren
- ☐ Persönliches Treffen
- ☐ feste Beziehung
- ☐ Affäre
- ☐ Freundschaft

Wie sehr glauben Sie daran einen passenden Partner über eine Kontaktbörse kennen zu lernen?

- ☐ sehr
- ☐ eher
- ☐ unentschieden
- ☐ eher nicht
- ☐ gar nicht

Wo glauben Sie am ehesten einen Partner finden zu können?

- | | |
|--|--|
| ☐ Am Arbeitsplatz | ☐ Beim Weggehen/ in der Disco/ in einem Lokal |
| ☐ Im Internet | ☐ In der Schule/ Universität/ bei der Ausbildung |
| ☐ In der Freizeit/ Hobby | ☐ Beim Einkaufen/ in einem Geschäft/ im Bus... |
| ☐ Durch Freunde/Bekannte | |

Die folgenden Fragen beziehen sich auf ihre Erfahrungen mit der Partnerbörse in der Sie eingetragen sind. Bitte tragen Sie die zutreffende Zahl ein:

Ich habe ungefähr ____ Personen per E-Mail zum ersten Mal kontaktiert.

Ungefähr ____ Personen haben mir auf meine erste E-Mail geantwortet.

Ungefähr ____ Personen haben mich per E-Mail zum ersten Mal kontaktiert.

Ich habe ungefähr ____ Personen auf ihre erste E-Mail geantwortet.

Ich habe ungefähr ____ Personen per Eintrag in ihr Gästebuch zum ersten Mal kontaktiert.

Ungefähr ____ Personen haben darauf geantwortet.

Ungefähr ____ Personen haben mich zum ersten Mal über mein Gästebuch kontaktiert.

Ich habe ungefähr ____ Personen darauf geantwortet.

Ich habe mit ungefähr ____ Personen telefonisch Kontakt aufgenommen.

Ich habe ____ Personen persönlich getroffen.

Nach dem ersten Treffen hatte ich mit ____ Personen weiterhin Kontakt.

Ich habe mit ____ Personen eine feste Beziehung begonnen.

Mit ____ Personen, die ich über die Kontaktbörse kennen gelernt habe, verbindet mich eine Freundschaft.

Zwischen dem ersten Kontakt mit einer Person die ich über die Kontaktbörse kennen lernte und dem ersten persönlichen Treffen ist üblicherweise ungefähr soviel Zeit vergangen:

- ☐ bis zu einer Woche
- ☐ 1-2 Wochen
- ☐ 2-4 Wochen
- ☐ 1-2 Monate
- ☐ bis zu einem halben Jahr
- ☐ länger als ein halbes Jahr

Ich habe vor dem ersten Treffen durchschnittlich:

__ Mails geschrieben __ Mal gechattet __ SMS geschrieben __ Mal telefoniert

Über welche der folgenden Themen haben Sie sich mit Personen, die sie über die Kontaktbörse kennen gelernt haben schon vor dem ersten Treffen unterhalten?

- ☐ meine Einstellung zu bestimmten Themen (Meinung über die man diskutieren kann)
- ☐ Werthaltungen (fester und wichtiger als Einstellung)
- ☐ Persönliche Informationen (z.B.: Familie, Kindheit, usw...)
- ☐ Intime Informationen

Welche Erfahrungen haben Sie, generell, mit Personen, die sie online kennengelernt haben im realen Leben gemacht?

- ☐ sehr gute
 ☐ eher gute
 ☐ sowohl als auch
 ☐ eher schlechte
 ☐ sehr schlechte

Inwiefern stimmten ihre Vorstellungen von den Personen, die sie persönlich getroffen haben, mit der Realität überein?

	Erwartungen sehr enttäuscht	Erwartungen etwas enttäuscht	Erwartungen bestätigt	Erwartungen etwas übertroffen	Erwartungen sehr übertroffen
Größe	☐	☐	☐	☐	☐
Figur	☐	☐	☐	☐	☐
Intelligenz	☐	☐	☐	☐	☐
Alter	☐	☐	☐	☐	☐
Sympathie	☐	☐	☐	☐	☐
Ehrlichkeit	☐	☐	☐	☐	☐
Humor	☐	☐	☐	☐	☐
Verlässlichkeit	☐	☐	☐	☐	☐
Interessen	☐	☐	☐	☐	☐
Aussehen	☐	☐	☐	☐	☐

Stellen Sie sich vor, sie haben die Möglichkeit sich in einer Kontaktanzeige mit 5 Wörtern darzustellen. Bitte lesen Sie sich folgende Liste durch und wählen Sie 5 Wörter aus, mit denen Sie sich selbst beschreiben möchten.

- | | | | | |
|--|---|---|---------------------------------------|---|
| ☐ attraktiv | ☐ gesellig | ☐ ehrgeizig | ☐ intelligent | ☐ kinderlieb |
| ☐ offen | ☐ gepflegt | ☐ einfühlsam | ☐ fleißig | ☐ freiheitsliebend |
| ☐ sportlich | ☐ kontaktfreudig | ☐ ausgeglichen | ☐ langweilig | ☐ selbständig |
| ☐ klein | ☐ zuverlässig | ☐ schüchtern | ☐ treu | ☐ körperbewußt |
| ☐ zynisch | ☐ geduldig | ☐ ehrlich | ☐ jung | ☐ zielstrebig |
| ☐ humorvoll | ☐ großzügig | ☐ groß | ☐ kommunikativ | ☐ wohlhabend |
| ☐ eifersüchtig | ☐ niveauvoll | ☐ schlank | ☐ eigenständig | ☐ desinteressiert |
| ☐ selbstbewusst | ☐ besitzergreifend | ☐ durchschnittlich | ☐ verlässlich | ☐ gebildet |
| ☐ kompliziert | ☐ aufmerksam | ☐ einsam | ☐ aufgeweckt | ☐ ungesellig |
| ☐ introvertiert | ☐ mollig | ☐ unabhängig | ☐ sexy | ☐ aufopfernd |

Welche Kriterien sind Ihnen bei Personen, die Sie übers Internet kennen lernen wollen, wichtig? Sie können bei jedem Kriterium zwischen "Sehr wichtig" "Eher wichtig" "Neutral" "Eher unwichtig" und "Völlig unwichtig" unterscheiden.

	sehr wichtig	eher wichtig	neutral	eher unwichtig	völlig unwichtig
Attraktives Aussehen	☐	☐	☐	☐	☐
Gute Figur	☐	☐	☐	☐	☐
Intelligenz	☐	☐	☐	☐	☐
Bildung	☐	☐	☐	☐	☐
Humor	☐	☐	☐	☐	☐
Treue	☐	☐	☐	☐	☐
Gutes Einkommen	☐	☐	☐	☐	☐
Gemeinsame Interessen	☐	☐	☐	☐	☐
Emotionale Nähe	☐	☐	☐	☐	☐
Offenheit, Ehrlichkeit	☐	☐	☐	☐	☐
Selbstbewusstsein	☐	☐	☐	☐	☐
gute berufliche Stellung	☐	☐	☐	☐	☐
Sicherheit, Geborgenheit	☐	☐	☐	☐	☐
Gut gekleidet	☐	☐	☐	☐	☐
Ähnliche Einstellung	☐	☐	☐	☐	☐
Positive Ausstrahlung	☐	☐	☐	☐	☐
Ehrgeiz, Fleiß	☐	☐	☐	☐	☐

Wie wichtig sind folgende Angaben beim Lesen und Beantworten einer Kontaktanzeige für Sie?

	sehr wichtig	eher wichtig	neutral	eher unwichtig	völlig unwichtig
Größe	☐	☐	☐	☐	☐
Gewicht	☐	☐	☐	☐	☐
Ausbildung	☐	☐	☐	☐	☐
Beruf	☐	☐	☐	☐	☐
Wohnort	☐	☐	☐	☐	☐
Alter	☐	☐	☐	☐	☐
Profil mit Foto	☐	☐	☐	☐	☐
Aussehen	☐	☐	☐	☐	☐

Haben Sie schon einmal bei einem der folgenden Kriterien in einer eigenen Kontaktanzeige keine Angaben gemacht oder "geschummelt"?

Größe	☐ ja	☐ nein
Gewicht	☐ ja	☐ nein
Alter	☐ ja	☐ nein
Ausbildung/Job	☐ ja	☐ nein
Persönliche Einstellungen	☐ ja	☐ nein
Aussehen	☐ ja	☐ nein

Sie können bei folgenden Fragen zwischen zwei verschiedenen Richtungen wählen. Wenn die Aussage auf der linken Seite auf Sie zutrifft kreuzen Sie ein Kästchen auf der linken Seite von der Mitte aus gesehen an. Je mehr die Aussage auf Sie zutrifft, desto weiter links machen Sie ihr Kreuz.

Trifft die Aussage auf der rechten Seite von der Mitte aus auf Sie zu, kreuzen Sie eines der Kästchen auf der rechten Seite an, je mehr die Aussage auf Sie zutrifft, desto weiter rechts.

Ich bin ein Mensch der:

Eher viel redet	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Eher ruhig ist
Auf andere zugeht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Eher schüchtern ist
Gerne im Mittelpunkt steht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Ungerne im Mittelpunkt steht
Sich in Gesprächen einbringt	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Lieber zuhört
Gerne auf Partys geht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Gerne gemütlich daheim bleibt
Mit Fremden gleich ins Gespräch kommt	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Eher abwartend ist

Ich wünsche mir einen Partner/eine Partnerin der/die:

Eher viel redet	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Eher ruhig ist
Auf andere zugeht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Eher schüchtern ist
Gerne im Mittelpunkt steht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Ungerne im Mittelpunkt steht
Sich in Gesprächen einbringt	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Lieber zuhört
Gerne auf Partys geht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Gerne gemütlich daheim bleibt
Mit Fremden gleich ins Gespräch kommt	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Eher abwartend ist

Bitte geben Sie bei folgenden Aussagen an, wie sehr die Aussage auf Sie zutrifft. Sie können zwischen 1 (gar nicht zutreffend) und 5 (völlig zutreffend) unterscheiden.

	1	2	3	4	5
	Gar nicht zutreffend	Ein bisschen zutreffend	Häufig zutreffend	Sehr zutreffend	Völlig zutreffend
	1	2	3	4	5
Ich habe Angst mich in Gesellschaft zu blamieren.	☐	☐	☐	☐	☐
Ich fühle mich bei gesellschaftlichen Kontakten oft unsicher.	☐	☐	☐	☐	☐
Andere scheinen bei gesellschaftlichen Kontakten mehr Spaß zu haben als ich.	☐	☐	☐	☐	☐
Wenn mich jemand ablehnt nehme ich an, dass ich etwas falsch gemacht habe.	☐	☐	☐	☐	☐
Es ist für mich schwierig Menschen, die in ein Gespräch vertieft sind, anzusprechen.	☐	☐	☐	☐	☐
Ich fühle mich oft einsam.	☐	☐	☐	☐	☐
Es ist schwer für mich „Nein“ zu übertriebenen Bitten zu sagen.	☐	☐	☐	☐	☐
Ich arbeite mehr als meinen Anteil an Projekten, weil ich nicht nein sagen kann.	☐	☐	☐	☐	☐
Ich finde es leicht jemanden um einen Gefallen zu bitten.	☐	☐	☐	☐	☐
Ich verberge vor anderen, wenn ich frustriert oder ärgerlich bin.	☐	☐	☐	☐	☐
Ich finde es schwer jemanden zu einem Rendez-vous einzuladen.	☐	☐	☐	☐	☐
Es fällt mir schwer meine wahren Gefühle vor anderen zum Ausdruck zu bringen.	☐	☐	☐	☐	☐
Ich neige dazu misstrauisch gegenüber den Absichten anderer mir gegenüber zu sein.	☐	☐	☐	☐	☐
Ich fühle mich belästigt, wenn ich anderen eine Bitte erfüllen soll.	☐	☐	☐	☐	☐
Es fällt mir leichter in Gruppendiskussionen beobachten statt aktiv daran teilzunehmen.	☐	☐	☐	☐	☐
Bei neuen gesellschaftlichen Kontakten habe ich Angst davor zurückgewiesen oder ignoriert zu werden.	☐	☐	☐	☐	☐
Ich mache mir Sorgen anderen eine Last zu sein.	☐	☐	☐	☐	☐
Persönliche Fragen von anderen machen mich unsicher.	☐	☐	☐	☐	☐
Ich lasse mich von anderen ausnutzen.	☐	☐	☐	☐	☐
Wenn ich denke, dass andere negativ reagieren, suche ich die Schuld bei mir.	☐	☐	☐	☐	☐
Ich versuche heraus zu bekommen, was andere in bestimmten Situationen von mir erwarten und verhalte mich dann danach.	☐	☐	☐	☐	☐
Es ist mir peinlich, wenn ich anders aussehe oder mich anders verhalte als andere.	☐	☐	☐	☐	☐
Ich bin von mir selbst enttäuscht.	☐	☐	☐	☐	☐
Ich gebe mir selbst die Schuld, wenn etwas nicht so läuft, wie ich mir das vorstelle.	☐	☐	☐	☐	☐

Nach gesellschaftlichen Kontakten fühle ich mich enttäuscht von meinem Auftreten.	☐	☐	☐	☐	☐
Bei gesellschaftlichen Kontakten riskiere ich gerne etwas.	☐	☐	☐	☐	☐
Wenn mich jemand kritisiert nehme ich eher an, dass derjenige einen schlechten Tag hat.	☐	☐	☐	☐	☐
Wenn ich anderen zuviel von mir preisgeben würde, würden sie schlecht über mich reden.	☐	☐	☐	☐	☐
Ich glaube es ist wichtig es anderen recht zu machen.	☐	☐	☐	☐	☐
Wenn ich Zeit mit anderen Menschen verbringe, denke ich nachher oft über mein Verhalten nach.	☐	☐	☐	☐	☐
Ich bin zufrieden mit dem Grad meiner gesellschaftlichen Anerkennung.	☐	☐	☐	☐	☐

Bitte lesen Sie jede Feststellung durch und wählen Sie aus den vier Antworten diejenige aus, die angibt, wie Sie sich im Allgemeinen beschreiben würden. Berücksichtigen Sie nur das, was normalerweise auf Sie zutrifft, unabhängig von Situation oder Tagesverfassung.

	1 fast immer	2 oft	3 manchmal	4 fast nie
Ich bin gut gelaunt	☐	☐	☐	☐
Ich fühle mich wohl	☐	☐	☐	☐
Ich bin frustriert	☐	☐	☐	☐
Ich fühle mich ausgeglichen	☐	☐	☐	☐
Ich bin fröhlich	☐	☐	☐	☐
Ich mache einen guten Eindruck auf andere	☐	☐	☐	☐
Andere finden mich attraktiv	☐	☐	☐	☐
Ich fühle mich von anderen anerkannt	☐	☐	☐	☐
Ich werde von anderen gelobt	☐	☐	☐	☐
Es gelingt mir zu beeinflussen, was andere von mir denken	☐	☐	☐	☐
Ich bringe meiner Meinung nach gute Leistungen	☐	☐	☐	☐
Ich bin mit mir selbst zufrieden	☐	☐	☐	☐
Ich könnte mich mehr anstrengen	☐	☐	☐	☐
Ich bin auf die Hilfe anderer angewiesen	☐	☐	☐	☐
Ich selbst entscheide, was ich tun möchte	☐	☐	☐	☐
Ich bin ehrgeizig und fleißig	☐	☐	☐	☐
Ich bin in einer Partnerschaft treu	☐	☐	☐	☐
Ich achte sehr auf mein Aussehen	☐	☐	☐	☐
Ich bin humorvoll	☐	☐	☐	☐
Ich bin selbstbewusst	☐	☐	☐	☐
Ich bin verlässlich	☐	☐	☐	☐
Ich lege wenig Wert auf mein Aussehen	☐	☐	☐	☐

Ich kleide mich gerne gut	☐	☐	☐	☐
Ich bin meinem Partner gegenüber treu und ehrlich	☐	☐	☐	☐

Die folgenden Feststellungen beziehen sich auf für Sie persönlich wichtige Bezugsgruppen. Das können Familienmitglieder, Arbeitskollegen, Freunde, Mitglieder eines Vereins dem Sie angehören sein. Auch größere Gruppen, zu denen Sie sich zugehörig fühlen können, sind gemeint: etwa Ihre Berufsgenossen, Studiengenossen, Landsleute, die Mitglieder Ihrer Religionsgemeinschaft, die Fans desselben Fussballvereins, etc. Denken Sie bitte daran, was im Allgemeinen für Sie zutrifft. Wenn Sie mehrere Bezugsgruppen im Sinn haben, wählen Sie die Antwort, die beschreibt, was für Sie am wichtigsten ist, wenn es um Bezugsgruppen geht.

	1 fast immer	2 oft	3 manchmal	4 fast nie
Ich bin froh Mitglied dieser Gruppe zu sein	☐	☐	☐	☐
Ich identifiziere mich mit dieser Gruppe	☐	☐	☐	☐
Ich bin stolz auf diese Gruppe	☐	☐	☐	☐
Ich erfülle meine Rolle in dieser Gruppe gut	☐	☐	☐	☐
Meine Loyalität zu dieser Gruppe ist stark	☐	☐	☐	☐

Bitte geben Sie bei folgenden Aussagen an, wie sehr die Aussage auf Sie zutrifft. Sie können zwischen 1 (gar nicht zutreffend) und 5 (völlig zutreffend) unterscheiden.

	1 Gar nicht zutreffend	2 Ein bisschen zutreffend	3 Häufig zutreffend	4 Sehr zutreffend	5 Völlig zutreffend
Ich versuche die Zustimmung anderer zu bekommen, bevor ich etwas tun könnte, was anderen negativ erscheint.	☐	☐	☐	☐	☐
Wenn ich jemandem schade, entschuldige ich mich und verspreche, dass es nie wieder vorkommen wird.	☐	☐	☐	☐	☐
Ich rechtfertige mein Verhalten um negative Reaktionen von anderen zu vermeiden.	☐	☐	☐	☐	☐
Ich erzähle anderen wenn ich etwas gut mache, dass andere schwierig finden.	☐	☐	☐	☐	☐
Ich vertrete die gleiche Einstellung wie andere, damit diese mich akzeptieren.	☐	☐	☐	☐	☐
Ich schmeichle anderen um Sympathie zu gewinnen.	☐	☐	☐	☐	☐
Ich werde krank, wenn ich mich unter Druck gesetzt fühle, weil ich gute Leistungen erbringen soll.	☐	☐	☐	☐	☐
Ich lass andere glauben, dass ich etwas ohne ihre Hilfe nicht tun könnte.	☐	☐	☐	☐	☐
Ich benehme mich so, dass andere Angst vor mir haben.	☐	☐	☐	☐	☐
Ich versuche für jeden Schaden, den ich anderen beigebracht habe gerade zu stehen.	☐	☐	☐	☐	☐
Ich versuche ein Vorbild für andere zu sein, indem ich mit positivem Beispiel voran gehe.	☐	☐	☐	☐	☐

Ich erzähle anderen von meinen guten Leistungen.	☐	☐	☐	☐	☐
Ich versuche ein Beispiel für andere zu setzen, dem sie folgen können.	☐	☐	☐	☐	☐
Ich rechtfertige mich schon vorher für Verhalten, das andere nicht mögen könnten.	☐	☐	☐	☐	☐
Ich demütige andere, damit ich selbst besser dastehe.	☐	☐	☐	☐	☐
Ich tue andern einen Gefallen, damit sie mich mögen.	☐	☐	☐	☐	☐
Ich übertreibe den Wert meiner Leistungen.	☐	☐	☐	☐	☐
Ich zögere und hoffe, dass andere die Verantwortung für Gruppenaufgaben übernehmen werden.	☐	☐	☐	☐	☐
Ich bedrohe andere, wenn mir das Hilft das zu bekommen was ich will.	☐	☐	☐	☐	☐
Ich sage negative Dinge über unpopuläre (unbeliebte) Gruppen.	☐	☐	☐	☐	☐
Ich versuche andere zu überzeugen, dass ich nicht für negative Ergebnisse verantwortlich bin.	☐	☐	☐	☐	☐
Ich benehme mich so, wie ich denke, dass andere sich auch benehmen sollten.	☐	☐	☐	☐	☐
Ich sage andern, dass sie stärker und kompetenter als ich sind um sie dazu zu bringen Dinge für mich zu tun.	☐	☐	☐	☐	☐
Wenn ich beschuldigt werde etwas falsch gemacht zu haben, suche ich Ausreden dafür.	☐	☐	☐	☐	☐
Wenn andere mein Verhalten negativ beurteilen, habe ich immer eine Begründung dafür, damit sie verstehen, dass mein Verhalten gerechtfertigt war.	☐	☐	☐	☐	☐
Wenn ich in einem Gruppenprojekt arbeite, tue ich so als wäre mein Beitrag größer als er tatsächlich ist.	☐	☐	☐	☐	☐
Ich übertreibe die negativen Qualitäten der Menschen die mit mir konkurrieren.	☐	☐	☐	☐	☐
Ich erfinde Ausreden für zu geringe Leistung.	☐	☐	☐	☐	☐
Ich suche Entschuldigungen für mein mögliches Versagen bevor ich an einem schwierigen Test teilnehme.	☐	☐	☐	☐	☐
Ich zeige Reue und Schuld, wenn ich etwas falsch gemacht habe.	☐	☐	☐	☐	☐
Ich beanspruche Ansehen für Dinge die ich gar nicht getan habe.	☐	☐	☐	☐	☐
Ich setze mir selbst Hindernisse in den Weg, die meinen Erfolg verhindern.	☐	☐	☐	☐	☐
Angst behindert meine Leistung.	☐	☐	☐	☐	☐
Ich mache Dinge, die andere einschüchtern, damit diese machen was ich will.	☐	☐	☐	☐	☐
Wenn ich erfolgreich bei einer Aufgabe bin, betone ich die Wichtigkeit dieser Aufgabe.	☐	☐	☐	☐	☐
Nach einer negativen Aktion, versuche ich anderen klar zu machen, dass sie genauso gehandelt hätten, wenn sie in meiner Situation gewesen wären.	☐	☐	☐	☐	☐

Zuletzt noch einige Angaben zu Ihrer Person

Alter: ____

Geschlecht: ☐ männlich ☐ weiblich

In welchem Bundesland sind Sie wohnhaft?

- | | | |
|---|--|--------------------------------------|
| ☐ Wien | ☐ Niederösterreich | ☐ Oberösterreich |
| ☐ Burgenland | ☐ Steiermark | ☐ Salzburg |
| ☐ Kärnten | ☐ Tirol | ☐ Vorarlberg |
| ☐ Nicht in Österreich | | |

Welches ist ihre höchste abgeschlossene Ausbildung?

- | | | |
|---|---|---|
| ☐ Kein Schulabschluss | ☐ Hauptschulabschluss | ☐ Polytechnikum |
| ☐ Lehre | ☐ Fachschule | ☐ Matura/Abitur |
| ☐ Kolleg | ☐ Hochschulstudium | ☐ anderer Abschluss |

Sind Sie zur Zeit (hauptsächlich):

- | | | |
|-------------------------------------|----------------------------------|---|
| ☐ Berufstätig | ☐ Arbeitslos | ☐ Hausfrau/Hausmann |
| ☐ In Ausbildung | ☐ In Pension | ☐ Sonstiges |

Wie viel Zeit verbringen Sie mit der Kontaktsuche im Internet?

- | | | |
|---|---|--|
| ☐ bis zu 2 Stunden täglich | ☐ 2-6 Stunden täglich | ☐ mehr als 6 Stunden täglich |
| ☐ bis zu 6 Stunden in der Woche | ☐ noch seltener | |

Haben Sie derzeit einen festen Partner? ☐ ja ☐ nein

Haben Sie Kinder? ☐ ja ☐ nein

Wenn ja leben die Kinder in ihrem Haushalt? ☐ ja ☐ nein

Welche ist Ihre sexuelle Orientierung?

- | | | |
|-------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|
| ☐ heterosexuell | ☐ homosexuell | ☐ bisexuell |
|-------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|

B Abstract:

In meiner Studie wurden 274 Personen im Alter zwischen 16 und 57 Jahren, die einen Partner über eine Kontaktanzeige im Internet suchen, befragt. Untersucht wurden Unterschiede im Korrespondenzverhalten, in der Selbstdarstellung, dem Selbstwert und der Schüchternheit.

Es zeigten sich Geschlechtsunterschiede im Korrespondenzverhalten, sowie in der Selbstdarstellung. Die Initiative wird, wie oft auch im Real Life, eher dem Mann überlassen. Frauen benutzen häufiger als Männer defensive Selbstdarstellungstechniken.

Schüchterne Personen haben etwas gleich viele Kontakte wie nicht schüchterne, aus diesen entstehen aber seltener feste Partnerschaften. Schüchterne haben auch einen deutlich geringeren Selbstwert und glauben weniger stark daran einen passenden Partner im Internet (wie auch im Real Life) zu finden.

Insgesamt kann man sagen, dass das Internet für schüchterne Menschen eine Chance darstellt, Kontakte zu potentiellen Partnern herzustellen, diese Chance dann aber selten für eine tatsächliche Beziehung genutzt wird.

c LEBENSLAUF

Persönliche Daten

Name	Claudia Neuwirth
Geboren	09. 12. 1974 in Wien
Staatsbürgerschaft	Österreich

Schul Ausbildung:

1981 –1985	4 Jahre Volksschule
1985 – 1993	8 Jahre Wirtschaftskundliches Realgymnasium, 1993 Matura
1993	Beginn des Studiums der Psychologie

diverse Jobs neben dem Studium

1994 - 2003	Mitarbeit im Theater m.b.H.
1999 - 2002	Arbeit im Callcenter Teleperformance im Bereich Outbound
Jänner 2002 – Mai 2002	Mitarbeit bei der e-finance- solution Firma ex-it.
Oktober 2002-Jänner 2004	Arbeit bei der Firma Omcraft Computer Systems. Telefon-Marketing, Büroarbeiten, Kundenbetreuung
März 2004 - März 2007	Inbound im Callcenter der Firma Telering Telekom Service Teilnahme an mehreren Schulungen: Kundenorientierung, Kommunikation, Rechtsschulungen, Techniks Schulung
April 2007 – heute	Interner Wechsel ins Inbound Callcenter der T-Mobile GmbH

zwischendurch	mehrere Praktika im Bereich Psychologie, z.B.: bei der Autistenhilfe Wien Ehrenamtliche Mitwirkung im Forum und Chat des Lichtwegs Eine Plattform für traumatisierte Menschen www.lichtweg.de
---------------	--

2004:	Besuch eines Rhetorikkurses bei Arnold Ehrenfeld
2005:	NLP- Kompakt bei Trinergy International