

Im Augenblick ist der »Single« noch weit verbreitet (das kann oder muss sich wieder ändern, wie wir in den von der Austeritätspolitik in die Knie gezwungenen Gesellschaften des Südens sehen: die Menschen »unten« werden ökonomisch wieder zusammengepfercht, der Zustand des Alleinlebens wird zur Katastrophe; nur oben hat man immer mehr Raum und immer mehr Freiheit): Mehr als elf Millionen Menschen in Deutschland leben allein. Das ist in den wenigsten Fällen ein Privileg von Freiheit und Autonomie, selten eine frei gewählte Lebensform. Das Nielsen-Institut in Hamburg hat herausgefunden, dass die Hälfte der Singles in Deutschland das »Internet als Kontaktbörse« nutzt.¹⁵

Darwin-Dater und flirtende Polizeisingles

In der soziologischen Erzählung von der digitalen Vernetzung der sexuellen Ökonomie wissen wir allerdings nie so recht zu sagen, wo die Grenzen der Fiktionen und der selbst erzeugten Realitäten liegen. Die sozialen Maschinen nicht nur im Internet (re-)produzieren ihren Rohstoff (Aufmerksamkeit, Benutzung, Akzeptanz, die Menge der User und die Intensität der Nutzung) immer auch selber. Die Nielsen Company ist, das schreibe ich ganz frech aus der Wikipedia ab, »Marktführer bei Marketing- und



Pioniere des Online-Datings: Tom Hanks und Meg Ryan in der 1998 entstandenen Hollywood-Komödie *E-Mail für dich*

Medieninformation, Branchenverzeichnissen sowie Verbraucher- und Bildungsinformationen«. Sie ist in mehr als hundert Ländern tätig und hatte (wieder nach der Wikipedia) 2007 einen Jahresumsatz von 3,416 Milliarden Euro. Es handelt sich mithin um eine der größten Erzählmaschinen des medialen Marktes, eine der vielen Kontrollen der Fiktionen bzw. Fiktionen der Kontrolle.

Immerhin soll sich nach dieser Erzählung die Anzahl der Singles, die über das Internet Kontakte suchen, in den letzten Jahren verachtfacht haben. Sie brauchen das Internet, das Internet aber braucht auch sie. Keine soziale Maschine funkti-

oniert ohne die sexuelle Energie ihrer Benutzer. Umgekehrt werden die erneuerten sozialen Maschinen zur Reorganisation auch dessen benötigt, was man mit Volkmar Sigusch die *Neosexualitäten*¹⁶ nennen mag. Auf das Ideal der Liebe in der bürgerlichen Gesellschaft und ihren Zerfallsprodukten ist ein Ideal der Sexualität gefolgt. Es besagt, recht einfach gesprochen, dass Sex in jeder Form okay ist, wenn er zwischen autonomen Individuen freiwillig (und möglichst ohne nicht-sexuelle Nebenabsichten wie, sagen wir, Geld, aber da machen wir womöglich Abstriche; wie sollte es nicht-kapitalistische Sexualität in einer kapitalistischen Gesellschaft geben) zustande kommt. Dieses Ideal gilt in gewisser Weise auch für die sexuellen Fiktionen (die Fiktionalisierung der Sexualität) – wenn jemand seinen Körper als sexuelle Stimulanz ins Netz stellen will und andere sich daran, äh, erfreuen wollen, dann soll das sozusagen als Deal gelten. Freilich gibt es kaum eine Instanz, die die Regeln des freien Aushandelns beim visuellen oder narrativen Austausch sexueller Fantasien und Energien zum Beispiel in der »Amateurpornografie« überwachen könnte.

Dating-Seiten sind, anders als die meisten Sex-Seiten, mit denen man am ehesten das »schnelle



Die Krise ist gut fürs Geschäft: Anzeige von www.elitepartner.de

Geld« machen kann, nachhaltige Knoten in den Netzen und gehören, wenn sie miteinander verbunden werden, zu den größeren Playern im Business und sind längst keine Nischenprodukte mehr. Von 2003 bis 2011 stieg der Branchenumsatz rapide und kletterte auf über 200 Millionen Euro (siehe Abb. S. 29; in den beiden Folgejahren sank der Umsatz etwas ab und lag 2013 bei rund 186 Millionen Euro.¹⁷) Übernahmekämpfe und Konzentrationen werden in der interessierten Öffentlichkeit streng beobachtet.

Leseprobe aus: Georg Seeblen:

Digitales Dating. Liebe und Sex in Zeiten des Internets

© 2015 Bertz + Fischer Verlag / www.bertz-fischer.de