

Beziehungs- und Partnerschaftsmuster im Spiegel von Kontaktanzeigen

Eine kontrastive Analyse zwischen Albanien und Österreich

BORA LOHJA (Hamburg)

1. Einleitung

In dieser Abhandlung geht es um die Analyse von Kontaktanzeigen in albanischen und österreichischen Printmedien, um zu sehen, welche dieser Gesellschaften zugrunde liegende Vorstellungen von Ehe und Partnerschaft darin widerspiegelt werden. Paarbeziehungen in verschiedenen Ländern weisen gravierende Unterschiede auf, für die insbesondere Kontaktanzeigen eine wichtige Indikatorfunktion besitzen. InserentInnen möchten sich in ihren Anzeigen als möglichst anziehend für eine/n potenzielle/n PartnerIn präsentieren. Deshalb orientieren sie sich bei der Formulierung einer Anzeige an dem, was in der Gesellschaft allgemein und speziell im Bereich Partnerschaft, Ehe und Familie hohes Ansehen bzw. Sozialprestige genießt. GOFFMAN schreibt: „Der Einzelne wird sich [...] bei seiner Selbstdarstellung vor anderen darum bemühen, die offiziell anerkannten Werte der Gesellschaft zu verkörpern und zu belegen“ (GOFFMAN 2000: 35). In Kontaktanzeigen sind daher nicht unbedingt realistische Selbstporträts zu finden. Es dürften sogar gezielte Missrepräsentationen auftauchen. Beides stellt jedoch keine Beeinträchtigung der Indikatorfunktion dar. Es geht in dieser Analyse nicht darum, ein wahrheitsgetreues Bild der InserentInnen zu erhalten, sondern ein Bild der Gesellschaft. In Heirats- und Bekanntschaftsanzeigen kommen demnach vielfältige Erscheinungen und damit die Gesamtsituation der Gesellschaft, nicht selten aber auch aktuelle soziologische Trends pointiert zum Ausdruck (KRAEMER 1998: 27). Durch die Analyse derartiger Anzeigen kann daher ein wichtiger Ausschnitt des Wertehaushalts in unterschiedlichen Gesellschaften nachgezeichnet werden. Diese soziologischen Fragestellungen sind insbesondere angesichts des dramatischen gesellschaftlichen Wandels in Albanien nach der Wende von großem Interesse. Welche Vorstellungen von Partnerschaft, Ehe und Familie herrschen in beiden Ländern vor? Welche kulturellen Muster liegen ihnen zugrunde? Welche kulturellen Unterschiede sind zwischen den beiden Ländern festzustellen?

2. Überblick über Partnerschaftsvorstellungen in Albanien und Österreich

Die Lebensweise in Albanien kontrastierte über viele Jahrzehnte deutlich zu den dynamischen Entwicklungen, die in anderen Teilen von Europa – etwa hier in Österreich – stattfanden. Dieser Kontrast bestand in der relativen Stabilität, der hohen Gleichförmigkeit und den verhältnismäßig geregelten Lebensbahnen im „Osten“ bis zur Wende und dem schnellen Wandel und der zunehmenden „Unordnung“ im Leben der Bevölkerung im „Westen“. Die albanische Gesellschaft war allgemein durch traditionelle patriarchale Denkmuster geprägt, die Jahrhunderte hindurch fortbestanden und verteidigt wurden. Eine zentrale historische Erscheinung in den Balkangebieten war die Verwandtschaftsgruppe – ein dichtes Netzwerk von Verwandten und

Freunden, denen man Vertrauen schenken konnte und die einem Vertrauen schenken (KASER 2001: 13). Da dieses Verwandtschaftssystem netzwerkartig angelegt war, wurde auch die Heirat als ein Weg benutzt, die verwandtschaftlichen Beziehungen zu stärken und zu erweitern (KASER 2001: 18). Neben der sanktionierten Ehe existierten in der traditionellen albanischen Lebensweise keine anderen privaten Lebensformen. Beziehungen vor der Ehe, Verschiebung der Eheschließung, die Zunahme der außer-ehelichen Lebensgemeinschaften sind Phänomene, die der albanischen Gesellschaft bis nach der Wende und in gewissem Grad bis in den heutigen Tagen fremd waren bzw. sind.

Im Prozess der Modernisierung, die nach der kommunistischen Machtübernahme forciert in Angriff genommen wurde, wurden diese traditionellen Muster von Familie und Verwandtschaft stark in Frage gestellt beziehungsweise deren Bedeutung reformuliert. Die Kollektivierung des Bodens und die dadurch ausgelöste Urbanisierungswelle, die gesellschaftsverändernde Rolle der Urbanisierung, die gewandelte Rolle der Frauen und ihr Eintritt in die industrielle Welt, die Bemühungen um die Zurückdrängung patriarchaler Elemente und die zunehmende Gleichberechtigung der Geschlechter hatten einen großen, wenn auch nicht determinierenden Einfluss auf die Lebensweise der Menschen. Radikale Transformationen der sozialen Beziehungen begannen in Albanien erst nach dem Zusammenbruch des kommunistischen Systems und dem Ende der langjährigen Isolation im Jahre 1991, was die Wertvorstellungen und die demographischen Gegebenheiten in Albanien innerhalb kurzer Zeit veränderte – beeinflusst auch durch das Vorbild der westlichen Welt. Die Ehe in Albanien ist immer noch mit dem Verpflichtungscharakter einer Institution verbunden und die Beziehungen vor der Ehe werden meistens mit dem Ziel geführt, in eine Ehe zu münden. Dies gilt besonders für die Frauen, da in Albanien immer noch stärkere Rollenvorstellungen bezüglich der Verhältnisse zwischen den Geschlechtern Gültigkeit haben.

Die westeuropäische Ehe hingegen, zu der auch die österreichische gehört, rückte auch in seiner traditionellen Phase unter Einfluss des Christentums die Beziehung zwischen den Ehegatten – und nicht die Beziehung zur Sippe oder zum Clan – ins Zentrum (HÖPFLINGER 2005: 1). Ein Wandel des Ehekonzepts fand in Zeiten des Bürgertums statt, der von der ökonomisch orientierten Sachehe hin zur modernen Liebesehe führte. Diese bürgerliche Ehe war jedoch von „vernünftiger“ Liebe getragen, womit die Betonung eines häuslichen Ehe- und Familienlebens im Rahmen gutbürgerlicher Sittlichkeit verknüpft war, indem die geschlechtsspezifische Arbeitsteilung der Frau den inneren Bereich zwies, dem Mann den äußeren (vgl. ebd.). Im Zuge der soziologischen Entwicklungen fand besonders seit den 60er Jahren ein tief greifender Wertewandel, der eine Verschiebung von Pflicht- und Akzeptanzwerten hin zu Selbstentfaltungswerten umfasst, wobei Erstere nicht gänzlich verschwanden, sondern vielmehr zugunsten der Selbstentfaltungswerte an Wichtigkeit verloren (RIEMANN 1999: 35). Hier ist von der Ehe mit einem Verpflichtungscharakter im alten, traditionellen Sinn – sprich nach dem bürgerlichen Ehemuster – weniger zu sehen. Denn vom Standpunkt des selbstentfaltungsbetonten Individuums ist sie nicht mehr als verbindlich zu empfinden, wenn diese Institution die Befriedigung eigener Ansprüche nicht mehr zulässt (NAVE-HERZ 1988: 86). Nicht-eheliche Lebensgemein-

schaften werden zumeist auch nicht unbedingt mit der Absicht eingegangen, eine Ehe zu begründen.

3. Beschreibung des Materials und der Methode

Als empirische Grundlage wurden für beide Länder je eine Zeitung ausgewählt, die insbesondere interkulturell miteinander annähernd vergleichbar waren und in ähnlicher Typenform für beide Länder vorliegen. Während in einem österreichischen Printmedium die Anzeigenrubrik für Kontakte in kaum einer Tages- oder Wochenzeitung fehlt, war in Albanien zu beobachten, dass sich die Mehrheit der Zeitungen anscheinend für zu seriös halten, um Kontaktanzeigen in ihr Repertoire aufzunehmen. Das einzige Blatt, das Kontaktanzeigen schaltet, heißt „Intervista“. In ihrer Wochenausgabe mit einem Umfang von 24 Seiten nimmt der Inseratteil mit 2–3 Seiten einen relativ großen Raum ein. Als vergleichbares Medium für Österreich erwies sich aufgrund der Parallelen in Berichterstattungsstil, soziologischer Zuordnung der Leserschaft und thematischer Schwerpunktsetzung die „Kronenzeitung“ zur Analyse als besonders geeignet. Sie erscheint täglich und die Rubrik der Kontaktannoncen nennt sich „Heirat/Partnersuche“, die meistens 2–3 Spalten umfasst.

Die Untersuchung beschränkt sich auf einen Zeitrahmen von einem Monat, dem September 2005, um dadurch eine überschaubare Zeitspanne zu gewährleisten. Für die Analyse wurden 206 österreichische und 575 albanische Kontaktanzeigen verwendet. Die Inhaltsanalyse orientiert sich nach einem Kategorieschema, die Kategorien wie „Alter“, „Beruf und finanzielle Situation“, „Bildung“, „geographische Herkunft und Wohnort“, „Familienstand, Form der Partnerschaft“, „partnerschaftsrelevante Charaktereigenschaften“, „Lebenseinstellung: Hobbys und Freizeitgestaltung“ sowie „äußere Eigenschaften“ umfasst.

4. Die Inhaltsanalyse

Aufgrund der im zweiten Kapitel erläuterten Entwicklungen sind die Ansprüche an PartnerInnen und Partnerschaft in den letzten Jahren eindeutig gestiegen, was sich direkt in Inhalt und Aufbau der Kontaktanzeigen niederschlägt. Eine grobe Durchsicht der Inserate lässt erkennen, dass es sehr darauf ankommt, nicht nur einfach „irgendjemanden“, sondern den/die „perfekte(n)“ Partner/in zu finden. Dies kommt jedoch stärker bei den österreichischen Anzeigen als bei den albanischen zum Ausdruck. In einer großen Anzahl der albanischen Kontaktanzeigen werden kurz und knapp einige „technische“ Daten aufgelistet und öfters auch der Heiratswunsch notiert, wobei geschlechtsstereotypische Vorstellungen stärker ausgeprägt sind. Diese Art von Anzeigengestaltung fand in Österreich in der Vorkriegszeit und teilweise noch in den Fünfziger Jahren Anwendung, ist jedoch heute kaum mehr anzutreffen. Eine individuelle und phantasievolle Gestaltung ist – wie bereits weiter oben erwähnt – ein ins Auge stechendes Kennzeichen der in Österreich erscheinenden Anzeigen. So findet bereits bei einer ersten Durchsicht der Inserate die Hypothese Bestätigung, wonach die albanische Gesellschaft traditionellen und wirtschaftlichen Gesichtspunkten bei der Partnersuche großes Augenmerk schenkt. Bei den österreichischen Anzeigen sticht dagegen die zunehmende Individualisierung auch im Bereich von

Partnerschaft und Ehe ins Auge. Eine beispielhafte Gegenüberstellung von albanischen und österreichischen Anzeigen bieten die folgenden Beispiele:

Ich bin eine 42-jährige Frau aus Laç, mit normalem, durchschnittlichem Körperbau, mit Mittelschulabschluss, gut aussehend und aus einer geregelten Familie stammend. Möchte einen Herrn im Alter 48–50 kennen lernen, der Heiratsabsichten hat, seriös und ehrlich ist („Intervista“ 3.09.2005).¹

Ich befinde mich auf Urlaub in Vlora und suche eine Beziehung zu einem Mädchen nur für ernsthafte Absichten. Sie soll über 24 Jahre alt sein, ca. 1.70 groß, mit Charakter, klug, ausgebildet und aus guter Familie stammend („Intervista“ 3.09.2005).²

HERZENSLIEBE gibt dem Leben erst den richtigen Sinn! **JULIA** – eine charmante, sehr attraktive Akademikerin, 32, schlank, dunkelhaarig, einfühlend, vielseitig interessiert, träumt von zweisamen Glück („Kronenzeitung“ 17.09.2005).

EIN Mann für „alle Fälle“: **MARTIN**, 48-jähriger, sportlicher Techniker, bietet seine Schulter zum Anlehnen und sein Herz zum Erobern! („Kronenzeitung“ 14.09.2005).

Im Rahmen der Inhaltsanalyse kann dieses Ergebnis in differenzierterer Form belegt werden.

4.1. Alter

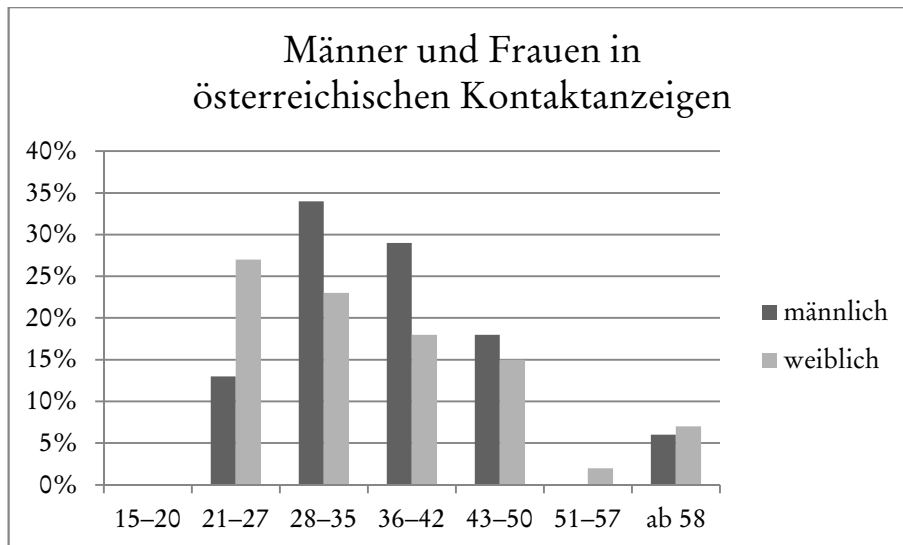
Hier zuerst einmal ein kurzer Überblick über das Datenmaterial. Von den untersuchten Inseraten wurden in Albanien 86% von Männern und 14% von Frauen aufgegeben. Das steht in eindeutigen Kontrast zu den österreichischen Kontaktanzeigen, in denen mehr Frauen inserieren (58%) als Männer (42%). Dies wird bei der Interpretation der Daten aufgrund der unterschiedlichen Bedeutung des Alters bei Männern und Frauen, was den „Marktwert“ bei Beziehungen angeht, noch von Bedeutung sein.

In fast jeder Anzeige – egal ob in Österreich oder in Albanien – ist in irgendeiner Form ein Hinweis auf das Alter der Inserierenden zu finden. Damit enden die Parallelen im Hinblick auf Altersangaben zwischen den Anzeigen aus diesen beiden Ländern aber auch schon. Kontaktanzeigen von Unterzwanzigjährigen sind in Österreich so gut wie nicht aufzufinden, während sie in albanischen Zeitungen durchaus anzutreffen sind. Das höhere Heiratsalter spiegelt sich somit auch in den österreichischen Kontaktanzeigen wider.

Ein auffälliger Aspekt ist auch die Geschlechterverteilung der InserentInnen. Im Alter von 15–27 Jahren inserieren in Albanien überwiegend Männer, danach findet eine völlige Umkehr dieses Trends statt. In Österreich wird die Gruppe der Inserenten bis 28 von Frauen dominiert, danach kehrt sich der Trend um, wenn auch nicht so extrem wie in Albanien.

1 [Jam një zonjë nga Laçi 42 vjeçe pa asnjë njeri në ngarkim, me trup mesatar dhe të rregullt, me shkollë të mesme, e pashme dhe familje e rregullt. Kërkoj të njihem me një zoteri të moshës 48–50 vjec, te ketë qëllime serioze martesore, të jetë serioz dhe i sinqertë.]

2 [Ndodhem me pushime në Vlorë, kërkoj të lidhem me një vajzë vetëm për qëllime serioze. Të jetë mbi 24 vjeçe, 1.70 e gjatë me karakter, e zgjuar, e shkolluar nga familje e mirë.]



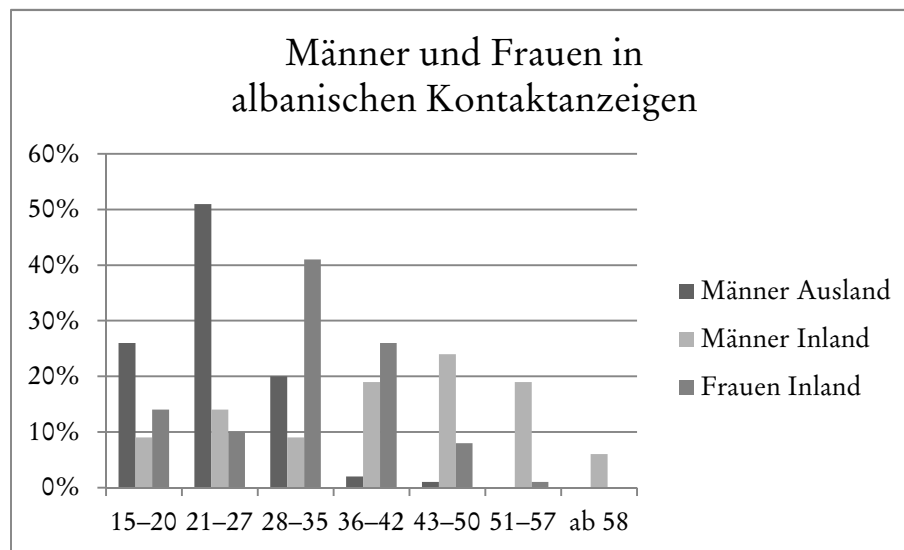
Auch was das Alter des Wunschpartners angeht, dominieren die Unterschiede in den Anzeigen der beiden Länder. Eine Anführung der Altersangaben für die/den zukünftigen Partner/in ist in den österreichischen Anzeigen nur in zwei Fällen zu finden. Für die albanischen InserentInnen hingegen scheint es von Bedeutung zu sein, das Spektrum der angesprochenen potentiellen Partner altersmäßig einzugrenzen. 28% der albanischen Inserierenden erwähnen das bevorzugte Alter der/des potentiellen Partnerin/Partners, indem sie teilweise eine genaue Altersbestimmung vornehmen, eine Obergrenze bestimmen oder einen Altersbereich angeben (zwischen 37 und 42). Damit möchte man vermutlich vermeiden, dass „unpassende“ potentielle PartnerInnen auf die Anzeige antworten.

Eine Besonderheit der albanischen Inserate liegt in den gruppenspezifischen Charakteristika der Personen, die eine Kontaktanzeige aufgeben. Wie aus dem Diagramm abzulesen gilt, betreffen etwas mehr als die Hälfte aller Inserate männliche Kontaktsuchende, die im Ausland wohnen (52%). Die überwiegende Mehrheit inseriert aus Griechenland. An zweiter Stelle steht Italien und von anderen Ländern (Deutschland, England, Norwegen etc.) sind nur mehr vereinzelte Inserate zu finden. In scharfem Kontrast dazu liegt der Wert albanischer Frauen, die aus dem Ausland inserieren: Er beträgt nur 1%³.

Doch nun zur Interpretation des vorhandenen Zahlenmaterials. Wie erwähnt ist die asynchrone Altersverteilung männlicher und weiblicher Inserenten in Albanien höchst auffällig. Für eine albanische Frau ist es nach wie vor schwieriger als für Männer, in Form einer Anzeige an die Öffentlichkeit zu treten, da die traditionellen Ge-

3 Aufgrund der sehr niedrigen Anzahl der weiblichen Inserate aus dem Ausland sind diese aufgrund mangelnder Aussagekraft von der Auswertung anhand der weiter unten angeführten Kategorien ausgeschlossen.

schlechterrollen davon ausgehen, dass der Mann den ersten Schritt setzt. Frauen, die entgegen diesen Stereotypen selbst „aktiv“ werden, befürchten Stigmatisierung. Diese Altersverteilung in Albanien kann als ein Hinweis dafür dienen, dass die Entscheidung für eine Partnersuche mittels Kontaktanzeige als die letzte verbliebene Möglichkeit empfunden wird. Das Diagramm zeigt einen starken Anstieg weiblicher Inserenten zwischen 30 und 40. Gemäß den noch stärker traditionell geprägten Geschlechterrollen in Albanien wird dieses Alter für Frauen als „Phase der letzten Chance“ betrachtet, überhaupt noch einen Partner zu finden.



Deswegen wird zu diesem als radikal gesehenen Mittel gegriffen, um nicht dauerhaft alleine zu bleiben.

In einer Zeitung zu inserieren, ist vielleicht nicht die richtige Lösung. Da aber die Emigration so viele Männer „genommen“ hat, versucht man hier eine neue Bekanntschaft. Ich bin 28 Jahre alt, Lehrerin, katholisch („Intervista“ 17.09.2005).⁴

Ich bin Eliza, 31 Jahre alt, mit Hochschulabschluss, gut aussehend, ruhiger Natur und aus einer respektierten Familie stammend. Aufgrund meiner hohen Ansprüche sind die Jahre vergangen. Suche eine ernste Beziehung mit einem ausgebildeten Mann, mit Familiensinn, unter 40 („Intervista“ 17.09.2005).⁵

4 [Të shkruash në gazetë, mbase s’është zgjidhja e duhur, po meqë djemtë i mori emigracioni, tentojm për nje njohje te re. Jam 28 vjeçe, mësuese, katolike.]

5 [Jam Eliza 31 vjeçe, me arsim të lartë, shumë simpatike, me trup të rregullt, 1.60 e gjatë, tip i qetë, e sinqertë, rrjedh nga një familje e respektuar. Për arsye pretendimesh vitet kaluan. Kërkoj për lidhje serioze një djalë të arsimuar, familjar, nën 40 vjeç.]

Die Dominanz österreichischer Frauen in der Gruppe bis 28 Jahre dürfte darauf zurückzuführen sein, dass Frauen dazu tendieren, schon früher eine feste Bindung eingehen zu wollen als Männer. Der Lebensabschnitt bis 30 wird von vielen Männern als Phase „beschwerdefreier Unabhängigkeit“ gesehen, in der man zwar Beziehungen einzugehen bereit ist, das Singledasein jedoch noch nicht als Belastung empfindet. Die signifikant höhere Zahl männlicher Inserenten von 28 bis 42 weist darauf hin, dass dieses Alter von Männern als passend empfunden wird, sich ernsthaft zu binden oder gar eine Familie zu gründen. Wenn Geschlechterstereotypen im Hinblick auf das „ideale Alter“ und die „besten Jahre“ in Österreich auch weniger ausgeprägt sind als in Albanien, unterstreichen die Zahlen trotzdem deren Existenz.

PETER, 30/180, sympathischer, gut aussehender Vermessungstechniker, sucht keinen Flirt, sondern eine dauerhafte, aufrichtige Beziehung! („Kronenzeitung“ 16.09.2005).

Abschließend noch zu einem Aspekt, der sich ausschließlich auf albanische Anzeigen bezieht, dort aber von sehr großer Bedeutung ist: die Unterschiede bei Anzeigen zwischen Albanern in Albanien und in der Diaspora. Diese haben mit Unterschieden in der Lebenssituation zu tun: Die Armut und hohe Arbeitslosigkeit im Land führt dazu, dass viele Albaner ins Ausland auswandern. Die Wege, über die Menschen aus Albanien ihr Heimatland verlassen, führen für den Großteil der Emigranten in die Europäische Union, vor allem nach Italien und Griechenland, da diese direkt an Albanien grenzen. Laut der Einschätzung von DOKA betrug die Zahl der Emigranten von 1990 bis 1996 450.000 Personen (vgl. DOKA 2003: 49). Das entspräche 14% der Bevölkerung Albanien. Die Dunkelziffer liegt jedoch weit höher, denn allein in Griechenland ist von 250.000 albanischen Staatsbürgern die Rede, die dort als Arbeitsmigranten leben. Da der Anteil der illegalen Immigranten aus Albanien bisher sehr hoch war, sind genaue Zahlenangaben nicht möglich. Auf jeden Fall machen die genannten Zahlen das Ausmaß der Emigrationsbewegung aus Albanien deutlich, was sich indirekt auch in den Kontaktanzeigen widerspiegelt.

Im Ausland lebende Albaner sind zumeist jung und haben es aufgrund ihrer Isolation im Gastland schwer, eine Partnerin zu finden, die ihren Anforderungen entspricht. Albanische Frauen inserieren praktisch ausschließlich, wenn sie in Albanien selbst leben. Albanerinnen im Ausland leben dort zumeist mit ihrer Familie, entweder nach einer Heirat mit einem Ausländer oder als Folge eines Familiennachzugsprogramms, nachdem ihr Partner bereits als Gastarbeiter tätig war. Eine Ausnahme sind albanische Studierende im Ausland, die aber üblicherweise keine Heiratsanzeigen aufgeben.

4.2. Beruf und finanzielle Situation

Diese Kategorie gehört zu den umfangreichsten bei den Anzeigen und damit zu den bedeutendsten bei der Inhaltsanalyse von Kontaktanzeigen in beiden Ländern. Eine vergleichbare Bedeutung kommt sonst nur noch den Kategorien „Charakter“ und „äußere Eigenschaften“ zu. Aufschlussreich bezüglich der Angabe des Berufs und der finanziellen Situation ist vor allem die geschlechtsstereotypische Aufteilung.

39% der albanischen männlichen Inserenten im Inland machen Angaben über ihre Beschäftigung und materielle Situation, um sich den Leserinnen vorzustellen und

betonen auf diese Weise direkt oder indirekt die Fähigkeit, eine wirtschaftliche Lebensgrundlage zu bieten, womit sie Sicherheit versprechen. Sehr häufig treten Bezeichnungen wie „berufstätig“ („i punësuar“), „besitze ein Geschäft“⁶ („merrem me biznes“), „mit guter Arbeit“ („me punë të mirë“), „im Staatsdienst“ („ne punë shtetërore“) auf.

Ich bin Turi, von Beruf her bin ich Ökonomist, jetzt besitze ich ein Geschäft. Suche eine Beziehung mit einem schönen Mädchen ebenfalls aus Tirana („Intervista“ 19.09.2005).⁷

Es gibt auch Inserate, die explizite Nennungen von Vermögen enthalten. In 25% der Nennungen tritt die Angabe „mit Wohnung“, 18% davon führen Wertobjekte auf wie „Auto vorhanden“. Nicht selten antizipieren Männer in ihrer Selbstbeschreibung den Wunsch der Frauen nach Sicherheit und drücken somit aus, dass die potenzielle Partnerin zur Gründung eines gemeinsamen Hausstandes in wirtschaftlicher Hinsicht nicht beitragen müsste, bzw. rechtfertigen sich, wenn sie nicht in der Lage sind, dies zu ermöglichen. Das zeigen Angaben wie „ich bin in der Lage, finanzielle Unterstützung zu leisten“ („ndihmoj nga gjendja ekonomike“), „verfüge über einen guten Lohn“ („kam rroge te mire“), „die Frau muss nicht über Vermögen verfügen“ („gruaja s'eshte nevoja te kete pasuri“), „ich verspreche keinen Luxus“ („nuk premtoj luks“).

Ich bin ein 45-jähriger Mann. Seit 12 Jahren wohne ich in Griechenland, gut situiert. Ich bin aus Korça und möchte eine Frau ebenfalls aus Korça kennen lernen. Ich kann sie finanziell unterstützen („Intervista“ 10.09.2005).⁸

Diese explizite Erwähnung ökonomischer Faktoren hängt mit der wirtschaftlichen Situation Albaniens zusammen, die seit Jahren problematisch und die Bedeutung einer jeden Beschäftigung (auch als Übergangslösung) sehr groß ist.

Zu bemerken ist, dass, obwohl Anzeigen der sich im Ausland befindenden Männer einen hohen Anteil ausmachen, nur 15% von ihnen Angaben zu ihrem Beruf oder ihrer materiellen Situation machen. Die Mehrheit von ihnen wohnt in Griechenland, zum Teil auch in Italien. Die Arbeitsfelder für Migranten aus Albanien in diesen beiden Ländern weisen dasselbe Muster auf. Sie arbeiten in Tätigkeitsbereichen, die niedrig bezahlt werden und in denen die Arbeitsbedingungen schlecht sind. In der Regel sind solche Arbeitsplätze Teil der Schattenwirtschaft des Aufnahmelandes (vgl. CARELLA/PACE 2001: 70f.). Diese Realität ist unter der albanischen Bevölkerung allgemein bekannt und braucht in der Selbstdarstellung anscheinend nicht weiter erläutert zu werden. Ein anderer Grund für den niedrigen Prozentsatz wäre vielleicht auch das geringe Durchschnittsalter der Inserenten im Ausland, indem sie sich bei

6 „Geschäft“ bezieht sich hier sowohl auf Kioske oder kleine Läden des täglichen Bedarfs, wie auch auf größere Geschäfte.

7 [Jam Turi nga Tirana me profesion ekonomist, tani merrem me biznes, kërkj të lidhem me një vajzë po nga Tirana, të jetë e bukur.]

8 [Jam një 45 vjeçar kam 12 vjet që ndodhem në Greqi, në gjendje të mirë ekonomike. Jam nga Korça, dua të lidhem me një vajzë të jetë nga Korça, mund ta ndihmoj ekonomikisht.]

ihrem nicht konkreten Beziehungswunsch (siehe Kapitel 4.6) noch nicht in der Lage fühlen, die Rolle des Versorgers einzunehmen.

Der Anteil der albanischen Frauen, die Angaben zu ihrem Beruf oder zu ihrer materiellen Situation machen, ist mit 6% deutlich niedriger als der entsprechende Prozentsatz bei den Männern. 50% dieser Angaben verweisen auf „eine gute Arbeit“, 20% bezeichnen sich als „berufstätig“, 12% heben hervor, eine „eigene Wohnung“ zu besitzen. In der Partnerbeschreibung macht sogar ein leicht höherer Prozentsatz der Frauen (8%) Angaben über die gewünschte Situation des zukünftigen Partners und entspricht somit dem Stereotyp. Sie nennen viel häufiger als Männer die finanzielle Situation als Wunschkategorie in Bezug auf den zukünftigen Partner. 30% möchten, dass der potenzielle Kandidat eine gute wirtschaftliche Lage vorweisen kann, 30% verlangen „finanzielle Unterstützung“, 22% wollen einen „berufstätigen“ Partner. Nur in zwei Anzeigen betonen die Frauen, dass es ihnen „nicht auf das Vermögen des Partners ankommt“.

Ich bin Violeta, 42 Jahre als, komme aus dem Süden und wohne in Tirana. Möchte eine Beziehung mit einem Mann im Alter von 45–48, nur für ernsthafte Absichten. Er soll wirtschaftlich gut situiert sein („Intervista“ 3.09.2005).⁹

Das Sicherheitsbedürfnis, das dem weiblichen Stereotyp entspricht, manifestiert sich somit in den Anzeigen albanischer Inserentinnen. Das gleiche lässt sich nicht über die männlichen Angaben sagen. Nur selten wünschen auch Männer Frauen „mit eigener Wohnung“ (6 Anzeigen). Personen in schwieriger ökonomischer Lage suchen nicht nur eine Partnerin, sondern auch eine Bleibe.

So lässt sich festhalten, dass albanische Frauen materielle Sicherheit in einer Partnerschaft suchen. Männer entsprechen diesem Wunsch überdurchschnittlich häufig, indem sie ihre vorteilhafte Finanzlage unterstreichen. Dieser Befund könnte so gedeutet werden, dass diese geschlechtsspezifischen Muster in Albanien stärker ausgeprägt sind als in Österreich. Die materielle und finanzielle Situation bei der Eheanbahnung scheint ein wichtiger Aspekt zu sein, ehe man die Kompatibilität bezüglich anderer Aspekte untersucht.

Die Häufigkeit der Berufsangaben in den österreichischen Kontaktanzeigen ist deutlich höher als in den albanischen (männliche Angaben sind hier auch häufiger als weibliche). Die materielle Situation vorrangig als Kriterium der Partnerwahl heranzuziehen, ist in den österreichischen Kontaktanzeigen selten anzutreffen. 11% der österreichischen Männer und keine Frau machen in den von mir untersuchten Anzeigen Angaben zu ihrer materieller Situation wie „mit lukrativem Job“, „in gesicherter Position“, „gut situiert“, „ohne finanzielle Sorgen“. Dennoch ist das Materielle nicht ganz unwichtig – schließlich will man gemeinsam ein angenehmes Leben in Wohlstand genießen.

ARMIN 28/187, attraktiv, in Topposition, zärtlich und romantisch, sucht liebenswerte Frau, die das Träumen nicht verlernt hat! („Kronenzeitung“ 2.09.2005).

9 [Jam Violeta 42 vjeçe me origjin nga jugu dhe banoj në Tiranë. Dua të lidhem me një burrë nga mosha 45–48 vjeç vetëm për qëllime serioze. Të jetë mirë nga gjendja ekonomike.]

KOMM: tanz mit mir auf rosa Wolken! Mario, 22/190, attraktiver Koch, gut situiert, schlank und sportlich, reisefreudig, musikbegeistert, zukunftsorientiert, aufmerksam und liebenswert („Kronenzeitung“ 2.09.2005).

Die wenigen Angaben mit expliziter Nennung (vier Anzeigen) beziehen sich auf Hausbesitz, allerdings wohl mit einer anderen Intention. Sie dienen vermutlich nicht mehr der Demonstration der eigenen materiellen Situation, sondern verweisen auf das Vorhandensein eines netten, gemütlichen Zuhauses, in dem man sich als Paar schön einrichten kann.

HERBERT, 49-jähriger Beamter, gut situiert, mit eigener Firma und hübschem Haus im Grünen, hofft, dass seine Einsamkeit bald ein Ende hat! („Kronenzeitung“ 9.09.2005).

Österreichische Frauen geben in Kontaktanzeigen wesentlich öfter ihren Beruf an (in 46% der Fälle) als albanische. Dies lässt sich zum einen mit der höheren Berufstätigkeit der Frauen in Österreich erklären, zum anderen aber auch mit dem unterschiedlichen Rollenbewusstsein. Ein eigenes Einkommen wird als die beste Möglichkeit für die Frau gesehen, unabhängig zu sein – ein Konzept, das bei albanischen Frauen zwar immer häufiger anzutreffen ist, sich aber noch nicht wirklich durchgesetzt hat. In Österreich dominiert heute die Überzeugung, dass beide Partner zum Familieneinkommen beitragen sollen. So wirken sie eigenständiger (mit eigenem, Sicherheit garantierendem Beruf) und vermitteln eine stärker außerhäusliche Orientierung und wirtschaftliche Selbstständigkeit.

Der Wunsch nach einem bestimmten Beruf des zukünftigen Partners oder nach materieller Sicherheit in einer Partnerschaft ist in keiner Anzeige anzutreffen. Dies bietet einen wichtigen Hinweis darauf, dass der Beruf in Österreich als Möglichkeit der Selbstverwirklichung wahrgenommen wird, jedoch vom Wunschpartner kein expliziter Arbeitsbereich oder eine bestimmte Einkommensklasse vorgegeben wird. Dies kommt auch sprachlich zum Ausdruck:

55! Aber „leider“ mit dem Herz eines 35-jährigen ausgestattet, träume ich von neuem Glück mit einer liebevollen Partnerin. Bin ein rücksichtsvoller, herzlicher Angestellter aus Baden, gepflegt, flexibel, seit längerem ohne Beziehung. [...] („Kronenzeitung“ 3.09.2005).

Die der Berufsbezeichnung beigefügten sechs (!) Attribute verlagern den inhaltlichen Fokus des Satzes klar auf die Adjektive. Wichtig ist, dass die Person rücksichtsvoll und herzlich ist, während die Angabe seiner Tätigkeit nicht mehr das Kernelement des Satzes ausmacht, sondern klanglich eher die Rolle einer Zusatzinformation einnimmt. Die folgende durchaus repräsentative Anzeige aus Albanien macht deutlich, dass der Inserent vornehmlich mit materiellen Faktoren zu punkten versucht – Bildung und Arbeit fallen in albanischen Inseraten meist in die Kategorie „Fähigkeit zur materiellen Existenzsicherung“:

Ich bin ein Mann aus dem Süden, wohnhaft in Tirana, mit Hochschulbildung, gut situiert, mit PKW und Villa, 176 cm groß, 47 Jahre alt [...] („Intervista“ 3.09.2005).¹⁰

In österreichischen Kontaktanzeigen dient der Beruf tendenziell eher als Beschreibungsmerkmal der Person, da persönliche Selbstverwirklichung als wichtiger Bestandteil der Arbeit empfunden wird. In Albanien dagegen gilt es eher als glücklicher Umstand, überhaupt eine Arbeit zu haben, was in Anzeigen auch entsprechend hervorgehoben wird. Wie interessant oder prestigeträchtig die konkrete Arbeit ist, tritt dabei in den Hintergrund, in der obigen Anzeige wird nicht einmal explizit erwähnt, welcher Tätigkeit der Inserent nachgeht.

Der in österreichischen Anzeigen beobachtete Bedeutungsschwund materieller Werte ist ein Hinweis auf den Wertewandel in den westlichen Gesellschaften. Es kommt eine neue Lebensperspektive zum Ausdruck, die eindeutig durch eine nachlassende Orientierung an Pflicht- und Akzeptanzwerten gekennzeichnet ist (vgl. KRAEMER 1998: 120). Wahrung oder Mehrung des Besitzstandes verlieren ihre Bedeutung als Lebensziel und -inhalt. Dies gilt insbesondere auch für Partnerschaften. Wie bereits im zweiten Kapitel angedeutet, geht hier die Entwicklung von der Versorgungsgemeinschaft zur Gefühlsbeziehung. Inwieweit sich dieser Trend fortsetzen wird bzw. ob er auch einer möglichen Verschlechterung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen im Westen – Stichwort Arbeitsplatzverlust durch Outsourcing und Globalisierung – zu widerstehen vermag, wird sich erst in den kommenden Jahren und Jahrzehnten erweisen.

4.3. Bildung

Die Erwähnung von Bildung oder Studienabschluss ist in den albanischen Kontaktanzeigen häufiger anzutreffen als in den österreichischen. In 13% der von Männern und in 14% der von Frauen verfassten Anzeigen in Albanien äußerten sich die Kontaktsuchenden in irgendeiner Weise zu ihrem eigenen Bildungsstand. Normalerweise beziehen sie sich auf ihre Schulbildung, wie „mit Hochschulabschluss“ (25 Anzeigen), „mit Mittelschulabschluss“ (vier Anzeigen), „Student“ (eine Anzeige). Es folgen dann eher vage Nennungen wie „gebildet“ oder „intellektuell“ (i arsimuar, me kulture, intelektual) so wie auch die Angabe „mit Fremdsprachenkenntnissen“.

Aufschlussreich ist, dass 78% der Angaben zum Bildungsniveau von Männern gemacht wurden, die in Albanien leben, während nur 22% von Emigranten stammten. Das Bildungsniveau der Emigranten ist tendenziell eher niedriger, da insbesondere junge Männer die besseren Erwerbsmöglichkeiten vor eine solide Ausbildung stellen. Auch das weltweit in ärmeren Ländern zu beobachtende Phänomen des „brain drain“ ändert nichts daran, dass die Mehrzahl der in Griechenland und Italien lebenden Gastarbeiter über vergleichsweise geringe Qualifikationen verfügen. Der Bildungsgrad des/der gesuchten Partners/Partnerin spielt anscheinend für die albanischen Frauen und Männer eine größere Rolle, wobei hier für die albanischen Frauen höhere Werte im Vergleich zu den albanischen Männern zu verzeichnen sind. In 6% der

10 [Jam një zotëri nga jugu me shtëpi në Tiranë, me shkollë të lartë, me ekonomi të mirë, me makinë personale e vilë, 1.76 m i gjatë, 47 vjeç (...).]

männlichen und 10% der weiblichen Kontaktsuchenden wird der Wunsch ausgedrückt, eine/n Partner/in „mit Bildung“ (të jetë me shkollë) zu finden. Dabei wurde in allen Anzeigen dieselbe invariante Bezeichnung ohne genauere Angaben verwendet. Ein Motiv dabei mag sein, dass die niedrigere Akademikerquote in Albanien dazu beiträgt, Universitätsabschlüssen ein höheres Prestige zu verleihen.

Ich bin Altin aus Laç, 29 Jahre alt. Möchte ein Mädchen mit Hochschulabschluss kennenlernen („Intervista“ 10.09.2005).¹¹

Ich bin Eda, 29 Jahre alt, mit Hochschulabschluss, 1.78 groß, sympatisch und ehrlich. Suche eine Beziehung mit einem Mann im Alter von 30–35, nur für ernsthafte Heiratsabsichten. Er soll einen Hochschulabschluss haben, intelligent und ehrlich sein („Intervista“ 3.09.2005).¹²

In Zeiten der Massenuniversität in Österreich hat ein Maturaabschluss oder selbst ein Studium nicht den gleichen Stellenwert, wie dies in Albanien der Fall ist. Bei der Partnerbeschreibung in Österreich spielt die Kategorie „Bildung“ kaum eine Rolle. Es werden also keine PartnerInnen mit expliziten Angaben bezüglich bestimmter Bildung gefordert. Für die eigene Beschreibung nehmen die InserentInnen fast ausschließlich Bezug auf ihre Universitätsbildung: „Akademiker/in“ (1 Mann, 2 Frauen), „Studentin“ (1 Frau), „Frau Magistra“ (1 Frau). Dazu gehören auch Bezeichnungen „niveauvoll“ (4 Männer), „gebildet“ (3 Frauen), „Maturaniveau“ (1 Mann).

VIELLEICHT bin ich es, der Deine Zukunftsträume erfüllt! Martin; 34/185 (Maturaniveau) sportlich, unternehmungsfreudig, aufmerksam, gefühlvoll und kinderlieb („Kronenzeitung“ 2.09.2005).

HARALD, 38-jähriger, leitender Angestellter, charmant, niveauvoll, sucht viel mehr als eine Affäre! („Kronenzeitung“ 19.09.2005).

Allerdings muss auch die Medienlandschaft in Österreich in die Betrachtung mit einbezogen werden. Die große Anzahl an österreichischen Zeitungen, die Partneranzeigen drucken, erlaubt bereits bei der Wahl des Mediums eine gewisse Selektion der Zielgruppe. Wer im „Standard“ oder der „Presse“ inseriert, kann tendenziell mit einer durchwegs gebildeteren Leserschaft rechnen als bei der „Krone“ oder in diversen Gratisblättern. Die österreichische Auflagenkontrolle bringt zwar auch bei der Leserschaft der Boulevardblätter interessante Aspekte zu Tage. Die „Kronenzeitung“ hat beispielsweise insgesamt mehr Leser der A- und der B-Schicht als „Presse“ und „Standard“ zusammen, allerdings dürfte das Prestige und die größere Homogenität der Leserschaft der beiden letztgenannten Medien dazu führen, dass Inserenten, die PartnerInnen aus höheren Bildungsschichten wünschen, renommierten Qualitätszeitungen den Vorzug geben. Mit anderen Worten: Die seltenere Nennung des Bildungsniveaus beim Wunschartner deutet darauf hin, dass Matura und Universitäts-

11 [Jam Altini nga Laçi 29 vjeç, 1.68 i gjatë, kërkoi të njihem me një vajzë tëjetë me shkollë të lartë.]

12 [Jam Eda 29 vjeçe, kam mbaruar studimet e larta, jam 1.78 e gjatë, simpatike. Dua të lidhem me një djalë 30–35 vjeç vetëm për qëllime serioze martesore. Djali të jetë me shkollë të lartë inteligjent dhe i sinqertë.]

abschlüsse in Österreich weniger prestigeträchtig sind als in Albanien, allerdings fehlen aufgrund der großen Unterschiede in der Medienlandschaft exakte Vergleichsmöglichkeiten.

4.4. Geographische Herkunft und Wohnort

Ein Charakteristikum albanischer Kontaktanzeigen ist die häufige Angabe der Herkunftsregion und der explizite Wunsch nach der gleichen Herkunft der/des zukünftigen Partners/Partnerin. 56% der albanischen Männer und 56% der Frauen teilen ihre geographische Herkunft mit. Die Mehrheit der InserentInnen kommt aus Südalbanien, gefolgt von einer relativ gleichmäßigen Verteilung aus der Hauptstadt bzw. aus Nord- oder Mittelalbanien. Eine Vermutung dafür könnte dahin gehen, dass die sozialen verbindlichen Normen in Südalbanien nicht so konservativ wie in Nord- und Mittelalbanien sind. Dass in Tirana gleich niedrige Werte zu verzeichnen sind, mag daran liegen, dass die Hauptstadt einerseits eine größere Wohnbevölkerung hat und andererseits dort mehr Kontaktmöglichkeiten bestehen als in den kleineren Städten oder Dörfern Albanien.

Ein gleicher Prozentsatz von 26% der Männer und Frauen in Albanien geben Angaben bezüglich räumlicher Komponenten. Von ihnen hätten 67% der Männer und 60% der Frauen lieber eine/n Partner/in mit gleicher geographischer Herkunft. 33% der männlichen und 17% der weiblichen Inserenten wünschten sich eine/n Partner/in aus dem gleichen Wohnort.

Ich bin Ylli aus Vlora und suche für Heiratsabsichten eine Frau aus Vlora oder Umgebung. Sie soll gute Umgangsformen haben, seriös und gebildet sein („Intervista“ 10.09.2005).¹³

Der niedrige Wert bei den Frauen mag ihre höhere Mobilität als Grund haben, indem sie dem Stereotyp entsprechend eher die Bereitschaft zeigen, sich nach dem Partner zu richten und gegebenenfalls umzuziehen. 23% der Frauen, die dementsprechende Angaben machen, wünschen sich einen Partner im Ausland, wohingegen ein solcher Wunsch in keiner männlichen Anzeige anzutreffen ist. Das ist auch ein Beweis für die starken Migrationsbewegungen unter der albanischen Bevölkerung (siehe Kapitel 4.1.).

Aus den oben angeführten Informationen wird der große Einfluss der Nähe des Wohnorts auf die Partnerwahl ersichtlich. Das könnte mit der Ortszentriertheit der albanischen Kultur zusammenhängen, die aufgrund der spät stattgefundenen Steigerung der Mobilität der breiten Bevölkerung zu erklären sei.

In den österreichischen Kontaktanzeigen machen nur eine vernachlässigbare Anzahl der Männer (zwei Anzeigen) und Frauen (drei Anzeigen) Angaben über ihre geographische Herkunft. Herkunftsangaben in Bezug auf den Wunschpartner sind überhaupt nicht anzutreffen.

13 [Jam Ylli nga Vlora, kërkohet për martesë një grua nga Vlora apo afër saj, por të jetë e sjellshme, e edukuar, serioze dhe për ndihmë ekonomike.]

4.5. Familienstand

Bei der Untersuchung dieser Kategorie geht es um die Frage, inwieweit sich InserentInnen als „ledig“, „verwitwet“, oder „geschieden“ beschreiben. Mit welchen Konnotationen werden diese Kategorien in beiden Ländern verbunden und welche Geschlechtsunterschiede weisen sie auf?

In Österreich sind Angaben zum Familienstand bzw. zu früheren Ehen signifikant seltener anzutreffen als in Albanien. Doch nicht nur das: In albanischen Anzeigen machen 54% der geschiedenen Frauen und 9% der geschiedenen Männer auch noch rechtfertigende Bemerkungen zur Vergangenheit der eigenen Person von der Art „schuldlos geschieden“, wobei manchmal auch konkrete Gründe angeführt werden. Sie beziehen sich meistens auf die fehlende moralische Integrität der/des ehemaligen Ehefrau/-manns.

Ich bin 28 Jahre alt, geschieden, aber das war nicht meine Schuld. Ich suche einen ehrlichen und seriösen Mensch, der mich meine vergangenen Leiden vergessen lässt. Er soll zwischen 38–39 sein. Ich bin 1.60 groß und betone es, nur für ernsthafte Absichten. („Intervista“ 10.09.2005).¹⁴

Ich heiße Remzi Kurti und wohne seit 40 Jahren in Rrëshen. Ich bin 60 Jahre alt und möchte ein Familienleben führen. Ich hatte eine Frau, die keinen guten Charakter hatte, deswegen habe ich mich von ihr scheiden lassen. Jetzt wohne ich alleine, bin ein ehrlicher Mensch. Wenn es eine Frau gibt, die bis zum Lebensende mit mir leben möchte, kontaktiere mich unter XXXX („Intervista“ 3.09.2005).¹⁵

Aus dem Scheitern einer Beziehung bzw. Ehe folgt in Albanien offensichtlich eine gesellschaftliche Stigmatisierung als „nicht familienfähig“. Darauf deuten Ausdrucksweisen in den albanischen Anzeigen hin, die sich besonders auf Geschiedene beziehen. Die Betonung der eigenen Unschuld am Scheitern der vorangegangenen Ehe sowie die Unterstreichung der persönlichen Integrität sollen einer Vorverurteilung durch den Leser entgegenwirken und die Chancen erhöhen, trotz einer Scheidung einen neuen Partner zu finden. Der große Unterschied zwischen Männern und Frauen bei der Häufigkeit dieser „Rechtfertigungen“ ist ein Indiz dafür, dass die Stigmatisierung bei Frauen im Fall einer Scheidung deutlich höher ist als bei Männern. Warum „outen“ sich geschiedene Frauen überhaupt und geben überdurchschnittlich oft eine Partneranzeige auf? Auch hier ist die gesellschaftliche Vorverurteilung der wichtigste Grund; Zeitungsannoncen mögen Frauen nach einer Scheidung sozusagen die „letzte Chance“ bieten, überhaupt einen Partner zu finden. Andererseits ist es notwendig, gleich von vornherein das Faktum der Scheidung zu erwähnen, um nicht Gefahr zu laufen, später aufgrund dieses Umstands von einem potenziellen

14 [Jam 28 vjeçe e divorcuar jo për fajin tim, kërktoj nje njeri të sinqertë dhe serioz që të harroj vuajtjet që kam kaluar sadopak. Të jetë i moshes 38–39 vjeç. Jam 1.60 e gjatë e theksoj vetëm për qëllime serioze.]

15 [Jam Remzi Kurti banoj në Rrëshen prej 40 vjetësh. Jam 60 vjeç. Dëshiroj të bëj jetë familjare. Kam pasur një grua e cila kishte karakter jo të mirë, prandaj dhe u ndava me të. Tani jetoj vetëm, jam shumë i sinqertë. Nëse ka ndonjë zon-jë që dëshiron të jetoj me mua deri në fund të jetës, dhe e cila është serioze, të më telefonoj nëkëtë nr. XXXX.]

Partner zurückgewiesen zu werden. Das albanische Wertesystem wird auch bei Anzeigen deutlich, in denen insbesondere bei Frauen explizit auf die Jungfräulichkeit bzw. sexuelle Unerfahrenheit (5%) der Person in Angaben wie „ohne frühere Liebesgeschichten“ („pa histori dashurie“) verwiesen wird. In österreichischen Anzeigen findet man keinerlei entsprechende Hinweise und sie würden auch konservativ bis absurd und auch ungläubwürdig klingen.

Der Familienstand wird in Österreich deutlich seltener erwähnt als in Albanien und rechtfertigende Bemerkungen über die Schuld an einer etwaigen Scheidung sind überhaupt nicht anzutreffen. Scheidungen sind in westlichen Staaten mittlerweile so häufig, dass sie ihr früheres Stigma verloren haben. Wer auf der Suche nach einer Beziehung ist, gibt nur selten an, ob er/sie Junggeselle oder geschieden ist, da dies auf dem österreichischen „Singlemarkt“ von geringer Bedeutung ist. Ein wenig anders sieht es aus, wenn Kinder in eine neue Verbindung mitgebracht werden. Das Faktum, dass die Zahl derer, die sich als Alleinerziehende identifizieren, vergleichsweise hoch ist, deutet eher darauf hin, dass die InserentInnen von Anfang an klare Verhältnisse schaffen wollen. Ein Kind aus einer vorhergehenden Beziehung/Ehe soll nicht beim ersten Treffen als Vorwand dienen können, einen potenziellen Partner zurückzuweisen.

MIT 35 schon Witwe! **BARBARA**, warmherzig, liebenswert, finanziell unabhängig, mit zwei entzückenden Kindern, hofft auf deinen Anruf („Kronenzeitung“ 5.09.2005).

Du sollst für immer bei uns bleiben! **ROLAND** 35-jähriger, sympathischer, allein erziehender Vati und seine Tochter, warten auf deinen Anruf! („Kronenzeitung“ 20.09.2005).

4.6. Zur Form der Partnerschaft

In Kontaktanzeigen wird auf unterschiedliche Art und Weise die gewünschte Beziehung (z.B. Ehe, Partnerschaft) angesprochen. Dies hängt vom soziokulturellen Rahmen der InserentInnen ab. In den albanischen Zeitungsannoncen gibt es eine Tendenz, die angestrebte Paarbeziehung mit bestimmten Formulierungen zu konkretisieren, die die künftige Position der potenziellen PartnerInnen definieren sollen. 26% der männlichen Inserenten im Ausland, 21% derer im Inland und 19% der Frauen möchten eine/n Partner/in für eine Beziehung, ohne dabei weitere Angaben zu machen. Ein höherer Prozentsatz möchte einen Mann/eine Frau „für ernsthafte Absichten“ kennen lernen. Diesem Ausdruck mag eine konkrete Definition fehlen, jedoch weisen InserentInnen damit auf die Ernsthaftigkeit ihrer Beziehungswünsche hin, auch wenn sie diese Form der Kontaktsuche ausgewählt haben. Ein nicht geringer Prozentsatz jedoch (4% der Männer im Ausland, 14% der Männer im Inland und 24% der weiblichen Inserenten) bringt explizit ihren Wunsch nach Ehe zum Ausdruck (zum Beispiel „suche zwecks Ehe“ oder „möchte heiraten“). Diesem Wunsch nach einer ernsten Beziehung bzw. einer Ehe steht das schlechte Image von Partneranzeigen gegenüber. Da es sich in Albanien zudem um ein recht neues Phänomen handelt, ist das Risiko von Scherzen und gefälschten Zuschriften höher als beispielsweise in Österreich, wo Kontaktannoncen bereits so etabliert sind, dass sie ihren Neuheitswert längst verloren haben. Um diesen negativen Begleiterscheinungen ent-

gegenzuwirken, sind die albanischen Kontaktanzeigen oft mit der Zusicherung von Diskretion verbunden: „nur ernst gemeinte Zuschriften“, und das mehr bei Frauen als bei Männern. Damit soll Frauen der für sie besonders schwierige Schritt erleichtert werden, sich als „suchend“ zu outen.

Ich bin 28 Jahre alt, geschieden, aber das war nicht meine Schuld. Ich suche einen ehrlichen und seriösen Mensch, der mich meine vergangenen Leiden vergessen lässt. Er soll zwischen 38–39 sein. Ich bin 1.60 groß und betone, ich akzeptiere nur Zuschriften mit ernsthaften Absichten („Intervista“ 10.09.2005).¹⁶

Ich bin Anja, 44 Jahre alt, mit ordentlichem Aussehen und guten Charaktereigenschaften, korrekt und ehrlich. Möchte einen gutherzigen Mensch nur mit Heiratsabsicht kennen lernen („Intervista“ 3.09.2005).¹⁷

Ich bin 51 Jahre als, aus dem Süden, Fahrer von Beruf, gut aussehend, ohne Laster und suche eine Frau zum Heiraten, Kinder sind willkommen („Intervista“ 3.09.2005).¹⁸

Eine ähnliche Datenauswertung in Bezug auf Partnerschaftsbenennungen lässt sich für die österreichischen Kontaktanzeigen kaum durchführen. Hier sind mehr oder weniger ausführliche Kurzcharakterisierungen der angestrebten Partnerschaft zu finden, die wegen ihrer Variationen eine klare Einteilung nicht ermöglichen. Das Bedürfnis nach emotionaler Bindung und Selbstverwirklichung kommt deutlich zum Ausdruck:

„(beständiges) Glück zu zweit“, „Sehnsucht nach Gefühlen“, „Sehnsucht nach dauerhafter Partnerschaft“, „möchte Familie gründen“, „würde gerne mein Herz schenken (am besten für immer)“, „möchte mich verlieben“, „sehnt sich nach Freund“, „möchte mein Singledasein aufgeben“, „suche meine Lebensfrau“, „möchte für immer an deiner Seite sein“, „möchte dich näher kennen lernen“, „möchte einen Freund zum Alleserleben“, „suche mehr als eine Affäre“, „suche Frau für Freizeitgestaltung und vielleicht mehr“, „wir könnten gemeinsam viel unternehmen“, „dem ‚Richtigen‘ in die Augen schauen“ usw.

Wie als Folge des westlichen Wertewandels nicht anders zu erwarten, lässt sich hinsichtlich Ehe und Ehwunsch ein gravierender Unterschied zu den albanischen Kontaktanzeigen feststellen. Die Perspektive der Ehe in Form eines explizit ausgedrückten Ehwunsches ist in keinen der von mir untersuchten österreichischen Annoncen anzutreffen. Dieses Abrücken vom bloßen Ehwunsch in Österreich korrespondiert mit einer stärkeren Orientierung auf eine Partnerschaft. Wie die oben angeführten Formulierungen belegen, wird einer differenzierteren Charakterisierung der Partnerschaft eine größere Bedeutung als in Albanien beigemessen. Diese Tendenz ließe sich folgendermaßen erklären. Zentral für eine Paarbeziehung in Österreich ist mittler-

16 [Jam 28 vjeçe e divorcuar jo për fajin tim, kërkoj nje njeri të sinqertë dhe serioz që të harroj vuajtjet që kam kaluar sadopak. Të jetë i moshes 38–39 vjeç. Jam 1.60 e gjatë e theksoj, pranoj kerkesa vetëm për qëllime serioze.]

17 [Jam Anja 44 vjeçe e rregullt në të gjitha drejtimet, me paraqitje të mirë, korrekte e sinqertë. Dëshiroj te njihem me nje njeri të mirë vetëm për martesë.]

18 [Jam 51 vjeç nga jugu me profesion shofer, shumë i mbajtur, larg çdo vesi të keq. Kërkoj për martesë një grua qoftë dhe me fëmijë.]

weile die Qualität der Partnerschaft; Angaben hierzu nehmen auch innerhalb einer Anzeige großen Raum ein. Erst wenn sich eine Partnerschaft über einen längeren Zeitraum den Vorstellungen gemäß gestaltet, wird gegebenenfalls eine Heirat erwogen (vgl. KRAEMER 1998: 196). Ehe als Selbstzweck ist also kein Ziel mehr an sich, während sich in Albanien eine dauerhafte Beziehung immer noch nur innerhalb der Ehe konstituieren lässt. Allerdings existieren hier nicht nur länderspezifische Stereotypen, sondern auch geschlechtsspezifische in den jeweiligen Ländern.

Während in Österreich bei beiden Geschlechtern üblicherweise kein Ehwunsch mehr formuliert wird, ist der Wunsch nach einer „ernsthaften Beziehung“ in Albanien geschlechtsspezifisch unterschiedlich. Frauen äußern diesen öfter als Männer. Besonders wenn es um „ernsthafte Absichten“ oder Heirat geht, liegen ihre Prozentwerte eindeutig höher als die der Männer. Ursache dafür mag einerseits die tendenziell stärkere Emotionalisierung von Beziehungen bei Frauen sein, darüber hinaus aber auch die strengeren Maßstäbe, die die Gesellschaft Frauen auferlegt. Männer können es sich auch in Albanien eher erlauben, voreheliche Beziehungen zu führen, während bei Frauen in solchen Fällen relativ rasch die moralische Integrität in Zweifel gesetzt wird. Albanische Männer im Ausland machen seltener Angaben bezüglich eines Ehwunsches als Männer im Inland. Dies mag mit dem niedrigeren Alter der Emigranten in Zusammenhang stehen, sodass eine Ehe noch nicht konkret in Betracht gezogen wird (vgl. Kap. 4.1.). Eine Beeinflussung durch die im Westen verbreitete Zurückhaltung hinsichtlich einer Eheschließung lässt sich zumindest aus den bislang angestellten soziologischen Untersuchungen nicht ablesen.

4.7. Partnerschaftsrelevante Charaktereigenschaften

In der Kategorie „Partnerschaftsrelevante Charaktereigenschaften“ werden jene Attribute erfasst, die die Persönlichkeit sowohl im weitesten Sinne des Wortes als auch im Hinblick auf eine zukünftige Partnerschaft charakterisieren. Es ist interessant hier zu vergleichen, welche Attribute die InserentInnen beider Kulturen anführen, was sie bei der/dem potenziellen Partner/in erwarten und woran sich diese Werte orientieren. Wird die Vermutung bestätigt werden, dass sich albanische Inserierende stärker an traditionellen Werten orientieren, die Eigenschaften der österreichischen Kontaktsuchenden dagegen eher von Selbstentfaltungswerten geprägt sind?

Eine Untersuchung dieser Kategorie ergibt insbesondere für den Kulturvergleich interessante Ergebnisse. Während in Österreich für die Mehrheit der InserentInnen partnerschaftsrelevante Angaben bei der Selbstbeschreibung vorliegen (76% der Frauen und 71% der Männer), sind diese Werte in Albanien besonders bei den männlichen Anzeigen relativ niedrig (nur 20%). Albanische Frauen hingegen entwerfen häufiger als albanische Männer sowohl von der eigenen Person als auch von der Persönlichkeit des Partners ein (Wunsch-)Bild. Die Geschlechtsunterschiede sind also bei den albanischen Inserierenden ausgeprägter, wobei sich die Werte in Österreich für Männer und Frauen relativ in der gleichen Größenordnung bewegen.

Welche konkreten Vorstellungen hinter diesen überblicksartig dargestellten Tendenzen stehen, soll eine detailliertere Analyse der abgegebenen Bezeichnungen darlegen. Die Vielzahl von Attributen zur Charakterisierung einer Persönlichkeit, sei es nun der/des Inserierenden oder der/des gewünschten Partnerin/Partners, wurde

unter Berücksichtigung von traditionellen und nicht traditionellen Eigenschaften analysiert. Diese Kategorisierung erfolgte aufgrund einer einhergehenden Durchsicht des empirischen Materials, war aber auch von den in der Einleitung behandelten Annahmen in Bezug auf Pflicht- und Akzeptanzwerte als Kennzeichen traditioneller Gesellschaften einerseits und Selbstentfaltungswerte durch Individualisierungsprozesse andererseits geprägt (vgl. KLAGES 1984: 39ff.).

Bei den dargestellten Ergebnissen fällt auf, dass in den albanischen Kontaktanzeigen Angaben kodiert werden, die mehr Wert auf „traditionelle Eigenschaften“ legen, in denen Pflicht- und Akzeptanzwerte durchscheinen wie Häuslichkeit, Sittlichkeit etc. („ehrllich“, „mit gutem Charakter“, „ohne Laster“, „fleißig“, „warmherzig“, „seriös“, „treu“, „aus gutem Haus“ usw.). Es handelt sich also um Tugenden, die besonders in traditionellen Gesellschaften geschätzt werden. Hinweise auf Moral und Ehrenhaftigkeit erscheinen hier immer noch erwähnenswert.

Andererseits ist aus den österreichischen Anzeigen abzulesen, dass sie mehr von „nicht traditionellen Eigenschaften“ geprägt sind. Zu denen gehören Angaben wie „zärtlich“, „lieb“, „natürlich“, „sympathisch“, „romantisch“, „einfühlsam“, „anschmiegsam“. Sie alle deuten in Richtung Gefühlsbetonung, Empfindsamkeit, Selbstentfaltungswerte und zielen im Gegensatz zu „traditionellen Eigenschaften“ weniger auf geachtete Tugendwerte ab. Vielmehr kennzeichnen sie Aspekte der Persönlichkeit, die für Dauer und Innigkeit einer Partnerschaft von zentralem Stellenwert sind. So verschwinden in Österreich Hinweise auf die charakterliche Beschaffenheit einer Person, die sich in den albanischen Kontaktanzeigen in Ausdrücken wie „mit gutem Charakter“ manifestieren. Stattdessen sind am häufigsten Ausdrücke wie „verlässlich“, „rücksichtsvoll“, „aufmerksam“ gebräuchlich. Es kommt also in Österreich nicht mehr darauf an, Charakterfestigkeit, sondern die eigene Zuverlässigkeit anzudeuten, eine – offensichtlich nach wie vor als unerlässlich empfundene – Grundausstattung mit Tugenden, die Sicherheit verspricht.

Eine interessante Beobachtung gilt auch dem Ausdruck, der auf „Ehrlichkeit“ hinweist, der den ersten Platz bei den albanischen Partnersuchenden sowohl in der Selbst- als auch in der Partnerbeschreibung einnimmt. Dieser Stellenwert ist in den österreichischen Anzeigen nicht zu erkennen. Diese Erscheinung hängt möglicherweise mit dem Wandel des Bedeutungsgehalts von „Ehrlichkeit“ zusammen. Es werden kulturspezifisch andere Konnotationen verbunden, je nachdem, auf welcher Seite des Wertespektrums der Ausdruck angesiedelt ist: ob auf der Seite der Pflicht- und Akzeptanzwerte oder auf jener der Selbstentfaltungswerte (vgl. KLAGES 1984: 78). Im einen Fall bedeutet Ehrlichkeit, nicht zu lügen, zugleich aber auch verlässlich zu sein. Im anderen Fall meint Ehrlichkeit, sich unverstellt als derjenige zu geben, der man ist. Welcher Bedeutungsgehalt dem Ausdruck „ehrllich“ in Anzeigen zu Eigen ist, lässt sich isoliert vom Kontext nicht ermitteln. Jedoch gehe ich vor dem Hintergrund der beiden Kulturen und deren Entwicklungen davon aus, dass die Konnotation mit dem Primat von Pflicht- und Akzeptanzwerten in Albanien bzw. im Falle Österreichs von Selbstentfaltungswerten korreliert. Der Umstand, dass in österreichischen Anzeigen nicht extra hervorgehoben wird, dass man einen Partner sucht, der einen nicht belügt und hintergeht, ist eher darauf zurückzuführen, dass dies bereits als selbstverständlich angenommen wird, nicht, dass dieser Form der Ehrlichkeit an sich weniger Bedeutung beigemessen wird. Im Gegenteil: Studien des Allensbacher Insti-

tuts für Demoskopie im Jahr 2000 zu den idealen Eigenschaften einer Frau/eines Mannes zeigen ebenfalls, dass Ehrlichkeit im deutschsprachigen Raum sich als grundlegende Eigenschaft identifizieren lässt (vgl. DÖGE/VOLZ 2002: 41).

Die Darstellung der charakterlichen Wunschvorstellungen der/des künftigen Partnerin/Partners korreliert statistisch (insbesondere in den von albanischen Frauen geschalteten Kontaktanzeigen) mit den Angaben bei der Selbstbeschreibung. Für die albanischen InserentInnen scheint es wichtig zu sein, eine/n Partner/in zu bekommen, die/der sich durch bestimmte Pflicht- und Akzeptanzwerte auszeichnet, während Letztere in Österreich auf dem Rückzug sind. Geschlechterstereotypen treten in Albanien deutlicher als in Österreich hervor. So möchten albanische Männer eine Partnerin, die „ehrlich“, „seriös“, „moralisch“ und „häuslich“ ist. Frauen suchen dagegen zumeist einen „ehrlichen“, „aus einer guten Familie kommenden“, „korrekten“ Mann, der „nicht eifersüchtig“ ist, „keine Laster“ hat und „nicht nur nach Abenteuern sucht“.

Diese Tendenz ist bei den österreichischen Partnersuchenden nicht zu erkennen. Sie suchen weniger PartnerInnen mit traditionellen Eigenschaften. Wie bereits erwähnt, beinhalten derartige Merkmale Beziehungsaspekte, die bei den weiblichen Anzeigen stärker ausgeprägt sind, was wiederum Bestandteil des weiblichen Geschlechtsstereotyps ist.

MARTIN – ein gut aussehender, sympathischer Unternehmer, 41/182, schlank, sportlich, zuverlässig, charmant und gefühlvoll, sucht eine zärtliche Partnerin für ein dauerhaftes Glück („Kronenzeitung“ 10.09.2005).

FÜR eine lebendige, innige Beziehung sucht – „Sylvia“; 41, im Pflegebereich tätig, hübsch, warmherzig, einfühlsam, häuslich – einen netten Partner mit Gefühl und sonnigem Gemüt („Kronenzeitung“ 20.09.2005).

Insgesamt lässt die skizzierte Darstellung folgendes Resümee zu: Bei den albanischen Kontaktanzeigen herrschen überwiegend Moralvorstellungen und Tugenden vor, während es in den österreichischen mehr auf die Charakterisierung der Persönlichkeit auf der Gefühlsebene ankommt. Individuelles Sein und Beziehungswirkung statt Tugend-Konformität sind vermehrt gefragt. Bei traditionellen Eigenschaften dominiert also das statische Element der charakterlichen Konstitution, bei den modernen Eigenschaften das aktive Element des Wunsches nach Gestaltung (vgl. KRAEMER 1998: 189).

4.8. Lebenseinstellung: Interessen, Freizeitgestaltung, Hobbys

Die Kategorie „Lebenseinstellung: Interessen, Freizeitgestaltung, Hobbys“ ist bezüglich der quantitativen Ergebnisse vor allem in interkultureller Perspektive bemerkenswert.

Der Freizeitsektor hat in den westlichen Gesellschaften in den letzten Jahrzehnten seine residuale Stellung gegenüber der Arbeit verloren und ist für viele Menschen zu einem zentralen Lebensbereich geworden. Die Tendenz zur Selbstentfaltung, zum Genuss und Individualismus hat zu einer Vielzahl von individuellen Wertekombinationen geführt (vgl. auch Kapitel 4.7.). Oft wird dieser Trend auch als eine Entwicklung von der Leistungsorientierung hin zum Hedonismus umschrieben. Also nicht

nur mehr Freizeit und Geld ist ausschlaggebend für die beträchtliche Bedeutungszunahme von Interessen/Freizeitaktivitäten/Hobbys bei der Partnerwahl, sondern auch eine grundsätzlich andere Auffassung von Freizeit und ihrer Bedeutung im Hinblick auf Partnerschaft (vgl. KRAEMER 1998: 148). Man möchte die Freizeit gemeinsam gestalten und erleben, deswegen sind ähnliche Interessen der PartnerInnen erforderlich. Dieses Bedürfnis nach gleichartigen Interessen kommt in den Angaben bei der Selbstbeschreibung und in dem Wunsch nach „gemeinsamen Aktivitäten“ zum Ausdruck. 36% der österreichischen Männer und 23% der Frauen machen in der Selbstdarstellung mindestens eine Angabe in Bezug auf ihre Interessen oder darauf, was sie gerne in ihrer Freizeit unternehmen. Die Werte bei der Partnerbeschreibung sind jedoch deutlich niedriger als bei der Selbstbeschreibung (wie ohnehin zur Partnerdarstellung im Allgemeinen weniger Angaben gemacht werden). Vielfach drücken Angaben bei der Selbstdarstellung aber auch implizit aus, dass die potenziellen PartnerInnen entweder gleichartige Interessen haben oder zumindest die des/der Inserierenden akzeptieren sollten. Eine ausdrückliche Erwähnung scheint sich für viele InserentInnen daher zu erübrigen.

VIELLEICHT bin ich es, der Deine Zukunftsträume erfüllt! Martin; 34/185 (Maturaniveau) sportlich, unternehmungsfreudig, aufmerksam, gefühlvoll und kinderlieb („Kronenzeitung“ 2.09.2005).

WITWE 72 mit Auto und Dackel, agil, sehr am täglichen Leben interessiert, wünscht sich einen gepflegten Freund für Theater, Ausflüge sowie nette Abende zu Hause („Kronenzeitung“ 3.09.2005).

Der Wunsch nach gemeinsam ausgeübten Freizeitaktivitäten ist entweder allgemein formuliert („gemeinsame Freizeitgestaltung“, „bewegungsfreudig“), genauer ausgedrückt („zum Fortgehen“, „gemeinsam ins Theater gehen“, „begeisterte Hobbyköchin“). Dazu werden unterschiedliche Arten von Aktivitäten erwähnt, wobei „Sport“ (besonders bei den Männern) die Unterkategorie ist, der am meisten Bedeutung zukommt.

Die Kategorie „Interessen/Freizeitgestaltung/Hobbys“ ist für die albanischen Kontaktanzeigen ziemlich bedeutungslos. Eine Hobbybezeichnung ist lediglich bei zwei männlichen Inserenten anzutreffen (merrem me sport „ich treibe Sport“). Die eingeschränkten Selbstentfaltungsmöglichkeiten in Albanien bewirken, dass diese postmaterialistischen Werte – so charakteristisch für den westlichen Raum – eindeutig in den Hintergrund treten.

4.9. Äußere Eigenschaften

Das äußere Erscheinungsbild spielt bei den unterschiedlichsten Arten zwischenmenschlicher und vor allem zwischengeschlechtlicher Interaktionen eine sehr große Rolle. Gut aussehende Personen, insbesondere gut aussehende Frauen sind dabei im Vorteil, denn vielfach werden mit Schönheit positive Eigenschaften assoziiert. Deswegen machen InserentInnen Hinweise zu ihrem Aussehen, mit denen sie ihre körperliche Attraktivität darzustellen versuchen. Auffallend ist hier der Kulturunterschied. Österreichische Inserierende beschreiben ihr äußeres Erscheinungsbild (so wie die Charaktereigenschaften) wesentlich stärker. Auf der anderen Seite nennen

albanische Männer „exakte Angaben“ wie die Körpergröße häufiger als andere Merkmale zur Attraktivität. Dies ist bei den österreichischen Inserenten nicht so häufig anzutreffen. Angaben zur Attraktivität werden öfter als Angaben zur Körpergröße gemacht. Zur Erklärung dieser Unterschiede mag folgende Überlegung dienen. Möglicherweise machen albanische Männer weniger Angaben zu ihrem Äußeren, weil die Beschäftigung mit dem eigenen Aussehen in Albanien mehr zum weiblichen Geschlechtsstereotyp gehört. Größenangaben wirken in dieser Hinsicht unverfänglich, da Männer auf diese Weise konkrete Informationen zu ihrem Aussehen geben können, ohne als eitel oder unmännlich zu erscheinen.

Ich bin ein 20-jähriger aus dem Süden, 1.78 groß. Möchte eine Beziehung mit einem Mädchen zwischen 16–19 („Intervista“ 10.09.2005).¹⁹

Was die Geschlechterunterschiede betrifft, sind bei Frauen Selbstbeschreibungen in beiden Ländern häufiger als bei Männern, in Albanien ist der Unterschied jedoch extrem. Dies gilt auch für die Partnerdarstellung. Albanische Frauen machen im Vergleich zu den männlichen Inserenten häufiger Angaben zu den äußeren Merkmalen ihrer Wunschnpartner als österreichische Frauen. Die Werte der Letzteren liegen in einem sehr niedrigen Bereich, sind also nahezu bedeutungslos.

Ich bin Floresita aus Südalbanien, 1.63 groß, brünett, grüne Augen und gut aussehend. Möchte einen jungen Mann nur für ernsthafte Absichten kennenlernen („Intervista“ 28.09.2005).²⁰

Ein Unterschied zwischen den verschiedensprachigen Kontaktanzeigen ist, dass die Bezeichnungen in den österreichischen Anzeigen reicher sind als in den albanischen. Hier sind lediglich die wiederkehrenden Bezeichnungen wie „gut aussehend“, „hübsch“, „schöner Körper“ zu finden.

KOMM: tanz mit mir auf rosa Wolken! Mario, 22/190, attraktiver Koch, gut situiert, schlank und sportlich, reisebegeistert, musikbegeistert, zukunftsorientiert. („Kronenzeitung“ 3.09.2005).

CARMEN, 27, liebevolle gebürtige Wienerin mit schöner Figur, blonden gewellten langen Haaren u. ganz normalen, fast bescheidenen Ansprüchen, vermisst das wahnsinnige Gefühl „die Hälfte von Zwei“ zu sein („Kronenzeitung“ 9.09.2005).

ROMANTISCHE Zweisamkeit! Was könnte schöner sein? **MARLIES**, 26jährige, bezaubernde, zierliche Büroangestellte, ist viel zu oft allein („Kronenzeitung“ 24.09.2005).

MICHAEL ein netter, gut aussehender „Kerl“ (Facharbeiter, 26) mit breiten Schultern zum Anlehnen, gut aussehend, unternehmungsfreudig, zukunftsorientiert, lieb und aufrecht, möchte Dich kennen lernen. Vielleicht ist er der, den Du schon lange suchst. („Kronenzeitung“ 26.09.2005).

19 [Jam një djalë nga jugu 20 vjeç, 1.78 i gjatë. Dua të lidhem me një vajzë të mqshës 16–19 vjeçe.]

20 [Jam Floresita nga jugu i Shqipërisë. Jam 1.63 e gjatë pak esmere, sy jeshil, brune dhe simpatike. Dua të njihem me një djalë për qëllime serioze.]

5. Schlussbemerkung

Kontaktanzeigen in Albanien und Österreich bieten ein vielfältiges Bild der gegenwärtigen gesellschaftlichen Realitäten in den jeweiligen Ländern. Die thematische Breite und persönliche Gestaltung dieser Texte im deutschsprachigen Raum ist auch ein Indiz dafür, welche Werte in Österreich im Gegensatz zu Albanien vorherrschen. Partnerschaft ist in beiden Ländern von großer Bedeutung, wenn auch teilweise aus unterschiedlichen Gründen. Wenig überraschend zeigte sich dabei, dass in Albanien vor allem auf die materielle Absicherung der zukünftigen Lebensgemeinschaft großer Wert gelegt wird. Im Vergleich der Geschlechter fällt auf, dass Männer in ihren Inseraten häufiger ihre Vermögenswerte zur Geltung bringen. Demgegenüber sind in den österreichischen Anzeigen persönlichkeitsbezogene Angaben stärker in den Vordergrund gerückt. Besonders bei österreichischen Männern lässt sich ein höheres Bedürfnis als bei albanischen Männern feststellen, ihr psychisches Erscheinungsbild darzulegen.

Das Finden des „perfekten Partners“ spielt in Österreich eine größere Rolle als in Albanien, da individuelle Selbstverwirklichung einen höheren Stellenwert im gesellschaftlichen Wertekonsens einnimmt. Die albanischen Kontaktanzeigen weisen auf eine Einstellung hin, die Notwendigkeiten des Lebens zu akzeptieren und es zu bewältigen. Selbstverwirklichung spielt hier nur eine untergeordnete Rolle – wenn auch in Albanien in den letzten 50 Jahren eine zunehmende Individualisierung von partnerschaftlichen Beziehungen stattgefunden hat. In Österreich präsentiert man sich als Person, die ihr Leben bewusst führen, gestalten und dabei Freude erleben möchte. Das ist besonders deutlich an dem großen Stellenwert der Freizeitaktivitäten in österreichischen Inseraten abzulesen, die als wichtiges Element eines dynamisch-abwechslungsreichen Zusammenlebens gewertet werden. Die Präsenz dieses Trends hat auch in Albanien insbesondere bei jungen Menschen zu einer Annäherung, jedoch noch lange nicht zu einer Angleichung der Erwartungshaltungen an eine Partnerschaft an das westliche Vorbild geführt.

Literaturverzeichnis

- CARELLA, Maria; PACE, Robert (2001): „Some Migration Dynamic Specific to Southern Europe: South-North and East-West Axis“. In: *International Migration* 39, Heft 4. 63–100.
- DÖGE, Peter; VOLZ, Rainer (2002): „Wollen Frauen den neuen Mann? Traditionelle Geschlechterbilder als Blockaden von Geschlechterpolitik“. In: Konrad-Adenauer-Stiftung (Hg.): *Zukunftsforum Politik. Broschürenreihe*. Nr. 47. Quelle: http://www.kas.de/db_files/dokumente/zukunftsforum_politik/7_dokument_dok_pdf_1088.pdf, 15.05.2006.
- DOKA, Dhimiter (2003): „Probleme der Außen- und Binnenmigration Albaniens“. In: Peter Jordan et al. (Hg.): *Albanien. Geographie, historische Anthropologie, Geschichte, Kultur, postkommunistische Transformation*. Frankfurt am Main. 43–59.
- GOFFMAN, Erving (2000): *Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag*. 8. Aufl. München [u.a.].
- HÖPFLINGER, François (2005): *Zwischen Ehesakrament und Liebesbeziehung. Zur Geschichte der Ehe in der Schweiz*, 2005, unter <http://www.mypage.bluewin.ch/hoepf/fhtop/fhfamil1a.html>, 18.09.2006

- KASER, Karl (2001): „Familie und Verwandtschaft in Bulgarien. Historische und anthropologische Perspektiven“. In: Ulf Brunnbauer, Karl Kaser (Hg.): *Vom Nutzen der Verwandten. Soziale Netzwerke in Bulgarien. 19. und 20. Jahrhundert*. Wien [u.a.] (= Zur Kunde Südosteuropas II/31). 13–40.
- KLAGES, Helmut (1984): *Wertorientierungen im Wandel. Rückblick, Gegenwartsanalyse, Prognosen*. Frankfurt am Main [u.a.].
- KRAEMER, Monika (1998): *Partnersuche und Partnerschaft im deutsch-französischen Vergleich 1913–1993. Eine empirische Analyse zum Wertewandel anhand von Heirats- und Bekanntschaftsanzeigen*. Münster [u.a.] (= Münchener Beiträge zur Interkulturellen Kommunikation 5).
- NAVE-HERZ, Rosemarie (1988): „Kontinuität und Wandel in der Bedeutung, in der Struktur und Stabilität von Ehe und Familie in der Bundesrepublik Deutschland“. In: Rosemarie Nave-Herz (Hg.): *Wandel und Kontinuität der Familie in der Bundesrepublik Deutschland*. Stuttgart (= Der Mensch als soziales und personales Wesen 8). 61–90.
- RIEMANN, Viola (1999): *Kontaktanzeigen im Wandel der Zeit. Eine Inhaltsanalyse*. Opladen [u.a.] (= Studien zur Kommunikationswissenschaft 43).