

Zur sprachlichen Höflichkeit und ihrer Anwendung auf
Kontaktanzeigen aus deutschsprachigen Online-
Zeitungen

استراتيجيات التآذب اللغوي في إعلانات الزواج
في الصحف الإلكترونية الناطقة بالألمانية

Dr. Noha Mohammed Eldisouki Alzughbi
Teacher of literary - German language department
Faculty of Al-Alsun - Ain Shams university

د. نهى محمد الدسوقي الزغبى
مدرس بقسم اللغة الألمانية
كلية الألسن - جامعة عين شمس

Linguistic Politeness in matrimonial advertisements from German speaking online-newspapers

Summary

This paper focuses on the theory of “Linguistic Politeness” of Brown & Levinson (1978), which is defined as the ways in which language is employed to show awareness of self-image. The main question of this paper has to do with the kinds of positive-face strategies used in selected data of matrimonial advertisements from German speaking online-newspapers. The rationale behind choosing the data in question lies in the cultural and linguistic diversities between the advertisers in both newspapers. This paper aims to find similarities and differences between the strategies of Muslims and non-Muslims. The study shows that the main strategies which all advertisers have used are: “Attend to the hearer's interests and needs” and “Exaggerate interest in interests of hearer”. Moreover, the German advertisers emphasize their physical appearance and protect the image of the partner, while the Muslim advertisers are more conservative about describing the self-image, and they exaggerate their self-image as well.

استراتيجيات التأدب اللغوي في إعلانات الزواج في الصحف الإلكترونية الناطقة بالألمانية

المخلص:

يتناول البحث ظاهرة التأدب اللغوي بوصفها ظاهرة لسانية تواصلية تقوم على اختيار المتحدث لمجموعة من الاستراتيجيات اللغوية بهدف رسم صورة مثالية للذات. ويسعى البحث إلى دراسة إمكانية تطبيق استراتيجيات الوجه الإيجابي عند براون وليفنسون (1978) على مجموعة مختارة من إعلانات الزواج، التي تم انتقاؤها من صحيفتين إلكترونيتين ناطقتين بالألمانية. تنشر إحدى الصحيفتين إعلانات للراغبين في الزواج من غير المسلمين، بينما تعرض الصحيفة الأخرى إعلانات لمسلمين مقيمين في ألمانيا. ويهدف البحث إلى إيجاد أوجه الشبه والاختلاف بين الاستراتيجيات التي يستخدمها ممثلو كل ثقافة على حدة وتأثيرها على طرح صورة الذات وصورة الآخر. وخلص البحث إلى أن جميع المعلنين عن رغبتهم في الزواج من الثقافتين قد قاموا باختيار استراتيجيات تأدبية لغوية، أهمها: "بالغ في عرض اهتماماتك الشخصية وفي تقديرك لذاتك" و "عبر للآخر بوضوح عما تشده". وبينما يسعى الألمان إلى وصف السمات الجسدية للذات وإلى تقدير الآخر، يبدو المسلمون متحفظون في عرض تلك السمات الجسدية، كما أنهم يبالغون في إعلاء صورة الذات.

Zur sprachlichen Höflichkeit und ihrer Anwendung auf Kontaktanzeigen aus deutschsprachigen Online-Zeitungen

Einleitung

„Ein zentrales Handeln aller menschlichen Gemeinschaften stellen Partnersuche und Partnerwahl dar. Medien, vor allem Massenmedien, haben heute einen immer größeren Anteil am Zustandekommen menschlicher Kommunikation, mithin auch am Initiieren des Partnerwahlprozesses“ (Riemann 1999:9). Bei der Kontaktanzeige handelt es sich um eine besondere Textsorte, die vielfältige Funktionen übernimmt. Diese Form des Kontaktes zwischen zwei Personen (Inserent(in) und Wunschpartner(in)) versteht sich im engeren Sinne als ein Versuch zur Partnersuche, im weiteren Sinne jedoch als ein wichtiges Medium zur Selbst- und Partnerdarstellung. Da die Selbst- und Partnerdarstellung zwei bedeutende Komponenten in der Höflichkeitsforschung sind, befasst sich die vorliegende Arbeit mit der Betrachtung der Textsorte „Kontaktanzeige“ aus einem neuen Blickwinkel heraus, und zwar aus dem Blickwinkel der Anwendungsmöglichkeit der Höflichkeitsstrategien von Brown/Levinson (1987) in den zu untersuchenden Anzeigen. Da in einer kleinen Forschung nicht möglich ist, alle Strategien der sprachlichen Höflichkeit zu analysieren, fokussiert der vorliegende Beitrag auf die wichtigsten Strategien, die sich in großem Umfang in den meisten Anzeigen manifestieren und in enger Beziehung zu der Selbst- und Partnerdarstellung stehen. In weiteren Forschungen können die anderen Strategien ausführlich analysiert werden.

Die sprachliche Höflichkeit ist an erster Stelle eine interaktive Theorie, die einen direkten Kontakt zwischen den Kommunikationspartnern bedingt und dem Face-Konzept bzw. dem Konzept der Selbst- und Partnerdarstellung zugrunde liegt. Ziel des Beitrags ist es, herauszufinden, inwiefern die Anwendung der Strategien der positiven Höflichkeit auf die besondere Textsorte „Kontaktanzeige“, in der der Kontakt indirekt hergestellt wird und keine „Face-to-face-Kommunikation“ stattfindet, möglich ist.

Die vorliegende Forschung versteht sich als eine kontrastive Studie, die sich mit einer deskriptiven Analyse ausgewählter Kontaktanzeigen aus der deutschen Online-Zeitung „**Zeit online**“ und der in Berlin erscheinenden deutschsprachigen Online-Zeitung „**Islamische Zeitung**“ beschäftigt. Anhand der Analyse soll die Arbeit befriedigende Antworten auf folgende Fragen finden:

- Welche Strategien der positiven Höflichkeit werden im jeweiligen Typ von Kontaktanzeigen angewandt?
- Welchen Einfluss üben Faktoren wie die Kultur, die Religion und das Geschlecht der Inserenten auf die Wahl dieser Strategien der positiven Höflichkeit sowie auf die Art und Weise der Selbst- und Partnerdarstellung aus?
- Welche Gemeinsamkeiten und Unterschiede sind zwischen den Kontaktanzeigen der deutschen InserentInnen und den Anzeigen der muslimischen InserentInnen im Hinblick auf die angewandten Strategien der positiven Höflichkeit feststellbar?

Das Arbeitskorpus bilden circa 20 Anzeigen aus jeder Online-Zeitung. Es handelt sich hierbei um die jeweils aktuellen Kontaktinserate der Monate Juni und Juli 2019, die mittlerweile auf beiden Portalen nicht mehr abrufbar sind. Aus Aktualitätsgründen sind sie auf den Online-Plattformen in der Regel für kurze Zeit verfügbar und werden dann automatisch von der Webseite gelöscht. Zur besseren Übersicht werden die ausgewählten zu analysierenden Anzeigen daher im Anhang nummeriert und vorgestellt. Die Abkürzung (ZO) steht dabei für die deutsche Zeitung „Zeit Online“, wohingegen die Abkürzung (IZ) für die „Islamische Zeitung“ verwendet wird.

Darüber hinaus sprechen diese ausgewählten Anzeigen zwei verschiedene Zielgruppen an, repräsentieren zwei Kulturen und markieren interkulturelle Vielfalt. Es handelt sich nicht nur um die Anzeigen eines bestimmten Geschlechts, sondern vielmehr um die Anzeigen von Männern, die Frauen suchen und umgekehrt. Außerdem sind die deutschen Anzeigen von deutschen Inserenten an eine deutsche Zielgruppe gerichtet, wobei sich die Anzeigen der Inserenten in der islamischen Zeitung von Muslimen mit arabischem Hintergrund oder von

konvertierten Muslimen an die muslimischen Gemeinden in Deutschland wenden. Diese sprachliche und interkulturelle Vielfalt spielt eine entscheidende Rolle bei der Selbst- und Partnerdarstellung sowie bei der Anwendung der sprachlichen Höflichkeit.

Die Arbeit gliedert sich in zwei Teile: einen theoretischen und einen praktischen Teil. Im theoretischen Teil wird zunächst ein Blick auf die Definition, die Funktionen sowie die sprachlichen, inhaltlichen und interkulturellen Merkmale der Textsorte „Kontaktanzeigen“ geworfen. Darüber hinaus wird auf die Strategien der sprachlichen Höflichkeit von Brown/Levinson (1987) im Hinblick auf die Strategien der Selbst- und Partnerdarstellung eingegangen. Der praktische Teil befasst sich schließlich mit der Realisierung der Strategien der positiven Höflichkeit in den ausgewählten Kontaktanzeigen. Danach werden die Analyseergebnisse vorgestellt.

I. Theoretischer Teil

Kontaktanzeige als Textsorte

Zur Analyse von Kontaktanzeigen gibt es ausreichende Literatur, speziell auch für die Thematik der Textsortenanalyse. In den bisherigen Forschungen erweckten die Heirats- und Kontaktanzeigen das Interesse der Forscher nicht nur aus rein sprachwissenschaftlicher Sicht (vgl. Stolt / Trost 1976). Vielmehr werden sie auch als Analyseobjekt weiterer Fachgebiete wie Soziologie, Psychologie, Medienwissenschaft sowie Pragma- und Textlinguistik untersucht (vgl. Eckkrammer 1999, Rutkowski 2003, Riemann 1999, Bachmann-Stein, 2011, Sibylle von Tiedemann 2012, Sava 2015, Peštová 2010 und Gerke M.A. 2012). Darüber hinaus spielte der kulturvergleichende Faktor eine entscheidende Rolle bei der Analyse der deutschsprachigen Kontaktanzeigen im Vergleich zu den litauischen Anzeigen (Morkūnienė 2007), zu den finnischen Anzeigen (Rinne kangas 2013) und zu den romanischen Anzeigen (Sava 2015). In diesen Untersuchungen umfasst das Arbeitskorpus Kontaktanzeigen aus den Printmedien, aus dem Internet und dem Rundfunk. Als umfassende Untersuchungen dienen die Untersuchungen von Marfurt 1978, Peštová 2010 und Morkūnienė 2007, die die Kontaktanzeigen als eigenständige Textsorte aus linguistischer Sicht erforscht haben.

Riemann versteht den Begriff „Kontaktanzeige“ folgendermaßen: „Die Kontaktanzeige lässt sich definieren als ein in Printmedien geschaltetes Inserat, das die Kontaktaufnahme mit einem oder mehreren bis dahin unbekanntem Menschen zum Ziel hat. Der Inserent kann eine Privatperson oder ein Institut sein; er kann für sich selbst oder für andere inserieren.“ (Riemann 1999:38)

Charakteristisch für die Kontaktanzeige sind mehrere Textfunktionen: Die Kontaktfunktion dient als die Hauptfunktion, da das Hauptziel einer Kontaktanzeige im Anknüpfen eines Kontaktes mit dem potentiellen Partner besteht. Außerdem soll die Kontaktanzeige eines Inserenten einen potentiellen Partner zur Kontaktaufnahme animieren, d.h. soll handlungsfördernd sein. Sie ist außerdem informativ, weil der Inserent einerseits bestimmte Infos über sich selbst, sein Leben und seine Beziehungsvorstellung bzw. die Art der erwünschten Beziehung (Bekantschaft, sexuelle Beziehung, gemeinsame Freizeitgestaltung oder Heirat) preisgibt, und andererseits Angaben zur Person des gesuchten Partners führt. Die Kommunikationsrichtung in den Kontaktanzeigen ist zwar monologisch, die Kommunikation verläuft jedoch auf zwei Ebenen; nämlich zwischen dem Inserenten und der Öffentlichkeit und dem Inserenten und der erwünschten Person (vgl. Peřtová 2010:18).

Die Zeitung ist das klassische Medium für die Kontaktanzeige. Bei der Kontaktanzeige handelt es sich um eine Form von Kleinanzeigen bzw. Inseraten, die zumeist in Tages- und Wochenzeitungen, Zeitschriften oder in Lokalblättern abgedruckt werden. Die Anzeigen von Männern werden meistens unter dem Titel „Er sucht Sie“ und die Anzeigen von Frauen unter dem Titel „Sie sucht Ihn“ veröffentlicht. Mit dem Aufkommen der neuen Medien ist der Rückgang der Kontaktanzeige in Printmedien zu bemerken. Der Vergleich zwischen den Print- und Online-Anzeigen verdeutlicht Gemeinsamkeiten bezüglich des Inhalts, der Textfunktionen und der damit verbundenen Zugehörigkeit zu derselben Textsorte. Zur Abgrenzung der Print-Anzeigen von den Online-Anzeigen sind Aspekte wie Kostenpflichtigkeit und die medienbedingte Anzeigenform relevant (vgl. Sava 2015: 113). Der Inserent auf einer Webseite hat größeren Raum zur Kreativität bzw. zur Darstellung eigener Vorstellungen, wobei er in den Printmedien dem Prinzip der

Sprachökonomie verpflichtet ist. Darüber hinaus ist er mit dem traditionellen Schreibstil nicht fest verbunden.

Da die Kontaktanzeigen prototypische Kleinanzeigen mit anonymen Inserenten und geringem Informationsgehalt sind, folgt die Kontaktsuche inhaltlich einem folgenden Schema: „X sucht Y für Z (X= Kontaktsuchender, Y= Partner, Z= Beziehungswunsch“ (vgl. Morküniené 2007:12) Bei der Kontaktsuche spielt die Darstellung die entscheidendste Rolle; der Inserent stellt sowohl sich selbst (**Selbstbild**) als auch den Partner (**Partnerbild**) dar. Zur Selbst- und Partnerdarstellung indizieren Informationen über das Aussehen (z.B. Größe, Gewicht, Figur, Haarfarbe etc.), die Ausbildung, die Gefühle, das Einkommen, den Beruf, die Hobbys, das Alter, die Herkunft, den Wohnsitz, das Vermögen, die Sexualität sowie die Charaktereigenschaften des Inserenten und des erwünschten Partners. Um sein Ziel zu erreichen, benutzt der Inserent Argumente zur Überzeugung des erwünschten Partners.

Auf struktureller Ebene weist die Kontaktanzeige keine einheitliche syntaktische Struktur auf. Zur Identifizierung dieser inhaltlichen und strukturellen Elemente dienen bedeutende Faktoren wie z.B. Umfang der Kontaktanzeigen, Statusangaben, Art des erwarteten Kontakts, Chiffre, Überschriften, Anredeformen, Begrüßung und Verabschiedung, Typografie, Abkürzungen und Schreibkonventionen (vgl. Sava 2015:110).

Gegenstand der Kontaktanzeige sind der Stil der Inserenten bei der Darlegung der eigenen Vorzüge und die gewünschten Eigenschaften des Partners. Grundlegend für die Auswahl des Wortschatzes sind das Alter der Inserenten und das Kriterium der Differenzierung zwischen männlichen und weiblichen Annoncen. Auf syntaktisch-lexikalischer Ebene lässt sich die Kontaktanzeige durch folgende Elemente kennzeichnen:

- Kürze und Formelhaftigkeit
- Stereotypische Ausdrucksmöglichkeit
- Einfache erweiterte Sätze und Nominalsätze
- Satzgefüge, Satzreihen und elliptische Sätze

- Adjektive und Substantive, die die äußeren sowie inneren Eigenschaften des Inserenten und seines gesuchten Partners charakterisieren und Zweck des Suchens spezifizieren. (vgl. Peštová 2010: 19)

Aus anderer Sicht indiziert die Kontaktanzeige gesellschaftliche und kulturelle Wert- und Normvorstellungen. Die gesellschaftlichen Normvorstellungen betreffen diese Unterschiede zwischen den weiblichen und männlichen Inseraten. Dabei sollen Aspekte wie die Bildungsschicht der gewünschten Partner, die Wertvorstellung der Kulturanhänger, die Ausführlichkeit der Erfassung des Selbst- und Partnerbildes und die sozialen Erwartungen berücksichtigt werden (vgl. Sava 2015: 106). In diesem Sinne ist die Angst vor der Unehrllichkeit der Inserenten zu bemerken. Der Wunsch nach einer ernsten Beziehung oder nach einer Ehe kann durch das Risiko von Falschanrufen oder -zuschriften gefährdet werden, sodass bestimmte Formulierungen (z.B. nur ernst gemeinte Anrufe/Zuschriften) in der Abschlussequenz vorkommen. Aus diesem Grund gilt die Vertrauensförderung als eine der wichtigsten Grundlagen einer ernst gemeinten Anzeige.

Daraus lässt sich schließen, dass die Kontaktanzeige eine besondere Textsorte ist, die eine informative, appellative und kommunikative Funktion übernimmt. Ein Inserent gibt in seinem Inserat bestimmte Angaben zur eigenen Person preis: Zur Wunschbeziehung (Heirat, Freundschaft, Flirt usw.) sowie zur Person des gesuchten Partners. Um dieses Ziel zu erreichen, verwendet der Inserent bestimmte Stilmittel und Strategien der Selbst- und Partnerdarstellung, die im folgenden Punkt im Hinblick auf die Theorie der sprachlichen Höflichkeit unter die Lupe genommen werden.

Sprachliche Höflichkeit und Face-Konzept

Die Theorie der Höflichkeit im weiteren Sinne ist in dem vorliegenden Beitrag von der „sprachlichen Höflichkeit“ abzugrenzen. Die Definition des Begriffs „Höflichkeit“ ist jedoch umstritten, da „Höflichkeit“ in jedem Höflichkeitsmodell an die Situation gebunden ist. Deswegen meint Breuer 2010: „So kommt es vor, dass derjenige, der sich höflich verhält, innerhalb einer Situation auch der einzige ist, der sein Verhalten als höflich interpretiert.“ (Breuer 2010: 54)

Es handelt sich in diesem Beitrag vor allem um die sprachliche Realisierung der Höflichkeit nach der Theorie von Brown/Levinson (1978,1987), die die Höflichkeit als sprachuniversales, interkulturelles und sozial anwendbares Phänomen betrachtet haben.

Die sprachliche Höflichkeit lässt sich nach Breuer (2010: 59) so definieren: „Sprachliche Höflichkeit ist die Wahl sprachlicher Mittel, durch welche eine sprachliche Handlung je nach Interaktionssituation von den Interaktionsteilnehmenden konventionell als „höflich“ eingeschätzt wird.“

Die Grundlage des Konzeptes der Höflichkeit ist das **Face-Konzept** von Goffmann (1967), das Brown und Levinson weiterentwickelten. Das Face „umschreibt das öffentliche Selbstbild, welches jedes (erwachsene, kompetente) Mitglied einer Gesellschaft besitzt und zudem weiß, dass es jedes andere Mitglied der Gesellschaft ebenso hat.“ (Breuer 2010: 22) Das Gesicht jeder Person in jeder Interaktion kann entweder gefährdet, beinhaltet oder verstärkt werden. Es geht nicht nur um das eigene Selbstbild, das eine Person von sich selbst in einer Situation erschafft und das durch sein Verhalten in dieser Situation vollzogen wird. Vielmehr geht es um die Wahrnehmung dieses Bildes durch den Hörer bzw. den Gesprächspartner: „Das Selbstbild spiegelt zwei grundlegende Bestrebungen von Kommunikationspartnern wider: Den Wunsch, von anderen akzeptiert und geschätzt zu werden, und den Wunsch, in den eigenen Handlungen durch andere nicht gestört zu werden.“ (Brown/Levinson 1994: 62)

In diesem Sinne ist zu konkretisieren, welche **Höflichkeitsstrategien und Selbstdarstellungsstrategien** zur Ausführung von face-bedrohenden und face-bewahrenden Handlungen gestellt werden. Diese Höflichkeits-strategien gehen von der Differenzierung zwischen zwei Begriffen (**positives und negatives Gesicht**) aus.

Den Wunsch, dass die eigene Person von anderen gut geheißen wird sowie dass zumindest einige Präferenzen von anderen Personen geteilt wird, bezeichnen Brown/Levinson (1987) als „positives Gesicht“, während der Wunsch des Sprechers, in seiner Handlungsfreiheit

respektiert zu werden, als „negatives Gesicht“ charakterisiert wird. (vgl. Borisov 2012:39). Das positive Gesicht realisiert sich durch Lob, Glückwunsch und Komplimente. In diesem Fall sollen bestimmte Handlungen (z.B. Drohungen, Befehle, Beleidigung, Kritik, Lächerlich machen, Herabsetzung, Spott u.a.) vermieden werden (vgl. Ehrhardt/Neuland 2011: 130f.). Bouchara (2002) versteht unter Strategien der positiven Höflichkeit: „Positive Höflichkeit wahrt das positive Prestige oder Face des Angesprochenen. Indem ich meinem Gegenüber zum Beispiel (Guten Tag) wünsche, wünsche ich ihm, was er sich selbst wünscht.“ (Bouchara 2002: 43)

Der Fokus der vorliegenden Arbeit liegt vor allem auf den Strategien der positiven Höflichkeit nach den Ansätzen von Brown/Levinson (1978,1987), und zwar: (vgl. ebd. 32ff.)

- Achte auf den Hörer (H), seine Interessen und Bedürfnisse.
- Übertreibe dein Interesse, deine Wertschätzung oder deine Sympathie für H.
- Intensiviere das Interesse einer Mitteilung für H.
- Benutze Kennzeichen gleicher Gruppenzugehörigkeit.
- Suche Zustimmung.
- Vermeide Widerspruch.
- Nimm eine gemeinsame Basis an und behaupte sie.
- Mache einen Scherz.
- Zeige, dass du die Bedürfnisse Hs kennst und auf sie eingehst.
- Mache Angebote und Versprechungen.
- Sei optimistisch.
- Beziehe H. in die Aktivität mit ein.
- Gib Gründe an oder frag danach.
- Nimm Gegenseitigkeit an oder behaupte sie.

Die Selbstdarstellungsstrategien von Goffmann gehen von dem Konzept aus, dass der Mensch in der Öffentlichkeit ein Bild und eine Selbstrolle präsentiert, von der er die anderen indirekt oder direkt überzeugen möchte, um einen bestimmten Eindruck zu erwecken. Zu den **Selbstdarstellungsstrategien** von Tedeschi & Norman (1985) gehören direkte oder indirekte Technik, kompetitive Technik, assertive Technik und defensive Technik.¹ Mit der direkten Selbstdarstellung ist der

Versuch eines Sprechers gemeint, auf die eigenen Vorzüge direkt durch z.B. intelligente, witzige und charmante Bemerkungen aufmerksam zu machen, wobei die indirekten Strategien auf die Vorzüge des Partners verweisen. Die kompetitive Technik manifestiert sich, indem der Sprecher sein Selbstbild durch Bedrohung des Partnerbildes bewahrt. Das Ziel der assertiven Methoden besteht darin, über positive Selbstdarstellung das Publikum zu beeindrucken. Der Sprecher benutzt die defensiven Selbstdarstellungsstrategien, um Missverständnisse zu vermeiden und seinen eigenen Wert zu schützen, ohne die Verantwortung für sein Handeln zu übernehmen.

Die im vorliegenden Beitrag zu analysierenden Kontaktanzeigen weisen interkulturelle Merkmale auf, weil die Kommunikationsbeziehung in den Anzeigen der Muslime zwischen Anhängern verschiedener Kulturen hergestellt wird. Die Anhänger verschiedener Kulturen verwenden zwar unterschiedliche sprachliche Mittel zur Realisierung der sprachlichen Höflichkeit; sie lassen sich aber auf eine Reihe interkultureller gleicher Grundstrategien zurückführen. Die Kultursensitivität ist in diesem Sinne religiös geprägt, da die Wünsche der muslimischen Inserenten auf einem religiösen Fundament basieren.

II. Praktischer Teil

Zur Anwendung der Höflichkeitsstrategien auf Kontakt-anzeigen

Ausgewählt wurden diverse Anzeigen aus der deutschen Online-Zeitung „Zeit online“ sowie der in Berlin erscheinenden Zeitung der IZ Medien GmbH „Islamische Zeitung“. „Zeit Online“ wird von der Zeit Online GmbH betrieben, einer hundertprozentigen Tochtergesellschaft des Zeitverlags, die bei einer Umfrage unter deutschsprachigen Literaturblogs als bestes Online-Portal abgeschnitten hat. Auf der Webseite² werden – im Vergleich zu der gedruckten Ausgabe (Die Zeit) - Themen an eine jüngere Zielgruppe gerichtet³. Die monatlich erscheinende „Islamische Zeitung“, die den Untertitel „Unabhängiges Forum für Europa“ trägt, wurde 1995 von dem konvertierten Rechtsanwalt Andreas Abu Bakr Rieger in Weimar gegründet. Die unabhängige Zeitung spricht nicht nur ein muslimisches, sondern auch ein nichtmuslimisches Publikum an. Sie hat sich zum Ziel gesetzt, eine Brücke zwischen Muslimen und Nichtmuslimen zu schlagen,

Informationen über den Islam und die Muslime zu geben und ein unabhängiges Medienforum für deutschsprachige Muslime darzustellen. Die online Version dieser Zeitung⁴ erreicht in den Social Media Umfragen bessere Werte als 98% der anderen Medien.⁵

Es ist wichtig zu erwähnen, dass die Anzeigen der muslimischen InserentInnen Schreib- und Tippfehler enthalten. Ich habe diese Anzeige übertragen, ohne sie abzuändern oder sie sprachlich zu korrigieren. Im Folgenden wird festgestellt, welche der oben dargestellten Strategien der positiven Höflichkeit in den ausgewählten Anzeigen aus beiden Zeitungen realisierbar sind.

Übertreibe dein Interesse, deine Wertschätzung oder deine Sympathie für den Hörer

Die Haupttendenz der Inserenten liegt in den folgenden Beispielen in der öffentlichen Selbstaufmerksamkeit. Der Inserent legt Wert auf das Aussehen, die Hervorhebung von Charaktereigenschaften sowie die eigenen Interessen und sieht sich mit den Augen des gewünschten potentiellen Partners. Dieses zentrale Selbstkonzept benötigt darüber hinaus die Kraft der Überzeugung, bzw. des Argumentes. Derjenige, der jemanden überzeugen möchte, gibt dem Partner nüchterne Informationen und überlässt es ihm schließlich, sich selbst ein Bild zu machen bzw. eine eigene Meinung zu bilden.

Dabei ist nicht zu beurteilen, ob der Inserent falsche Angaben hinsichtlich seines physischen Erscheinungsbildes oder seiner Charakterzüge darlegt. Vielmehr soll berücksichtigt werden, wie die eigene Wertschätzung aus eigener Perspektive zum Ausdruck gebracht wird. Dazu verwendet der Inserent in den deutschen Anzeigen bestimmte Attribute bzw. Charakterzüge wie z.B. charmant, großzügig, erfolgreich, sympathisch, ehrlich, attraktiv, schlank, humorvoll, zuverlässig, sportlich, Familien-Mensch u.a.

Die jüngeren Inserenten haben mehr Selbstbewusstsein und sind stolz auf sich selbst: „34 j. *Sehr sportlicher/aktiver Familien-Mensch, musikalisch, bibliophil., vielseitig interessiert und weltoffen, zielstrebig und eigenständig.*“ (ZO 3) Dieser Inserent ist mit sich selbst dermaßen

zufrieden, dass er weder auf seine negativen Seiten noch auf die Positiven der gewünschten Frau eingeht.

Darüber hinaus soll für Frauen, die gern reisen und darüber hinaus offen und frei leben möchten, folgender reicher Inserent ein geeigneter Kandidat sein: *„Sehr erfolgreich und vermögend, er liebt schnelle Autos, Wellness, Riesen (...) Er weiß was er will, kann sich durchsetzen u. hat das Sagen.“* (ZO 1) Hier zeigt sich der Inserent, der - seiner Ansicht nach- der Mann schlechthin sei und alle Träume seiner zukünftigen Frau wahr werden lassen könne, durch das Selbstbewusstsein und die Selbstwertschätzung seine Vorzüge als reicher, selbstbewusster und unabhängiger Mann. Daher bezeichnet er sich als „ein Alphamann der Superlative“. Im Gegensatz dazu stützt ein 49-jähriger Inserent, der sich selbst als „anonymer Romantiker“ bezeichnet, seine Selbstwertschätzung auf seine Weisheit als erfahrener, aufgeschlossener Mann *„ledig, ohne Bauch und Altlasten, sympathischer, harmoniebedürftiger Beherrscher der gängigen Zivilisationstechniken (...) den Blick über den Tellerrand schätzend.“* (ZO 5)

Die deutschen Inserentinnen fühlen sich hingegen mehr geschätzt, wenn sie ein vorteilhaftes Bild von sich selbst und ihrer Figur abgeben. Die meisten Deutschen beschreiben sich daher detailliert wie z.B. *„Ich 54j. 1.68m. zierlich-weibliche Figur, blonde überschulterlange Haare, blaugrüne Augen...“* (ZO 20) Die häufige Betonung eines gepflegten Äußeren ist den deutschen Frauen sehr wichtig. Das Attribut „schlank“ kommt daher ebenfalls in den meisten Anzeigen vor; gesucht wird zumeist ein Mann mit perfektem Körper und Modelgesicht. Ferner gibt es eine Reihe bestimmter Attribute, die die Inserentinnen in den deutschen Anzeigen wiederholt verwenden, wie z.B.: schlank, gefühlvoll, intelligent, wissbegierig, attraktiv, empathisch, mutig, mit großem Herz, lebendig, feinsinnig, zart, hochempfindlich, stark, natürlich, gelassen u.a. Andererseits beschreibt sich eine 80-jährige Frau, die trotz ihres Alters die Hoffnung auf eine Partnerschaft nicht aufgibt, als *„hingebungsvoll, widerspenstig, selbstbewusst“* (ZO 18). Mit ihrer Anzeige möchte sie ihren potentiellen Mann wissen lassen, dass sie auch jetzt noch die Leidenschaft im Leben verspürt und ihr Alter kein Hindernis zum Verlieben und zu weiteren Abenteuern mit dem Wunschpartner darstellt.

Sich als ideale, vollständige Person bzw. als eine Chance, die zu nutzen ist, darzustellen, ist die Strategie der folgenden Inserentin, die sich hauptsächlich darauf konzentriert, ein ideales und übertriebenes Bild von sich selbst abzugeben, ohne auf die Charakterzüge des Wunschpartners einzugehen. Sie schreibt: *„Ich suche nicht, da ich vollständig bin. (...) Ich bin eine attraktive, weibliche, feinsinnige Frau, die eine starke Präsenz hat. Zart und klar. Hochsensibel und stark.“* (ZO 19)

Im Gegensatz zu den assertiven Selbstdarstellungsstrategien der Deutschen kommt den muslimischen Inserenten der Einsatz der defensiven Strategien große Bedeutung zu, um Missverständnisse zu vermeiden und ihr eigenes Selbstwertgefühl zu schützen. Die muslimischen Inserenten – vor allem die Männer – streben nach Anerkennung innerhalb der muslimischen Gemeinde in Deutschland. Daher versuchen sie, dem gewünschten Partner zu versichern, dass sie gute fromme Muslime sind, nach den Regeln der Scharia⁶ leben und den Islam praktizieren. Dadurch gewährleistet der Mann der gesuchten muslimischen und in einer europäischen Gesellschaft lebenden Frau, dass er der passende Mann für sie sei, der sich auf dem Halal-Weg⁷ bewegt, d.h. keinen Alkohol trinkt, nicht raucht und den Quran regelmäßig liest. Ein Muslim schreibt z.B. *„ich bin seit einem halben Jahr Muslim Alhamdulillah und praktiziere so gut wie es geht. Bete 5x am Tag und erfülle alle weiteren Pflichten“*(IZ 11). Außerdem betont folgender muslimischer Inserent, dass er sein Wissen über den Islam noch vertiefen möchte: *„Ich bilde mich gerne weiter in Seminaren in der Moschee, lese gerne auch islamische Bücher“* (IZ 1). Auf der anderen Seite versuchen andere muslimische Inserenten, das Stereotyp, und zwar dass der Mann im Islam eine so dominante Rolle einnimmt oder dass er seiner Frau verbietet, zu arbeiten oder allein zu reisen usw., zu falsifizieren: *“Ich denke gerne über Gott und die Welt nach und liebe es mein Wissen zu erweitern. Ich mag es auf meine Fehler hingewiesen zu werden in sha Allah auch in Zukunft von meiner Frau (..) und möchte mich stets weiterentwickeln.“*(IZ 8). Er betont in diesem Beispiel, dass er frei von Klischees, zivilisiert und offen sei.

Die muslimischen Männer legen bei der Selbstdarstellung nicht sonderlich großen Wert auf das Aussehen. In den meisten Fällen

erwähnen sie ausschließlich, dass sie einen Bart tragen. Wichtiger als das Aussehen sind die Attribute und Charakterzüge, mit denen sie sich beschreiben und die zumeist in den Anzeigen Verwendung finden, wie z.B. *„Rechtschaffen (Berufstätig), konvertiert, trage Bart, und bin praktizierend, mit Humor, noch dazu gutmütig, ehrlich, loyal , geduldig“* (IZ 1), UND *„bin nett freundlich sensibel und einfühlsam. Bin ein Familienmensch, der gerne mit der Familie viel Zeit Zuhause verbringt“* (IZ 3).

Im Gegensatz zu den defensiven Strategien der muslimischen Männer wenden die Frauen die assertiven Strategien an. Sie setzen sich zum Ziel, sich durch ihren Auftritt den Männern in einem vorteilhaften Licht zu präsentieren. Hierbei setzen sie vor allem auf ihr Aussehen, ihre Ausbildung und ihre besonderen Charakterzüge. Sie weisen ferner auf Ihren Ursprung, ihr Alter und ihren Familienstand hin. Ihnen ist auch von großer Bedeutung, über ihre Ausbildung und ihren Arbeitsplatz zu sprechen.

Hinsichtlich des Aussehens betonen die Frauen gern, dass sie z.B. jünger als ihr biologisches Alter aussehen, dass sie schöne Augen und Haare haben, dass sie Hijab (Kopftuch) tragen oder dass sie ein europäisches Erscheinungsbild haben, wie z.B.: *„ Zu mir: Abgeschlossene Ausbildung, trage noch kein Hijab..aber möchte.“* (IZ 12), *„Ich bin eine türkische Hijabi, Mitte 40, die ihre Religion liebt und sie so gut praktizieren.“* (IZ 20) und *„Zu meiner Person: 28 j. 1.63m normalgewichtig. Europäisches Erscheinungsbild. Lebhaft in NRW (hier geboren) Ursprünglich aus Marokko. Ich arbeite als Sozialpädagogin. Ich bin eine praktizierende Frau jedoch auch modern zugleich.“* (IZ 18). Die Doppelidentitäten dieser muslimischen Inserentinnen mit arabischem Hintergrund sind dabei zu berücksichtigen. Die von ihnen in ihren Anzeigen erwähnten Charakterzüge, die Selbstlob und Selbsterhöhung in sich bergen, sind z.B.: *freundlich, ehrlich, zuverlässig, humorvoll, offen, sportlich, gebildet, attraktiv, sympathisch, bodenständig, verantwortungsvoll, familiär, praktizierend, gebildet, bescheiden, gut erzogen, kultiviert und wissbegierig u.a.* (siehe IZ 17, IZ 16 und IZ 14)

Intensiviere das Interesse einer Mitteilung für den Hörer

Diese Technik zählt zu den Höflichkeitstechniken, die die Partnerdarstellung in den Vordergrund stellt. Mithilfe dieser Technik teilt der Inserent seinem Wunschpartner die eigenen Vorstellungen über gewünschte Persönlichkeitsattribute, Verhaltensweisen, Vorlieben, Interessen und äußerliche Merkmale des potentiellen Partners sowie die eigenen Vorstellungen über die Art der gewünschten Beziehung (Heirat, Bekanntschaft, Flirt usw.) mit. Um den Zweck der Kontaktaufnahme zu verdeutlichen, soll auch die Aufforderung an die Partnerschaft erläutert werden. Zu den Aufforderungen gehören romantische Liebe, emotionale Bindung, Sexualität, Zärtlichkeit, gemeinsame Lebensplanung, Familie und Kinder, Versorgung (Pflege), Freizeitgestaltung, gemeinsame Freunde und Erfolg im Beruf (vgl. Gerke 2012). Diese Vorstellungen unterscheiden sich je nach Kultur, Geschlecht und Alter der Inserenten. Bei der Beschreibung werden bestimmte Verben verwendet, wie z.B. „möchten, suchen, wollen“.

In den Anzeigen der deutschen Männer lässt sich eine präzise Kurzcharakterisierung der angestrebten Partnerschaft feststellen. Die Ehe in den deutschen Anzeigen ist nicht die erste, sondern die potentiell letzte Phase einer Beziehung, die vielleicht erwogen wird, wenn sich eine Partnerschaft über einen längeren Zeitraum den Vorstellungen gemäß entwickeln wird. Ein deutscher Inserent sucht z.B. eine Frau für „*altmodische, amouröse Beziehung* (ZO 9).“; ein anderer sucht eine elegante, sexy und modische Frau zum Verlieben (ZO 6); ein Dritter sucht eine selbstbewusste und lebendige Frau „*zur Krönung des Glücks*“ (ZO 5); und ein Vierter sucht schließlich eine passende Partnerin zur anregenden, nicht dauerhaften Beziehung ohne eine konventionelle Bindung (ZO 2). Laut diesen unterschiedlichen Zielen variieren die gewünschten Charakterzüge der gesuchten Frau, in deren detaillierter Beschreibung die sprachliche Höflichkeit determiniert ist. Als Beispiele für diese Attribute stehen u.a.: neugierig, warmherzig, gebildet, sympathisch, vertrauenswürdig, modisch, unabhängig, sexy, humorvoll und weltoffen. Ein weiterer Inserent sucht eine Frau, um mit ihr Gespräche über verschiedene Themen zu führen, Lasten zu teilen und Freude genießen zu können. (ZO 7)

Genau für diese Männer zielen die deutschen Frauen nicht auf die Ehe ab. Die Frau sucht beispielsweise einen „*sucht gepflegten Herrn ohne Altlasten auf Augenhöhe für gemeinsame Unternehmungen*.“ (ZO 11), oder aber nur einen Freund, „*mit dem ich Kultur erleben, reisen und interessante Freizeit verbringen kann. (...)Vielleicht entwickelt sich mehr*“ (ZO 12). Nach Ansicht dieser Art von Frau könne sich die Beziehung in einer Phase von Freundschaft zur Liebe entwickeln; sie setzt sich das jedoch nicht zum Ziel. Andere Frauen sehnen sich hingegen nach Liebe und Zärtlichkeit, z.B. „*Ich (...) suche Dich zum Kuschneln, Familie gründen und um das bunte Leben mit einem Lachen zu teilen.*“ (ZO 17)

Die von den Frauen gewünschten und verlangten Charakterzüge der Männer sind jedoch anders angesiedelt. Für die Frau steht der Humor des Mannes im Vordergrund, der sie zum Lachen bringt und mit ihr viel unternimmt, wie z.B. Reisen, Musik hören, Kultur erleben u.a. „*Er sollte gerne reisen, Musik hören, geistig und finanziell kompatibel sein. Entscheidend ist das erste Lächeln und Ihr Humor.*“ (ZO 11). Die Frauen verwenden Attribute wie z.B. selbstbewusst, klug, groß, Alphanann, humorvoll, aktiv, naturliebend u.a. Über das gute Herz und das Mitgefühl schreibt eine Frau: „*Akademikerin, 42, sucht Pendant mit großem Herz und viel Humor*“ (ZO 16). Neben der Bereitschaft, das Leben zu genießen, soll der Mann nach Ansicht der Frau weltoffen, zuverlässig, finanziell unabhängig sein, im Wohlstand leben und eine Familie gründen wollen (siehe ZO 11, ZO 12, ZO 14 u.a.).

Im Gegensatz zu den deutschen Anzeigen sucht der muslimische Inserent durch eine Online-Anzeige eine Frau nur zum Heiraten. Auffällig ist aber der Vermittlungsstil, den sie benutzen, um sich und eigene Anforderungen an die Partnerschaft auszudrücken. Bestimmte Ausdrücke wie z.B. „gehorsam und unterordnen“ erwecken beim Leser den Eindruck, dass es sich bei diesem Inserenten um eine äußerst konservative und dominante Person handelt. Als Beispiel für diese bedingten strengen Anforderungen an eine Partnerschaft dient die Anzeige des 29-jährigen Mannes, der eine Frau für eine Zweitehe sucht: „*Ich suche eine Ehefrau, die sich anpassen und gehorsam ist und ich erwarte auch dass sie sich bedeckt mindestens hijab (...) Mir ist es wichtig, dass die Muslima weiß,*

dass ich verheiratet bin und mich so akzeptieren muss und dass sie auch so ehrlich ist so wie ich zu ihr.“ (IZ 2) Ein weiterer strenggläubiger Moslem schreibt außerdem: „Du bist bereit, dich der Herrschaft des Islam und deines Ehemanns unterzuordnen? Dann lies weiter“. (IZ 5) Diese Beispiele können von Nicht-Muslimen aus kulturellen und gesellschaftlichen Gründen durchaus missverstanden werden, da das Bild des anderen nach dem Face-Konzept gefährdet sein kann. Dabei wird die kompetitive Technik angewandt, indem der Sprecher sein Selbstbild durch Bedrohung des Partnerbildes bewahrt. Für einige Männer spielen das Aussehen und die Herkunft der gewünschten Ehefrau keine große Rolle. Am wichtigsten ist es ihnen, dass die Frau ehrlich, zuverlässig und ein Familien-Mensch ist sowie auf dem Halal-Weg leben möchte, ohne großen Wert auf Donja (Diesseits) zu legen: „Suche eine Frau zum Heiraten: Ehrlich, Familienmensch, Gutherzig, Zuverlässig, Vertrauensvoll (...) Herkunft oder Aussehen spielt für mich keine zu große Rolle.“ (IZ 22)

Im Vergleich zu den Anzeigen der muslimischen Männer verweisen die Anzeigen der muslimischen Frauen auf eine Mischung aus lebensrelevanten, weiblichen Träumen und religiösen Bedürfnissen. Sie streben zwar das selbe Ziel wie die Männer an, nämlich die islamische Heirat, und haben jedoch im wahrsten Sinne des Wortes unterschiedliche Wünsche und Erwartungen an den Traummann. Folgende Anzeigen der muslimischen Inserentinnen sind repräsentative Beispiele für diese gemischten Anforderungen an eine Partnerschaft: „Ich bin auf der Suche nach einem aufrichtigen Muslim. Ein Muslim, der die Religion verstanden hat, aber auch einen mittleren Weg fürs Leben gefunden hat. Din, Dunya & Akhira⁸. Ich suche einen Lebenspartner, jemand der gemeinsam mit mir einen Weg gehen möchte. (IZ 13) und „Auf diesem Weg suche ich einen konvertierten, gebildeten, attraktiven, treuen, liebevollen, religiösen Deutschen Mann (...)“ Zudem möchte ich mit meinem Partner den Iman gegenseitig stärken können. (IZ 17) In diesem Punkt herrscht die weibliche Natur. So markieren die Inserate der muslimischen Frauen ähnliche Merkmale wie die Inserate der deutschen Frauen. Außerdem verwenden sie die assertive Strategie der Partnerdarstellung, daher erwähnen sie im Prinzip mehrere bestimmte Attribute als die Männer,

z.B. „gebildet, emphatisch, humorvoll, praktizierend, attraktiv, treu, liebevoll, religiös, warmherzig, ernsthaft, harmonievoll, bodenständig, reif, selbstbewusst usw.“. Genau wie in den Anzeigen der deutschen Inserentinnen wird der humorvolle Mann von den muslimischen Frauen als der ideale Mann angesehen: *„Wahre humorvolle Liebe. Assalamu aleikum, ich 21 suche einen Mann mit Humor und Charakter.“* (IZ 12)

Die emotionale, weibliche Ausdrucksweise lässt sich außerdem daran ablesen, dass die Frau sich einen Mann als Lebenspartner wünscht, der gemeinsam mit ihr eine Familie gründen möchte, ihr seine volle Unterstützung anbietet und in allen Situationen große Ernsthaftigkeit zeigt. Die Mäßigung zwischen dem Donja und Deen (Diesseits und Religion) ist auch als grundsätzliche Bedingung zu betrachten. Der ideale Mann solle praktizierend sein, einen islamkonformen, gesunden Lebensstil haben, seine Religion gut verstehen und Loyalität (Ikhlas) und Höflichkeit (Adab) zeigen. Gleichzeitig soll er genaue Vorstellungen davon haben, was er im Leben erreichen will: *„Gesucht wird ein Mann mit Ikhlas u. Adab, einem islamkonformen gesundem Lebensstil.“* (IZ 21)

Zeige, dass du die Bedürfnisse des Hörers kennst und auf sie eingehst

Das Konzept der Selbstdarstellung steht im engen Zusammenhang mit dem Eindrucksmanagement, weil der Sprecher einerseits einen bestimmten Eindruck beim externen Adressaten hervorrufen will, und sich andererseits selbst überzeugen möchte, dass man über bestimmte Fähigkeiten oder Eigenschaften verfügt. Das Verb „zeigen“ bedeutet in diesem Kontext eine Distanzierung von eigenen Interessen und Bedürfnissen, nur um stattdessen die Bedürfnisse des/der gewünschten PartnerInnen hervorzuheben. Diese Technik steht in enger Beziehung zu den Höflichkeitstechniken („Achte auf den Hörer, seine Interessen und seine Bedürfnisse“ und „Mache Angebote und Versprechungen“), weil sie beide an den Rezipienten gerichtet sind.

Als ein 69-jähriger deutscher Inserent beispielsweise schreibt: *„Eigentlich ist alles gut. (...) Aber dann fehlt da noch etwas Wichtiges.“* (ZO 2), fokussiert er auf die menschlichen Gefühle, die vielleicht die erwünschte Partnerin in diesem Alter erwarten könnte. In demselben Sinne schreibt ein Inserent: *„Keine Zeit für Beziehung, aber trotzdem fehlt dir (...) ein charmanter Mann für Zweisamkeit, zum Ausgehen, Reisen,*

Kuscheln...“ (ZO 8) Es besteht kein Zweifel daran, dass diese emotive und manipulative Sprache eine große Wirkung auf die jeweilige Frau ausüben soll, welche in diesem Alter die Sicherheit und die Geborgenheit noch nicht gefunden hat und auf Zweisamkeit, Liebe und Abenteuer hofft.

Das Versprechen, das jede Frau von einem Mann erwartet und nach dem viele Lebensträume zu gestalten sind, ist: Ich bin für dich da. Der Inserent, der sich selbst als „Alphamann der Superlative“ bezeichnet, schreibt: *„Zu seiner Frau wird er zärtlich u. Großzügig sein“* (ZO 1). Damit meint er, dass er alle Träume seiner zukünftigen Frau erfüllen werde, daher sei er eine Chance, die jede Frau nutzen sollte. Darüber hinaus schreibt ein weiterer muslimischer Inserent: *„eine zukünftige Gattin, die mich glücklich machen würde und ich sie am glücklichsten machen könnte, wird ab heute gesucht.“* (IZ 4) In dieser Anzeige verspricht der 47-jährige Inserent seiner zukünftigen Gattin, sie nicht im Stich zu lassen und sie „am glücklichsten“ zu machen.

In den deutschen Anzeigen ist es dem/der Inserenten/Inserentin möglich, sich selbst oder seinen/ihren Wunschpartner körperlich zu beschreiben. Die **körperlichen Bedürfnisse** gehören in einer Internet-Beziehung mit zu den wichtigsten Bedürfnissen der Suchenden und der Gesuchten. In anderen Anzeigen wird auf die Wichtigkeit der erotischen Beziehung hingewiesen, z.B. *„Du willst sie doch auch ... die erotischen Entdeckungsreisen jenseits des Alltags...“* (ZO 4). In diesem Beispiel zeigt der „charmante, attraktive“ 46-jährige Inserent, dass er die sexuellen Bedürfnisse der „vernachlässigten Prinzessin“- wie er sie beschreibt - gut kennt und demzufolge sich selbst als „den letzten Gentleman“ sieht, der genau wisse, dass diese Wunschpartnerin diese erotische Beziehung wolle. Hierbei liegt der Fokus nicht nur auf den Bedürfnissen der anderen, sondern auch auf dem eigenen Wunsch, eine „sexy“ Frau zu finden (ZO 13).

Das Wort „**sexy**“ findet nicht nur in den Anzeigen der deutschen Männer, sondern zumeist auch in den Anzeigen der deutschen Frauen Verwendung. Eine Inserentin beschreibt die Verbindlichkeit selbst als „**sexy**“ (ZO 13). Mit der Schlagzeile einer Anzeige *„Erotik, Charme, Verführung pur“* drückt sich eine Zahnärztin klar, offen und zärtlich aus und sendet eine direkte Botschaft an den potentiellen Partner, dass ihr die

sexuelle Beziehung und die Zärtlichkeit von großer Bedeutung seien. (vgl. ZO 15).

In den islamischen Kontaktanzeigen ist es auf der Suche nach einer Frau zum Heiraten aus verschiedenen religiösen, sozialen und moralischen Gründen hingegen nicht akzeptabel, dass der Inserent seine Wunschpartnerin körperlich beschreibt. Hierbei handelt es sich um einen kulturspezifischen Aspekt bei der Darstellung des Bildes des anderen. Nach Ansicht der meisten muslimischen Inserenten soll der Hauptzweck der Ehe die Vervollständigung und Praktizierung des DEENS (Religion) bzw. des Islam sein. Nur in wenigen Anzeigen unternehmen muslimische Inserenten den Versuch, das Vertrauen der gesuchten Frau zu gewinnen und Verständnis für ihre Bedürfnisse zu zeigen, wie z.B. *“Salam3aleikum, Du bist auf der Suche nach einem Partner! Der wie Du im Spannungsbogen zwischen Orient und Okzident lebt. Der Dich in Deiner besonderen Situation versteht und unterstützt. Dann bist Du bei mir genau Richtig!;-) (IZ 7)* Diesem Inserenten ist bekannt, dass die muslimischen Frauen mit verschiedener Herkunft und Nationalitäten, die in Deutschland aufgewachsen sind und diese Doppelidentitäten haben, den Mann suchen, der keine Angst vor Kindererziehung hat, viel lacht, im Spannungsbogen zwischen Orient und Okzident lebt und Interesse an gemeinsamen Gesprächen hat.

Sowohl in den deutschen als auch in den muslimischen Anzeigen ist es selten zu bemerken, dass die Frauen offen zum Ausdruck bringen, dass sie die Bedürfnisse der Männer kennen. Eine Muslima, die von Geburt an unreine Haut hat und daher befürchtet, dass vielleicht einige Männer sie nicht als schöne Frau ansehen würden, bevorzugt die Aufmerksamkeit des gesuchten Mannes darauf zu richten, dass die äußerliche Schönheit nicht immer der einzige Weg zur erfolgreichen Ehe sein sollte, sondern vielmehr das schöne Herz, die schöne Seele und der Verstand: *„Es geht nicht in der Schönheit darum, ein schönes Gesicht zu haben, es geht eher darum, einen schönen Verstand, ein schönes Herz und eine schöne Seele zu haben.“ (IZ 15)*

Gib Gründe an oder frag danach

Es handelt sich bei dieser Technik nicht nur um die Frage, warum ein Inserent die Online-Methode zur Partnersuche wählt oder warum er

sich mit bestimmten Attributen beschreibt. Vielmehr begründet der Inserent auch die Partnerwahl, d.h. warum er einen Partner unter anderem für geeignet hält. Damit begrenzt folgender deutscher Inserent die Zielgruppe, da er nur die eine Frau anspricht, die ähnliche Lebensumstände hat, sich allein fühlt und den Wert des Zusammenlebens schätzt: *„Warum DU? Weil du Herzensbildung hast, gern lachst, weltoffen und neugierig bist“*. (ZO 12)

Diese Strategie hat eine wichtige interkulturelle Dimension. Die muslimischen Inserenten, die in Deutschland leben und verschiedene Kulturen repräsentieren, fühlen sich in ihren Anzeigen zumeist gezwungen, eine überzeugende Rechtfertigung bzw. einen befriedigenden Grund für die Wahl dieser Online-Anzeigen zu finden, um ihr Selbstbild zu schützen. Sie sind entweder konvertierte Deutsche, die die deutsche Mentalität innehaben und gleichzeitig die islamischen Werte hochhalten, oder Araber, die eine komplett andere Kultur darstellen. Sie benutzen diese Technik der positiven Höflichkeit absichtlich, um diese Art der Online-Suche zu rechtfertigen und somit den Gesuchten zu bestätigen, dass sie die islamischen Prinzipien nicht vernachlässigen: *„da ich (...) im Alltag so gut wie keine Möglichkeit habe, einen passenden Partner für die Ehe kennenzulernen, habe ich mich entschieden, es online zu versuchen“*. (IZ 16) UND *„es ist unglaublich schwer in diesem Land, einen Partner auf dem Halal-weg zu finden. Ich persönlich würde diesen Weg "Internet" nicht eingehen, leider habe ich keine besseren Alternativen gefunden.“* (IZ 6).

Die Religion spielt eine unübersehbare Rolle bei der Auswahlbegründung. Der Beweis des folgenden Inserenten ist ein Hadith des Propheten Mohamed, und zwar: *„Eine Frau wird aus 4 Gründen geheiratet: wegen Vermögens, Abkunft, Schönheit und Glaubens. Wähle die Gläubige.“* (IZ 10).⁹ Mit diesem Hadith ist gemeint, dass die Männer die Frau zumeist entweder wegen ihres Vermögens, ihrer Abkunft, ihrer Schönheit oder ihres Glaubens heiraten möchten. Aber wer eigentlich eine glückliche muslimische Familie gründen möchte, soll die gläubige Frau wählen.

Aus kultureller Sicht zählt das Alter bei den Muslimen mit arabischem Hintergrund zu den wichtigsten Gründen für die Online-

Partnerwahl. Ab 40 fühlen sich die Inserenten in den islamischen Anzeigen ratlos und ein wenig deprimiert, sodass sie sich dazu entschließen, einen Partner im Internet zu finden, da sie - ihrer Ansicht nach - keine Zeit für eine Beziehung haben. Die Verzweiflung ist ihr Motiv bzw. ihr Grund, wie die folgenden Beispiele zeigen: *“Ich habe bitte keine Zeit, und wünsche mir nur ernsthafter Leser ab 50 Jahre alt“*. (IZ 14) Und *„Die Hoffnung stirbt zu letzt: sagt man! Ich sollte die Chance nutzen, auch wenn ich weiß, daß es fast unmöglich ist, hier eine Schwester zu finden aber Allah weiß am besten.“* (IZ 9)

Ergebnisse der Arbeit

- Aus der Analyse der ausgewählten Kontaktanzeigen aus beiden Online-Zeitungen lässt sich schlussfolgern, dass die Kontaktanzeige eine geeignete Textsorte zur Realisierung der Merkmale der sprachlichen Höflichkeit ist. Außerdem steht die scheinbar einseitige monologische Beziehung zwischen dem Inserenten und dem Adressaten mit dem Konzept der integrativen sprachlichen Höflichkeit nicht in Widerspruch, weil sich die meisten Strategien der positiven Höflichkeit von Brown/Levinson weitgehend in der Textsorte „Kontaktanzeige“ manifestieren.
- Zwar weisen die analysierten Kontaktanzeigen im kontrastiven Kontext kulturelle und gesellschaftliche Unterschiede auf, aber die Realisierung der Strategien der positiven sprachlichen Höflichkeit bleibt international ähnlich. Wer sich entscheidet, seinen Wunschpartner online per Internetanzeige zu suchen, ohne einen direkten Kontakt bzw. eine Face to Face Kommunikation mit diesem Partner aufzunehmen, möchte sich immer positiv beschreiben und von diesem unbekanntem potentiellen Gesuchten geschätzt und als der Traummann oder die Traumfrau rezipiert werden.
- Auf Grund der Analyse der ausgewählten Kontaktanzeigen lässt sich bemerken, dass die zwei Strategien „Übertreibe dein Interesse, deine Wertschätzung oder deine Sympathie für Hörer“ und „Intensiviere das Interesse einer Mitteilung für Hörer“ für die Selbst- und Partnerdarstellung entscheidend sind und in den meisten Anzeigen zum Einsatz kommen. Es gibt Strategien zur Selbstbeschreibung und andere zur Partnerbeschreibung. Zu den Strategien der

Selbstbeschreibung gehören „Zeige, dass du die Bedürfnisse des anderen gut kennst“, „Mache Angebote und Versprechungen“, „Gib Gründe an“, „Mache Scherz“ und „Übertreibe dein Interesse und deine Wertschätzung“, wobei die Strategie „Intensiviere das Interesse einer Mitteilung für Hörer.“ grundsätzlich auf den Partner und auf die Vorstellung über die Art der gewünschten Beziehung (Heirat, Flirt, Partnerschaft usw.) bezogen ist und die Strategie „Nimm gemeinsame Basis an“ die Inserenten und Rezipienten betrifft. Die Strategien der Partnerdarstellung sind nicht so viel, da die Kontaktanzeige an erster Stelle dem Sich-Präsentieren dient.

- Die Hauptfaktoren, die für die Wahl dieser Strategien der positiven Höflichkeit und für die Art und Weise der Selbst- und Partnerdarstellung grundlegend sind, sind die **Kultur**, die **Religion** und das **Geschlecht** der Inserenten. **Im Folgenden wird die Rolle eines jeden Elements beleuchtet:**
- Das Geschlecht der Inserenten dient als entscheidender Faktor bei der Auswahl der Höflichkeitsstrategien, der nicht ohne Betrachtung der kulturspezifischen Faktoren zu analysieren ist. Die Frauen haben überall bestimmte allgemeine Anforderungen an eine Partnerschaft wie z.B. romantische Liebe, emotionale Bindung und Erfolg im Beruf. Die deutschen Frauen geben ausführliche Angaben über sich selbst und ihren potentiellen Partner preis. Sie neigen in der Regel dazu, ihre Persönlichkeit, ihre Figur, ihre Schönheit, ihre Attraktivität und ihre sexuellen Bedürfnisse mit Attributen wie „sexy und attraktiv“ zu beschreiben, was aber in den konventionellen Anzeigen der muslimischen Inserentinnen aus religiösen Gründen nicht erwähnt werden soll und darf.

Im Allgemeinen verwenden alle Frauen jedoch die assertive Strategie der Selbstdarstellung. Ansonsten stimmen die deutschen und die muslimischen Frauen miteinander darin überein, indem sie die gewünschten Partner in der Strategie „Intensiviere das Interesse einer Mitteilung für den Hörer“ darstellen und indem sie die Strategien „Mach Versprechungen“ und „Zeige, dass du die Bedürfnisse des Partners gut kennst“ wenig anwenden. Der Grund dafür könnte darin bestehen, dass

die Frau stets erwartet, dass der Mann ihre Bedürfnisse gut kennt, sie unterstützt und ihr die materielle Sicherheit bietet.

Andererseits sind die muslimischen Männer konservativer und praktischer veranlagt als die deutschen Inserenten, wenn sie sich ausdrücken und ihre Traumpartnerin beschreiben. Außerdem fehlt der romantische Effekt in den Anzeigen der muslimischen Männer im Vergleich zu den deutschen Inserenten. Der muslimische Inserent bevorzugt stattdessen, einen realistischen und frommen Eindruck zu hinterlassen, ohne auf eigene zukünftige Träume der anderen einzugehen. Daher benutzen sie immer die Strategie „Gib Gründe an“. Darüber hinaus beschäftigen sich die muslimischen Männer mehr mit der Selbstdarstellung und der Vorstellung eigener Bedingungen und Interessen, d.h. mit der Übertreibung eigener Interessen, als mit der Behauptung, dass sie die Bedürfnisse der gewünschten Frauen gut kennen würden.

Um der gewünschten Partnerin zu versichern, dass sie gute fromme Muslime sind, nach den Regeln der Scharia leben und den Islam praktizieren, verwenden die muslimischen männlichen Inserenten die defensive Selbstdarstellungsstrategie. Im Gegensatz dazu drücken sich die deutschen Männer offen und präzise aus. Sie verwenden zumeist die Strategien „Mach Angebote und Versprechungen“ und „Zeige, dass du die Bedürfnisse des Anderen gut kennst“. Außerdem ist es ihnen bei der Selbstdarstellung von großer Bedeutung, der potentiellen Partnerin zu zeigen, dass sie eine Schulter zum Anlehnen seien und ihr stets zu Seite stehen würden.

Als Beweis für die Frömmigkeit der muslimischen InserentInnen sowie für ihre Bemühung darum, das Selbstbild zu bewahren und beim Wunschpartner einen guten Eindruck zu hinterlassen, kommen bestimmte islambezogene Wörter und Ausdrücke mit religiösem Gepräge in den Anzeigen der Muslime zum Einsatz, die ursprünglich aus Quranversen stammen oder auf die islamische Scharia zurückzuführen sind, wie z.B. (Al-Ahamdulillah (Gott sei Dank) Salamu Aleikum, inshallah (So Gott will), Schwester, Bruder, Sunna (d.h. Aussprüche, Handlungen und Anweisungen des Propheten Muhammad), Quran, Diesseits und Jenseits, Iman (Glaube), fromm, Salaf, Muwahidah (d.h. wer daran

glaubt, dass Allah der Eine ohne Seinesgleichen ist.), Halal, Gottesfurcht, Allah sowie Din, Dunya & Akhira (Religion, Diesseits und Jenseits).

- Der zweite entscheidende Faktor, nach dem das Ziel der Inserenten differenziert ist, ist die Kultur. Das Ziel der Anhänger unterschiedlicher Kulturen bei der Partnersuche in Online-Plattform ist ein anderes. Die muslimischen Inserenten suchen Frauen lediglich zum Heiraten, während die Deutschen Frauen jemanden zum Verlieben, zur Freundschaft, zum Reisen oder zum Flirten suchen. Mit der Kultur der Muslime sind in diesem Sinne die islamische Kultur, Traditionen und die Scharia gemeint, vor allem weil die islamische Zeitung in erster Linie von Muslimen veröffentlicht wird und an Muslime in Deutschland und in der ganzen Welt gerichtet ist.
- Ein weiterer kultureller Unterschied besteht darin, dass die deutschen InserentInnen, die zumeist zwischen 40 und 80 Jahre alt sind, behaupten, dass sie in Zukunft ein ruhiges Leben voller Freude, Liebe, Phantasie und Abenteuer leben würden, wobei die zumeist jüngeren muslimischen InserentInnen sich nur mit der Frömmigkeit und der Praktizierung der Religion beschäftigen und sich ab dem Alter von 40 ratlos und ein bisschen deprimiert fühlen, sodass sie sich entscheiden, einen Partner im Internet zu finden, da sie - ihrer Ansicht nach - keine Zeit für eine Beziehung hätten. Die Motive der deutschen älteren Inserenten sind anders gelagert. Sie beschreiben entweder die Angst vor dem Alleinsein, die Suche nach Unterstützung oder die Suche nach einer Person, die dieselben Hobbys hat und mit der man viele Dinge unternehmen könnte. Trotz des Alters haben sie noch das Gefühl, dass sie jünger als ihr biologisches Alter seien. Deswegen betonen sie stets, dass sie optimistisch seien und noch Hoffnungen und Träume im Leben hätten. Andererseits besteht das Motiv der muslimischen InserentInnen darin, passende Partner mit derselben Religion zu finden, damit sie die Religion zusammen praktizieren, d.h. (Deen) vervollständigen können.

Literaturverzeichnis

- Bachmann-Stein, Andrea (2011): Kontaktanzeigen im World Wide Web. In: Schäfer, Patrick/Christine Schowalter (Hgg.): *In mediam linguam. Mediensprache – Redewendungen – Sprachvermittlung*. Festschrift für Heinz-Helmut Lüger. Landau: Verlag für empirische Pädagogik, 95-110.
- Borisov, Vladimir (2012): *Kommunikationsstrategien und Selbstdarstellung im politischen Fernsehinterview*. Dissertation. Technische Universität Berlin.
- Bouchara, Abdelaziz (2002): *Höflichkeitsformen in der Interaktion zwischen Deutschen und Arabern. Ein Beitrag zur interkulturellen Kommunikation*. Tübingen: May Niemeyer Verlag.
- Breuer, Ludwig Maximilian (2010): *Thesen zur funktional-dynamischen Betrachtung sprachlicher Höflichkeit*. Magisterarbeit. Universität Wien.
- Brown, Penelope/Levinson, Stephen C. (1987/1994): *Politeness. Some universals in language usage*. Cambridge.
- Brown, Penelope/Levinson, Stephen C. (1978): *Universals in language usage: politeness phenomena*. In: Goody, Esther N.: *Questions and politeness. Strategies in social interaction*. Cambridge Uni. press, 56-324.
- Eckkammer, Eva Martha (1999): *Ich suche Dich: Ergebnisse eines Pilotprojekts zur Kontaktanzeige in Romania und Germania*. In: Eckkammer, Eva Martha, Nicola Hödl & Wolfgang Pöckl (Hg.). *Kontrastive Textologie*. Wien, 131–175.
- Ehrhardt, Claus/ Neuland, Eva/ Yamashita, Hitoshi (2011): *Sprachliche Höflichkeit zwischen Etikette und kommunikativer Kompetenz. Sprache- Kommuikation- Kultur. Soziolinguistische Beiträge. Band 10*. Frankfurt am Main, Bern, New York: Peter Lang, 129-147.
- Gerke M.A., Mareike (2012): *Anforderungen an Partnerschaften. Eine qualitative Inhaltsanalyse von Kontaktanzeigen aus dem Internet*. Dissertation, Universität Köln.
- Goffman, Erving (1986). *Interaktionsrituale. Über Verhalten in direkter Kommunikation*. Band 594. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Marfurt, Bernhard (1978): *Textsorte und Interaktionsmuster*. In: *Wirkendes Wort*. Band 28. Trier, 19-35.
- Morkūnienė, Rimantė (2007): *Kontaktanzeigen in deutschsprachigen und litauischen Zeitungen. Eine vergleichende Korpusanalyse*. Magisterarbeit. Pädagogische Universität Vilnius.
- Neuland, Eva (2008): *Sprachliche Höflichkeit – eine Schlüsselkompetenz für die interkulturelle Kommunikation*. In: Riedner, Renate/Steinmann, Siegfried (Hrsg.): *Alexandrinische Gespräche. Forschungsbeiträge ägyptischer und deutscher Germanistik*. München, 169-185.
- Peštová, Alžběta (2010): *Linguistische Analyse der Kontaktanzeigen in österreichischer Zeitungen*. Magisterarbeit. Německá filologie. Olomouc.
- Riemann, Viola (1999): *Kontaktanzeigen im Wandel der Zeit. Eine Inhaltsanalyse*. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Rinnekangas, Arja (2013): *Das persönliche Glück auf dem unpersönlichen Markt. Deutsche und finnische Kontaktanzeigen im 20. Jahrhundert. Eine kontrastive und*

diachrone Textsortenuntersuchung. Dissertation an der Universität Åbo Akademi Tyska språket och litteraturen Åbo, Finland.

- Rutkowski, Nicole (2003): Kontaktanzeige im intermedialen Vergleich. Essen (verfügbar an http://linse.uni-due.de/tl_files/PDF_in_Katalog/publikationen/ESEL/kontaktanzeigen.pdf letzter Zugriff am 07/09/2019)
- Sava, Doris (2015): Kontaktanzeige aus sprach- und kulturvergleichender Perspektive. Ausblick auf künftige Forschungsaufgaben. Lucian-Bлага-Universität Sibiu/Hermannstadt.
- Sibylle von Tiedemann (2012): „Suche keinen Flirt.“ Eine handlungstheoretisch orientierte Untersuchung russischsprachiger Heiratsanzeigen von 1906 bis 1918, Dissertation an der Ludwig–Maximilians–Universität München.
- Skopek, Jan (2011): Eine quantitative Analyse von Strukturen und Prozessen der Online-Partnersuche. 1 Auflage. VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Stolt, Birgit / Trost, Jan (1976): Hier bin ich! Wo bist du? Heiratsanzeigen und ihr Echo analysiert aus sprachlicher und stilistischer Sicht. Kronberg/Ts: Scriptor Verlag.
- Tedeschi, J. T. & Norman, N. (1985). Social power, self-presentation and the self. In B. R. Schlenker (Hrsg.), The self and social life. New York: McGraw Hill, 293-322.

Internetquellen

<http://www.uni-kassel.de/fb4/psychologie/personal/lantermann/sozial/stil.pdf> (letzter Zugriff am 25.06.2019)

<https://marktplatz.zeit.de/kennenlernen/> (letzter Zugriff am 03.07.2019)

https://de.wikipedia.org/wiki/Die_Zeit#Zeit_Online (letzter Zugriff am 03.07.2019)

<https://www.islamische-zeitung.de/kleinanzeigen/> (letzter Zugriff am 15.07.2019)

https://de.wikipedia.org/wiki/Islamische_Zeitung (letzter Zugriff am 22.07.2019)

Anhang

Zeit Online (ZO)

1. **Ein Alphamann der Superlative**, 56 Jahre - 186 cm, ungemein attraktiv. Sehr erfolgreich und vermögend, er liebt schnelle Autos, Wellness, Riesen. Seine Domizile erstrecken sich über die ganze Welt. In Hamburg, Kitzbühel oder Florida, er ist überall zu Hause. Er weiß, was er will, kann sich durchsetzen u. hat das Sagen. Zu seiner Frau wird er zärtlich u. großzügig sein. Sie beschenken u. Ihnen jeden Wunsch von den Augen ablesen. Er wird für Sie da sein. Männer dieser Art gibt es nicht wie Sand am Meer. Gerty Mayerhofer persönlich +49 0 15122345743.
2. **Eigentlich ist alles gut**. Eigentlich. Aber dann fehlt da doch etwas Wichtiges. Vielleicht bist du in ähnlicher Lage? 170/65, 69J. Jung geblieben im Kopf, auf dem auch noch braune Haare sprießen, mit einer Menge Lebenserfahrung, Optimismus, Humor und Phantasie sucht ein passendes Pendant, die auch den Wunsch nach einer freundschaftlichen anregenden Beziehung hat, ohne eine konventionelle Bindung zu suchen. Raum Tü, Mail bitte mit Bild an: sincerely.yours@t-online.de
3. 34 j. Sehr sportlicher/aktiver Familien-Mensch, musikalisch, bibliophil., vielseitig interessiert und weltoffen, zielstrebig und eigenständig, zuverlässig, empathisch und humorvoll, sucht weibliche Ergänzung in Nordhessen oder Umgebung. Bwv1004@gmx.net
4. **Du willst sie doch auch...** die erotischen Entdeckungsreisen jenseits des Alltags... Du die schöne sinnliche, aber vernachlässigte Prinzessin. Ich der letzte Gentleman,

- Charmant + attraktiv 46j, 1,86m, geb., der unendlich sanft massieren kann (in Berlin)... gentlemann_fmm@gmx.de
5. **Anonymer Romatiker** (49/148), ledig, ohne Bauch und Altlasten, sympathischer, harmoniebedürftiger Beherrscher der gängigen Zivilisationstechniken, mit großer Klappe und viel dahinter, den Blick über den Tellerrand schätzend und sich selbst nicht zu ernst nehmend, gerne faul und sportlich findet, sucht zur Krönung des Glücks eine selbstbewusste, lebendige, unabhängige Frau für gemeinsames Leben in entspannendem Luxus in Berlin.
 6. **Charmanter Topmanger**, 43/179 Ein authentischer großzügiger Gentleman und gebildeter Kosmopolit. mit 2. Heimat in Südengland. Äußerst erfolgreich mit steiler Karriere, gehobenem Lebensstil, der Geselligkeit u. interessante Freunde um sich liebt. Ein sympathischer Typ zum Verlieben, der sein (Herzblatt) sucht: sexy, modisch, elegant, selbstbewusst, für die es zu kämpfen lohnt u. Ihm kein Weg zu zweit it. Weitere Infos: Dörte Vardil.
 7. **Dich- suche ich!** Mann (NR.ev, 68, 168, 56, Arzt) sucht Frau, der Empathie, Nähe, Vertrauen und Achtsamkeit wichtig sind, ebenso gute Gespräche, Austausch und Zärtlichkeiten, füreinander da sein, sich Halt geben und ergänzen, Lasten teilen, Freude gemeinsam genießen!(...)“ Lass uns den Alltag und das Zusammenleben lieben und gemeinsam älter werden. Zuschriften gern mit Bild an ZA 128795, Die Zeit Hamburg.
 8. **Keine Zeit für Beziehung**, aber... trotzdem fehlt dir als selbstbewusste, genussfähige Frau ab 40 ab und zu ein charmanter Mann für Zweisamkeit zum Ausgehen, Reisen, Kuschneln, für Wellnessreisen usw. dies alles ohne Beziehungsstress? Dozent, 58, freut sich daher auf die Mail an: Treffichdich@gmx.de
 9. **Streunder Wolf**, hungrig, frustriert, neugierig und sehr charmant, sucht Sie in ähnlicher Situation, für altmodische, amouröse Beziehung (mails und more).
 10. Musikberg.prof. Dr. Med. 52J. E. Klassenmann mit Humor+ Lachfalten, sucht intell. Partnerin.
 11. **Zusammenleben - getrennt wohnen.** Feminine, facettenreiche, Mitt60erin, völlig unabhängig, welt- und eheerfahren in Osthessen sucht gepflegten Herrn ohne Altlasten auf Augenhöhe für gemeinsame Unternehmungen. Er sollte gerne reisen, Musik hören, geistig und finanziell kompatibel sein. Entscheidend ist das erste Lächeln und Ihr HumorZA 128839 Die Zeit.
 12. **Warum Du?** Weil Du Herzensbildung hast, gern lachst, weltoffen und neugierig bist. Ich suche einen Freund (gerne auch jünger), mit dem ich Kultur erleben, reisen und interessante Freizeit verbringen kann. Vielleicht entwickelt sich mehr. Ich lebe in HH, 69J/160, schlank.
 13. Hamburgerin mit Ausstrahlung sucht einen Mann zum Verlieben. Ich bin 50 Jahre alt.schl. begegne dem Leben mit Humor und meistens mit Gelassenheit. Ich finde Verbindlichkeit „sexy“ und bin in meiner politischen Haltung eher links. Freue mich auf Post.
 14. **„welcher gebildete, weltoffene Mann, Genießer und Feinschmecker, jünger oder älter möchte nochmals eine anregende Beziehung mit einer Frau aufbauen?“** Ich bin Akademikerin, Dr. Pgil, ende 60, interessiert an Literatur, Kultur, Geschichte, Politik, Jazz und vielem mehr. Ich koche gern. Bin vital und lebensfroh, großzügig und verlässlich und suche einen ebenbürtigen Mann als Freund, Gesprächspartner und Reisebegleiter. Fühlen Sie sich angesprochen? Wenn ja freue ich mich über Ihre Zuschrift an erato236@gmx.ch.

15. **Erotik, Charme, Verführung pur...** bildhüb., Zahnärztin, 54/167, schick., zärtl., möchte weiser Nähe + Liebe erleben, Gratsruf 0800 222 89 89.
16. **Summer in the City- mit Dir?** Musik, Literatur, Empathie, Herz, Humor . Akademikerin, 42, aus Ffm, sucht Pendant mit großem Herz und viel Humor. Ich freue mich auf Dich.
17. **Hi Realmann,** Ich 39/178 blond und ehrlich, offen, powervoll suche Dich zum Kuscheln, Familie gründen und um das bunte Leben mit einem Lachen zu teilen. Du bist min. 180/dunkelhaarig/ 35-47 und ein aktiver, naturliebender Mensch. Freue mich auf Deine Nachricht.
18. **80 Jahre und nicht immer weise...** suche ich einen selbstbewussten, geistreichen, fairen Mann mit Herz und Verstand, der weiß, was er will, der aber liebevoll sein kann. Ich bin 83/160 schlank, rothaarig, hingebungsvoll, auch mal widerspenstig, viels. Interessiert (Politik, Kultur) und immer noch neugierig auf Sie manches. Freue mich auf Ihre Zuschrift. Chiffre ZA.128787
19. **Findest du mich?** Ich suche nicht, da ich vollständig bin. Aber ich wünsche mir eine reife und lebendige Partnerschaft. Ich bin eine attraktive, weibliche, feinsinnige Frau, die eine starke Präsenz hat. Zart und klar. Hochsensibel und stark. Herzlich und intelligent. Erfrischend natürlich, lebendig und gelassen. 1,75, sehr schlank und sportlich, ungebunden (...) Wie findest du mich?
20. **Marlboro Mann gesucht.** Ich, 54J, 1,68m. zierlich-weibliche Figur, blonde überschulterlange Haare, blau-grüne Augen, suche meinen persönlichen nicht rauchenden Marlboro Mann, der seinen eigenen Weg geht und gegen den Strom und nicht im Mainstream des ständigen weiter Optimierens unterwegs ist, der mit beiden Beinen im Leben steht, freiheitsliebend aber nicht treulos, der seine Zeit lieber in der realen anstatt in der virtuellen Welt verbringt.

Islamische Zeitung (IZ)

1. **Humorvolle Muslima für die Mehrehe Gesucht** Assalamu alaykum wa ramahtullah wa barahkatuh. Diese Hochzeitsanzeige habe ich geschaltet, um meine 2 Frau zu finden für die Mehrehe .Du kannst auch gerne Kinder haben oder geschieden sein. Das Aussehen ist für mich zweitrangig, wichtig ist, dass du deine Pflichten als Ehefrau kennst und du sie von Herzen tätigst. Du sollst in der Lage sein dein Bundesland zu verlassen, um in deinem neuen Wohnort Berlin zu leben. Zu mir 34 Jahre , blaue Augen, 188 cm groß, dunkel kurze Haare, Rechtschaffen (Berufstätig), konvertiert, trage Bart, und bin praktizierend , mit Humor, noch dazu gutmütig, ehrlich , loyal , geduldig und Höre auch gerne mal zu. Ich bilde mich gerne weiter in Seminaren in der Moschee, lese gerne auch islamische Bücher.
2. **Muslim 29j suche Ehefrau vielehe** Ich lebe in Frankfurt mit Familie zusammen. Ich suche Ehefrau für vielehe. Bin 29 Jahre, komme aus Türkei Mardin Herkunft Araber. Ich suche eine Ehefrau, die sich anpassen und gehorsam ist und ich erwarte auch dass sie sich bedeckt mindestens hijab, wenn nicht Anfang dann nach der Zeit kein Zwang. Mir ist es wichtig, dass die Muslima weiß, dass ich verheiratet bin und mich so akzeptieren muss und dass sie auch so ehrlich ist so wie ich zu ihr. Ich würde selber niemals was heimlich machen ,es wäre auch gut wenn ich sehen würde, wenn ich kennenlerne und sie sollte jünger als ich sein .
3. **Muslimische Mowahida Frau gesucht** Asalamo alaykom. Ich suche auf diesem Wege eine rechtschaffene Frau, die den Islam praktiziert. zu mir: ich bin 30j 176cm 56kg hellbraun ursprünglich aus Marokko. Ich bete und lese Kuran regelmaessig alhamdulillah bin nett freundlich sensibel und einfühlsam. Bin ein Familienmensch, der gerne mit der Familie viel Zeit Zuhause verbringt (...) Zu dir: Alter bis 34 Alt,

mit oder ohne Kinder ist egal. Du legst keinen grossen Wert auf diese Dunya. Folgst du Aquida von Salaf, melde dich, (bitte keine Richtungen wie Aschaari, Suffismus, Takfiris, Murjiaa)

4. **Oh Du Muslima! Heirate mich!** Essalamo Aleikom, eine zukünftige Gattin, die mich glücklich machen würde und ich sie am glücklichsten machen könnte, wird ab heute gesucht. Bin 47 JA. Keine Kinder. Wohne und arbeite in Berlin. Alle Fragen bekommen inscha Llah eine schnelle Antwort. Allah ist unser Genüge. Wa Salam.
5. **Strenggläubiger Moslem sucht seine vierte Queen.** Salam3aleikum wa lahmutula wa barakadu. Du bist bereit, dich der Herrschaft des Islam und deines Ehemanns unterzuordnen? Dann lies weiter. Dich erwartet ein schönes Zuhause. Du solltest unter 30Jahre, hübsch und gesund sein. Bereit sein eine Familie zu gründen. Bitte antworten nur mit Bild.
6. **Suche meine Prinzessin** Salamu Aleikum liebe Geschwister, es ist unglaublich schwer in diesem Land, einen Partner auf dem Halalweg zu finden. Ich persönlich würde diesen Weg "Internet" nicht eingehen, leider habe ich keine besseren Alternativen gefunden. Ursprünglich komme ich aus Damaskus und vom Beruf her bin Ingenieur . Bin alhamdulillah sehr sportlich und islamisch erzogen. Mehr über mich und meine Familie beim Kennenlernen. Zu deiner Person: du bist Muslima. Beten und Fasten sind für dich keine Fremdwörter. Du ziehst dich angemessen an, also du bist keine die halb nackt oder mit zu engen Klamotten auf die Straße geht.
7. **Araber, Ingenieur aus Nürnberg sucht Ehefrau** Salam3aleikum, Du bist auf der Suche nach einem Partner! Der wie Du im Spannungsbogen zwischen Orient und Okzident lebt. Der Dich in Deiner besonderen Situation versteht und unterstützt. Dann bist Du bei mir genau Richtig!;-) Ich bin ein gebildeter und in beiden Welten aufgewachsener Araber, der in Nürnberg lebt. Du bist unter 30 Jahre. Über Deinen Kontakt freue ich mich.
8. **Bruder (24) aus Berlin sucht Schwester zwischen 18 und 27** Selam Aleikum Wa Rahmatullah. Zu meiner Wenigkeit: Ich bin 24 Jahre alt, komme aus Berlin und bin berufstätig. Ich habe schon immer gearbeitet und bin sehr wissbegierig. Ich würde mich selbst als emotional und empathisch bezeichnen. Ich denke gerne über Gott und die Welt nach und liebe es mein Wissen zu erweitern. Ich mag es auf meine Fehler hingewiesen zu werden und das egal von wem, in sha Allah auch in Zukunft von meiner Frau . Ich lese gerne, diskutiere über verschiedene Themen (natürlich auch islamische) und möchte mich stets weiterentwickeln. Ich lege sehr viel Wert auf gegenseitigen Respekt und Gespräche auf Augenhöhe. Ich liebe es zu scherzen und zu lachen.
9. **Schwesterherz gesucht** Bismillah! Die Hoffnung stirbt zu letzt: sagt man! Ich sollte die Chance nutzen, auch wenn ich weiß, daß es fast unmöglich ist, hier eine Schwester zu finden aber Allah weiß am besten! Zu mir :41 Jahre alt, Deutsche Pass mit türkischen Wurzeln selbstständig, Fliesenleger, war verheiratet, habe 2 Kinder 8j & 4j (leben bei Mutter), 1,80 m 75kg ,verreise gerne öfter im Jahr wenn Kleingeld stimmt, praktiziere die Religion seit etwa 10 Jahren, (Bin in keiner Sekte) Die Schwester sollte bedeckt sein und Pflichtgebete einhalten. Bis 41 Jahre und nicht jünger als 30, kann verheiratet gewesen sein. Am liebsten wäre mir auch eine Türkin, hab da meine persönlichen Gründe !Am besten aus nrw möchte nicht umziehen, da ich Kinder habe, die ich 1 mal die Woche sehe. Salam
10. **Eine nette Frau gesucht** Salam Alikum, Eine Frau wird aus 4 Gründen geheiratet: wegen Vermögens, Abkunft, Schönheit und Glaubens. Wähle die Gläubige.. Auf diesem Wege versuche ich Mal mein Glück hier und möchte eine gläubige

- respektvolle Frau heiraten, da ich aus einer konservativen Ecke herkomme. Ich bin 37J, geschieden. salam Alikum
11. **M23 konvertiert, sucht gottesfürchtige Muslima** Ass selamu aleykum wa ramatullah, ich bin seit einem halben Jahr Muslim Alhamdulillah und praktiziere so gut es geht. Bete 5x am Tag und erfülle alle weiteren Pflichten. Ich lerne jeden Tag mehr dazu und strebe nach Wissen. Ich suche eine Frau, um Allah näher zu kommen und inshaAllah eine Familie zu gründen. Die Nationalität spielt keine Rolle. Ich bin zwar deutscher, sehe jedoch südländisch aus, da nur mein Vater deutscher ist. Bei Fragen könnt ihr mich gerne kontaktieren.
 12. **Wahre humorvolle Liebe** Assalamu aleikum, ich 21 suche einen Mann (23-28 j.a.) mit Humor und Charakter. Arabisch sollte er sprechen können. Und das aller wichtigste (...) er sollte praktizierend sein. Ich möchte eine nach dem quran gehende Ehe führen. Ich würde mich freuen, ein Gegenstück zu mir zu finden. Zu mir: Abgeschlossene Ausbildung, trage noch kein Hijab..aber möchte. Bin ein Familien-Mensch und sehr humorvoll. Ich zwar auch noch nie verlobt oder verheiratet. Bitte nur ernste Anfragen. Warleilum assalam.
 13. **Suche Ehemann ab 27 Jahren** Selam Alaikum, ich bin auf der Suche nach einem aufrichtigen Muslim. Ein Muslim, der die Religion verstanden hat, aber auch einen mittleren Weg fürs Leben gefunden hat. Din,Dunya& Akhira. Ich suche einen Lebenspartner, jemand, der gemeinsam mit mir einen Weg gehen möchte. Zu mir: 27 Jahre alt, Hijab, Familienmensch, berufstätig, verreise gerne, geschieden.
 14. **Sind Sie ernst und ab 50 jahre alt Mann?** Asalam alikum Guten Tag. Diese Anzeige auf diesem Weg jemand kennenzulernen. Ich bin eine Marokkanerin , 47 Jahre alt, geschieden, habe keine Kinder. Ich bin bodenständig, seriöse, gut erzogen, und kultiviert. Diese Eigenschaften wünsche mir von Ihnen auch. Ich habe bitte keine Zeit, und wünsche mit nur ernsthafter Leser ab 50 Jahre alt. Nationalität spielt für mich kein Rolle .Viel Erfolg an Alle
 15. **Eine gesegnete Blühende Ehe** Salam a3laikum, wenn du ein tugendhafter Muslim Mann bist und dich nicht auf die Medienwelt fixierst, das heißt nicht oberflächlich bezogen auf das optische, kannst du dich bei mir melden. Ja, ich habe unreine Haut und Rötungen...(was normal ist und keine Krankheit) bin nicht perfekt (niemand ist perfekt !) aber besitze Alhamdulillah ein Herz mit Reichtum mein deen ♥ So wie im guten auch in schlechten Zeiten sollte ein Muslim füreinander da sein. Das macht eine gesegnete Ehe nach Allahs Wohlgefallen aus. Es geht nicht in der Schönheit darum, ein schönes Gesicht zu haben, es geht eher darum einen schönen Verstand, ein schönes Herz und eine schöne Seele zu haben.
 16. **Muslima (37) sucht Muslim mit Herz und Verstand** Salam alaikum wa Rahmatullahi wa Barakatuh, da ich (37/etwas über 1,70m groß/schlank) im Alltag so gut wie keine Möglichkeit habe, einen passenden Partner für die Ehe kennenzulernen, habe ich mich entschieden, es online zu versuchen. Ich bin praktizierend, gebildet, bescheiden, ehrlich und verantwortungsbewusst. Ich mag Spaziergänge, Menschen mit Humor und positivem Mind, tiefgründige Gespräche, leckeres Essen und noch so einiges mehr. Wenn du zwischen 35 und 45 Jahre alt bist, gebildet und praktizierend, einen Aufenthaltsstatus hast, verantwortungsbewusst und an einem Kennenlernen im halalen Rahmen interessiert bist, freue ich mich über eine Nachricht von dir.
 17. **Konvertierte Deutscher Mann bis 44 Jahre gesucht** Salamualeikum!Ich bin 38, werde aber meistens jünger eingeschätzt und als gutaussehend alhamdulillah. Bin 160m groß,religiös,gelernte PTA ,momentan Hausfrau und habe 4 Kinder. Auf

diesem Weg suche ich einen konvertierten, gebildeten, attraktiven, treuen, liebevollen, religiösen Deutschen Mann. Du solltest keinen eigenen Kinderwunsch besitzen und meine Kinder wie deine eigenen lieben können. Zudem möchte ich mit meinem Partner den Iman gegenseitig stärken können. E-Mail-Adresse:wahideh81@gmx.de

18. **Muslima sucht Ihre zweite Hälfte** Salam alaykum, Ich möchte mein deen vervollständigen und eine Familie Gründen. Die Ehe ist ein schöner Lebensabschnitt mit dem richtigen Partner in Sha Allah. Zu meiner Person: 28 j. 1.63m normalgewichtig. Europäisches Erscheinungsbild. Lebhaft in NRW (hier geboren) Ursprünglich aus Marokko. Ich arbeite als Sozialpädagogin. Ich bin eine praktizierende Frau jedoch auch modern zugleich. Ich bin humorvoll, sympathisch, bodenständig, verantwortungsvoll und familiär. All das was ich mitbringe, erwarte ich von meinem Zukünftigen in Sha Allah. Du sollst zwischen 28 bis 37 Jahre alt sein und mit beiden Beinen im Leben stehen.
19. **Partner fürs Leben gesucht.** Assalamu 3aleikum, ich (W) versuche hier einfach mal mein Glück. Ich suche einen Partner (M) fürs Leben. Einen Menschen, der mit beiden Beinen im Leben steht und weiß, was er will. Einen Menschen, der humorvoll und warmherzig ist. Jemanden, der modern aber trotzdem religiös ist. Er sollte größer sein als ich - also mindestens 1,80 m sein. Nun zu mir: Ich bin 25 Jahre alt, voll berufstätig und habe marokkanischen Hintergrund.
20. **Religiöser, gebildeter Muslim zwischen 45-51 gesucht!** Ich bin eine türkische Hijabi, Mitte 40, die ihre Religion liebt und sie so gut praktizieren. Ich bin sportlich, gebildet und attraktiv. Mein zukünftiger Ehepartner sollte ein Muslim mit ähnlichen Eigenschaften sein. Er sollte ein Akademiker im Alter zwischen 45-51 und möglichst türkischsprachig sein. Hayr insha Allah!
21. **Bismillah.** Liebevolle, mondäne Muslima (36J) sucht einen vornehmen Muslim zum Heiraten. Ihre Ehevorstellung ist eine niveauvolle Partnerschaft auf Augenhöhe, gestärkt durch Glaube, Wertschätzung, Respekt sowie Vertrauen. In der, Liebe und Kompatibilität bzgl. Ansichten, Wertvorstellungen, Familiensinn uvm. harmonisieren. Gesucht wird ein Mann mit Ikhlas u. Adab, einem islamkonformen gesundem Lebensstil, klaren sicheren Lebensstrukturen zwischen 32-42 Jahren, einer Größe ab 1.80m, ohne Kinder.
22. **Suche eine Frau zum Heiraten** Selam aleykum. Ich bin Albaner, 30 Jahre, 176 cm, meine (Haare) sind schwarz und ich habe braune Augen. Ich bin ein freundlicher, ehrlicher, zuverlässiger, humorvoller und offener Mensch. Suche eine Frau zum Heiraten (ehrlich, Familienmensch, gutherzig, zuverlässig, vertrauensvoll). Arbeite im kaufmännischen Bereich und war noch nie verheiratet. Du solltest hier in Deutschland geboren oder aufgewachsen sein. Herkunft oder Aussehen spielt für mich keine zu große Rolle. Bitte nur ernstgemeinte und ehrliche Anfragen. Wenn du mich gerne kennenlernen möchtest, dann melde dich.

¹ <http://www.uni-kassel.de/fb4/psychologie/personal/lantermann/sozial/stil.pdf> (letzter Zugriff am 25.06.2019)

² <https://marktplatz.zeit.de/kennenlernen/> (letzter Zugriff am 03.07.2019)

³ https://de.wikipedia.org/wiki/Die_Zeit#Zeit_Online (letzter Zugriff am 03.07.2019)

⁴ <https://www.islamische-zeitung.de/kleinanzeigen/> (letzter Zugriff am 15.07.2019)

⁵ https://de.wikipedia.org/wiki/Islamische_Zeitung (letzter Zugriff am 22.07.2019)

⁶ Rohe (2011:9) versteht unter Scharia „die Gesamtheit aller religiösen und rechtlichen Normen und Mechanismen zur Normfindung und Interpretationsvorschriften des Islam“ (Rohe, M. (2011): Das Islamische Recht. Beck, München.)

⁷ Mit Halal werden die Handlungen gemeint, die nach dem islamischen Recht zulässig sind.

⁸ Din, Dunya & Akhira bedeutet auf Deutsch: Religion, Diesseits und Jenseits.

Der Hadith auf Arabisch lautet:⁹

قال النبي صلى الله عليه وسلم: "تُنكح المرأة لأربع: لمالها ولحسبها ولجمالها ولدينها، فاظفر بذات الدين تربت يداك

