

Luisa Streckenbach

„Der Weg des wahren Mannes“ und die Vergeschlechtlichung der Selbstoptimierung

Eine empirische Analyse der Community der Pickup Artists

Zusammenfassung: Pickup Artists beschäftigen sich mit der ‚Kunst der Verführung‘ und imitieren dabei die Strategien von sexuell erfolgreichen Männern. Mit dem Gruppendiskussionsverfahren wurde der Frage nachgegangen, inwiefern die Community der Pickup Artists Männlichkeiten konstruiert. Es zeigt sich, dass Mann-Sein für die Pickup Artists nur in seltenen Fällen ‚von Natur aus‘ vorhanden ist und in der Regel erworben und aktiv gesichert werden muss. Der Analyse zufolge besteht grundsätzlich die Gefahr, das Mann-Sein und die von den Pickup Artists als positiv bewerteten stereotyp-männlichen Merkmale zu verlieren. Es bedarf „harter Arbeit“ an sich selbst, um zu lernen sich zu „verhalten, wie ein Mann sich verhalten sollte“ – dieses Projekt der vergeschlechtlichten Selbstoptimierung wird als der „Weg des wahren Mannes“ bezeichnet. Es konnten drei Männlichkeitstypen, die ‚wahre‘, die ‚fehlende‘ und die ‚potentielle‘ Männlichkeit, rekonstruiert werden, welche für das Funktionieren der Community der Pickup Artists ausschlaggebend sind.

Schlagwörter: Pickup Artist; Männlichkeiten; Selbstoptimierung; Geschlecht; Gruppendiskussion.

“The Path of Real Men” and the Gendering of Self-Optimization An Empirical Analysis of the Pickup Artists

Abstract: Pickup Artists devote themselves to the ‘art of seduction’ and they imitate the strategies of sexually successful men. To reach the goal of this research project – to answer the question how masculinities are constructed by the Pickup-Community – the group discussion method was applied. It turns out that being ‘a real man by nature’ does rarely exist for the Pickup Artists and that masculinity must be acquired, earned and actively secured. According to the analysis there’s a general risk of no longer being a ‘real man’ and of losing the male-stereotype features, which are positively rated by the Pickup Artists. It requires “hard work” to learn to “behave as a real man should behave” – this project of gendered self-optimization is called the “path of real man”. Three types of masculinity could be reconstructed, the ‘true’, the ‘missing’, and the ‘potential’ masculinity, which are crucial for the functioning of the Community of Pickup Artists.

Keywords: Pickup Artist; Masculinity; Self-Optimization; Gender; Group discussion.

Einleitung

Der Journalist Neil Strauss gehört – seiner eigenen Beschreibung zufolge – zu den Männern, die für Frauen wenig attraktiv sind. Er ist klein, kahl, unscheinbar und schüchtern (vgl. Ganahl 2005: 1). Er selbst beschreibt sich als „[e]wig frustrierte[n] Loser“ (Strauss 2006: 16), der keine Chance bei Frauen hat. Als

er eine geheime Community von Männern entdeckt, die sich selbst als Pickup Artists¹ bzw. „Verführungskünstler“ bezeichnen, werden ihm neue Möglichkeiten offenbart: „Before I [Strauss] learned the game, I would sit and watch everyone else have fun“ (Ganahl 2005: 1). Mit strategisch genau geplanten Abläufen, die in Workshops von den *Gurus (Masters)* der Community erklärt werden, soll es ihm ermöglicht werden, sich für Frauen interessant zu machen und sie zu verführen. Die Journalistin Jane Ganahl schreibt: „This society has its own language, its own standards of behavior. And it all served to elevate Strauss from an AFC (average frustrated chump) to an MPUA (master pickup artist)“ (ebd.: 1). Es scheint das Ziel der Community zu sein, die überwiegend männlichen Mitglieder nach stereotypen Merkmalszuschreibungen² ‚männlicher‘ zu machen, sodass sie mehr Erfolg bei Frauen haben. Dabei scheint es, als suchten sie nach Anerkennung ihrer Männlichkeit und änderten dafür ihr Verhalten und Aussehen, um das zu kompensieren und schließlich zu beseitigen, was Andreas Heilmann einen „vermeintlichen Mangel an Männlichkeit“ (2007: 63) nennt – damit würden sie sich einem Optimierungsparadigma unterwerfen.

Viola von Thöne gehört zu den wenigen Autor*innen, die sich wissenschaftlich mit der Community auseinandergesetzt haben. In ihrer Arbeit setzt sie sich auf theoretischer Grundlage Erving Goffmans mit den manipulativen Strategien der Pickup Artists auseinander (vgl. 2012). Eric C. Hendriks beschäftigt sich in seiner Arbeit „Ascetic Hedonism: Self and Sexual Conquest in the Seduction Community“ mit der Community als Selbsthilfebewegung (vgl. 2012). In den USA wurde die Community vor allem in populären Medien³ aufgegriffen.

Dieser Beitrag⁴ soll eine Verbindung zwischen Männlichkeitsforschung und dem Phänomen Pickup herstellen. Um der Forschungsfrage, inwiefern die Community Männlichkeiten konstruiert und dabei gesellschaftliche Strukturen nutzt, empirisch nachgehen zu können, führte ich Gruppendiskussionen mit Mitgliedern dieser Community durch. Das Ziel ist hierbei nicht nur Pickup begreifen zu können, sondern ein gesellschaftliches Phänomen in den Kontext der Gegenwartsgesellschaft zu stellen, um so Rückschlüsse auf die Gesellschaftsstruktur mit den darin verwobenen Geschlechterkonstruktionen zu ermöglichen.⁵

Ein Blick hinter die Kulissen der Pickup Artists

Werde dir darüber klar, dass du hier bist, weil du mit dir schon länger unzufrieden bist. Du bist nicht hier um eine Frau aufzureißen und dann alles fallen zu lassen. [...] Du bist hier, weil du etwas lernen möchtest und deinen Lebensstandard verbessern willst. Du bist hier weil du ein AFC bist, ein Nice Guy. Das heißt einer Frau nachzurrennen und für sie Dinge zu machen, weil du möchtest, dass sie dich mag, das ist der größte Fehler. Tu Dinge, weil sie dich (und du sie) mag(st), aber unternehme nichts damit sie dich mag. Also werd dir klar darüber, dass du deinen Arsch hochbekommen und dich verändern musst. Von nichts kommt nichts und wir

können dir sicher sagen, dass du es nicht in einer Woche, einem Monat oder einem Jahr hinbekommst. Pickup ist eine Entwicklung für dein Leben! Also tu etwas für dein Leben. Im Gegenzug können wir dir viel Spaß versprechen! (PF01⁶)

Seit der Veröffentlichung einer Autobiographie von Neil Strauss ist „die Szene verstärkt ins Bewusstsein der Öffentlichkeit gedrungen“ (Thorn 2013: 9). Besonders das Internet ermöglicht den (angehenden) „Verführungskünstlern“ in vielen verschiedenen Online-Foren⁷ ihre Verführungsstrategien zu analysieren und zu besprechen, sich zu verabreden und ihre Erlebnis- und Sexberichte (*Field* bzw. *Lay Report*) zu verbreiten und dadurch in der Hierarchie der Community aufzusteigen (vgl. ebd.: 63; 147).

Die Pickup Artists treffen sich und gehen aus, um Frauen (*Targets*) „aufzureißen“ (*Sarge*) (vgl. PF02). Die Pickup Artists befinden sich dann im *Feld* (vgl. Thorn 2013: 13), wenn sie sich z.B. in einer Diskothek (*Club Game*) aufhalten. Der Erfolg bei als attraktiv bewerteten Frauen wird durch den Erhalt der Telefonnummer (*Number Close*), einen Kuss (*Kiss Close*) oder durch sexuellen Kontakt (*Fuck Close*) belegt (vgl. PF02).

Als attraktiv⁸ bewertete Frauen werden als *hot bitches* (HB) bezeichnet, die Frauen mit niedriger Klassifizierung dienen den Anfängern lediglich zur Übung (vgl. Thorn 2013: 26; 313). Die Anfänger sollen „ihre Angst vor Ablehnung ... überwinden [...] [und] sich gegen den [entsprechenden] Schmerz ab[]härten“ (ebd.: 12). Damit sich die „Anmache“ von der Masse abhebt, gibt es für die Pickup Artists sogenannte *Opener*⁹ (vgl. ebd.: 38). Sie müssen außerdem die „[r]ichtige Einstellung eines Verführers“ (PF04) entwickeln und gewisse Überzeugungen ausstrahlen: „Du bist der HAUPTPREIS für eine Frau, [...]“ (ebd.; Herv. i. O.) und jedes Problem ist „eine potentielle MÖGLICHKEIT“ (ebd.; Herv. i. O.). So sollen bestimmte Verhaltensregeln eingehalten werden, um das Interesse der Frauen aufrechtzuerhalten, das sich durch Lächeln oder Blicke seitens der Frau äußert (*Indicator of Interest*) (vgl. Thorn 2013: 87). Teilweise benutzen die Pickup Artists komplette, auswendig gelernte Dialoge, die kaum ein vorher nicht einstudiertes Wort enthalten (vgl. ebd.: 13). Für jeden Verführungsschritt gibt es bestimmte Strategien, Tipps und Tricks, diese sollen mit der wachsenden Erfahrung internalisiert werden, damit die Pickup Artists nicht mehr überlegen müssen, wie sie sich in einer bestimmten Situation verhalten sollen.

Im öffentlichen Diskurs wird den Pickup Artists vorgeworfen frauenfeindlich zu sein und Frauen zu manipulieren, um Macht und Kontrolle zu sichern. Die Debatte um Pickup hatte ihren bisherigen Höhepunkt im Herbst 2014, als Seminare eines US-amerikanischen Pickup Artists namens Julien Blanc verhindert wurden, indem ihm das australische Visum entzogen und die Einreise nach u.a. Brasilien und Großbritannien untersagt wurde: In einem Video hatte er mit einer Vergewaltigung geprahlt und hatte außerdem angekündigt in seinen Seminaren verschiedene frauenverachtende Aufreißer-Methoden lehren zu wollen. Diese Debatte wurde von diversen (deutschsprachigen) Medien aufgegriffen und führte in Deutschland zu mehreren Petitionen gegen einzelne Veranstaltungen der Community (vgl. Oestreich 2014a).¹⁰ Die Kritik erfolgt besonders aufgrund der Strategien¹¹, die Pickup Artists anwenden (sollen), welche auf die

Verunsicherung und Erniedrigung der Frauen setzen. Die feministische Autorin Jaclyn Friedman meint dazu: „PUAs [Pickup Artists] vergewaltigen Frauen durch Unterdrucksetzen und Manipulation“ (2010).

Durch *Push and Pull* (Überhäufung der Frauen mit Komplimenten und anschließende Erniedrigungen) (vgl. Schwake o.J.) sollen Frauen verunsichert werden oder sich minderwertig fühlen und daraufhin versuchen dem Pickup Artist zu gefallen. Die *Neurolinguistische Programmierung* soll durch manipulative Gesten oder Wortwahl die Gedanken, Gefühle und Reaktionen von Frauen kontrollieren (vgl. Thorn 2013: 32f.). *Last-Minute-Resistance*-Techniken umfassen Möglichkeiten den „Widerstand zu brechen“ (ebd.: 63), wenn Frauen Geschlechtsverkehr abgelehnt haben (vgl. ebd.: 314). Hier kommt dann z.B. das *Freeze Out* (Kaltstellen), eine Missachtung als eine „Form der Bestrafung“ (ebd.: 67), zum Einsatz, sodass Frauen Handlungen zulassen, die sie vorher abgelehnt haben (vgl. ebd.: 66f.). Gegen die feministische Forderung „*No Means No*“ wird von einigen Pickup Artists direkt vorgegangen (vgl. ebd.: 118). Ein „Nein“ bedeutet dann „noch nicht“ oder wird als Herausforderung gedeutet. „Die ersten zwei ›Neins‹ bedeuten nicht viel und sind zu erwarten‘ [...]“ (Wolf 2009; zit. n. Thorn 2013: 66).

Methodisches Vorgehen und Darstellung der Analyseergebnisse

Geschlecht – also auch verschiedene Ausprägungen von Weiblichkeiten und Männlichkeiten – wird „in sozialen Prozessen hergestellt“ (Riegraf 2010: 59). Dies lässt sich nicht nur makrosoziologisch mit der Gesellschaftsstruktur belegen, sondern auch durch mikrosoziologische Betrachtungen von „alltäglichen Begegnungen, Situationen und Routinen, die Geschlechter [...]“ (ebd.: 65) herstellen: Die interaktive Herstellung von Geschlecht und die einhergehenden Wahrnehmungen, Handlungs- und Denkweisen, sind Teil des Alltagswissens sowie der Alltagsroutinen und strukturieren gesellschaftliche Institutionen (vgl. ebd.: 65f.). Pickup als eine Subkultur hat Verführung scheinbar institutionalisiert und trägt damit einhergehende Vorstellungen in die Gesellschaft hinein. Der durch die nähere Betrachtung der Community aufgeworfenen Frage, nämlich inwiefern die Community Männlichkeiten konstruiert, sollte in der Forschungsarbeit nachgegangen werden. Dabei interessierte besonders, welches Bild die Community von Männlichkeit zeichnet und wie sie angeeignet wird bzw. werden soll. Um der Forschungsfrage nachgehen zu können, wurden Gruppendiskussionen durchgeführt und analysiert.

Beim Gruppendiskussionsverfahren sind nicht die Gruppen selbst, sondern „kollektive Orientierungen und Wissensbestände“ (Przyborski/Wohlrab-Sahr 2014: 93) Gegenstand der Forschung, die vom Diskurs repräsentiert werden und den sozialen Gruppen, Individuen und Situationen übergeordnet sind. Das heißt, dass „in der Gruppendiskussion kollektive Wissensbestände und kollektive Strukturen – die sich auf der Basis von existenziellen erlebnismäßigen Gemeinsamkeiten in konjunktiven Erfahrungsräumen bereits gebildet haben – zur Artikulation kommen“ (ebd.: 92).

Gruppendiskussionen eigneten sich für dieses Forschungsvorhaben besonders gut, weil die Community aus vielen unterschiedlichen Gruppierungen besteht, sodass die Pickup Artists Gruppengespräche kennen und diese für sie nicht wie eine künstliche Inszenierung wirken. Zudem teilen die Gruppenmitglieder einen konjunktiven Erfahrungsraum, was eine Selbstläufigkeit von Gruppendiskussionen und dadurch die Repräsentation von „kollektive[n] Orientierungen, Wissensbestände[n] und Werthaltungen“ (ebd.: 94) sowie „kollektiver Zusammenhänge“ (ebd. 106) verspricht. Gruppendiskussionen bieten zudem die Möglichkeit, die Diskursorganisation zu analysieren, die wiederum Rollenverteilungen sowie deren Aushandlungsprozesse verdeutlicht (vgl. Loos/Schäffer 2001: 38): Widersprüche, Tabus, Selbstverständlichkeiten, Rollenverteilungen und Solidarierungen wurden dadurch in den Pickup-Gruppen analysierbar (vgl. Kruse 2011: 292).

Für die Analyse der Gruppendiskussion wurde die dokumentarische Methode herangezogen, die „stark in Handlungspraxis und Kollektivität verankert ist.“ (Przyborski/Wohlrab-Sahr 2014: 277) und sich damit gut für die Analyse von Gruppendiskussionen eignet: Als erster Analyseschritt erfolgte die formulierende Interpretation. Angesprochene (Unter-)Themen der jeweiligen Gruppendiskussion, beispielsweise ‚Verliebtsein‘ oder auch ‚positive und negative Aspekte von Pickup‘, wurden chronologisch geordnet und zusammengefasst – ohne dabei das „Relevanzsystem“ der Gruppe zu verlassen (vgl. Bohnsack 2014: 35). Es interessierte dabei, welcher Orientierungsrahmen durch die Teilnehmenden dokumentiert wurde. Dies geschieht bei der dokumentarischen Methode anhand von „zusammenfassende[n] (Re-)Formulierung[n] des immanenten, des kommunikativ-generalisierten [...] [also] des allgemein verständlichen Sinngehalts“ (Przyborski/Wohlrab-Sahr 2014: 293). Im zweiten Arbeitsschritt, der reflektierenden Interpretation, wurde der dokumentarische Sinngehalt (Dokumentsinn) erfasst. Erst jetzt wurde herausgearbeitet, wie etwas von den Pickup Artists gesagt und welche „Handlungsorientierungen und Habitusformen“ (ebd.: 302) sich im Gesagten dokumentieren. Der Orientierungsrahmen – die sich „begrenzende[n] Horizonte[n]“¹² (ebd.) – der Gruppe erschloss sich über sogenannte „*Fokussierungsmetaphern*“ (Bohnsack 2014: 138; Herv. i. O.), „die sich durch besondere interaktive und metaphorische Dichte [...]“ (ebd.) auszeichnen, den übergreifenden Orientierungsrahmen der Gruppe zum Ausdruck brachten (vgl. ebd.: 137) und daher einer Feinanalyse unterzogen wurden. Das bedeutet, es wurden mehrere Abschnitte der Transkriptionen ausgewählt, die als besonders bedeutend erschienen und diese wurden dann intensiv analysiert. Zentral war in diesem Analyseschritt schließlich die Rekonstruktion der Diskursorganisation, die abbildet, inwiefern die Teilnehmer der beiden Gruppen jeweils ihre Redebeiträge aufeinander bezogen und Orientierungen teilten. Im Anschluss an die reflektierende Interpretation erfolgte die vergleichende Analyse, denn nur im Vergleich kann der Orientierungsrahmen deutlich herausgearbeitet und so das Gesagte im Kontext verständlich abstrahiert werden (vgl. ebd.: 138).

Besonders beim Zugang zum Feld erwartete ich Schwierigkeiten. Alle Bedenken haben sich jedoch als unbegründet erwiesen: Über *Nachrichten* an User des Pickup-Forums sowie über öffentliche Beiträge habe ich Kontakte herge-

stellt. Insgesamt erhielt ich auf diesem Weg kaum Reaktionen, anders war dies nur in einem Fall: Nachdem ich meinen Aufruf veröffentlicht hatte, antwortete Daniel¹³, ein Teilnehmer der ersten Gruppe, öffentlich auf meinen Post und informierte die anderen Pickup Artists darüber, dass er bereits seit längerem mit mir Kontakt habe und eine Gruppendiskussion durchführen wolle. Nach seinem social proof meldeten sich mehrere Interessenten bei mir. Die zweite Gruppe entstand durch eine Nachricht an Bela, der mit Dennis eine Gruppe zusammenstellte.

Aus dem Material der Gruppendiskussionen erarbeitete ich zwei Thesen, die helfen sollten, die Forschungsfrage nach der Konstruktion von Männlichkeiten in der Community zu beantworten: Ich vermutete, dass die Pickup Artists davon ausgehen, dass *Mann-Sein aktiv erworben und gesichert* werden muss und, dass die Diskussionsteilnehmer verschiedene *Männlichkeitstypen konstruieren und differenzieren*.

Abgrenzung biologischer und sozialer Vorstellungen des Mann-Seins

Bevor die Teilnehmer Pickup kennengelernt haben, seien sie verzweifelt, allein und unglücklich gewesen. Sie hätten keine Freunde gehabt und wollten unbedingt ihr Leben ändern. Am Anfang sei es ihnen nur darum gegangen, zu lernen, wie man erfolgreicher bei Frauen sein kann. Irgendwann realisierten sie jedoch, dass es gar nicht um Frauen ginge, sondern darum, das eigene Verhalten zu ändern, eine !PERSÖN!lichkeitsentwicklung¹⁴ zu durchleben, um so auf dem WEG des wahren mannes wieder zum ‚richtigen Mann‘ werden zu können und man sich letztlich wieder so verHÄLT wie [sich] ein !MANN! ... ver!HALTEN! sollte. Man begreife durch Pickup, dass man dafür einstehen müsse, was man wolle und sein Leben SEHR WOHL beeinflussen könne.

Bei ihren Ausführungen heben die Pickup Artist immer wieder hervor, welche wichtige Rolle das Mann-Sein für sie spielt. Interessant ist hierbei, dass die Teilnehmer der Analyse zufolge eine Trennung von *sex* und *gender* vornehmen – welche sogar eine theoretische Basis hat, auch wenn die Teilnehmer diese Trennung vermutlich nicht bewusst und theoretisch fundiert vornehmen. Das Konzept der *Sex-Gender*-Unterscheidung (vgl. West/Zimmerman 1987) kann hier herangezogen werden, um die von den Pickup Artists vorgenommene Trennung zwischen ‚Mann‘ als Bezeichnung des vermeintlich biologischen Geschlechts und dem ‚Mann-Sein‘ in Bezug auf die geschlechtliche Inszenierung zu erklären:

Das bestehende meist unhinterfragte Alltagswissen der westlichen Gegenwartsgesellschaft besagt, dass ein Mensch, der weibliche Geschlechtsorgane hat, eine Frau ist, mit männlichen Geschlechtsorganen, ein Mann. „In der Biologie wird ‚sex‘ ausdifferenziert in chromosomales Geschlecht (XX, XY), gonadales Geschlecht (innere Fortpflanzungsorgane), hormonelles Geschlecht (Hormonkonzentrationen) und morphologisches Geschlecht (Genitalien und sekundäre Geschlechtsmerkmale)“ (Küppers 2012: 7). Anhand dieser Ausdifferenzierung wird deutlich, dass das biologische Geschlecht eine komplexe Kategorie ist, die weitaus weniger trennscharf ist, als im Alltagsbewusstsein unhinterfragt

angenommen wird. Die als komplementär dargestellten Differenzierungen sind keine sich ausschließenden Kategorien, sondern vielmehr ein Kontinuum, das nicht nur zwei Geschlechter hervorbringt (vgl. Gildemeister 2005: 199). Obwohl der Körper zudem ein „veränderliches historisches, soziales und kulturelles Phänomen [...]“ (Bellanger 2011: 376) ist, erfolgt nach der Geburt weiterhin die Zuweisung des Geschlechts (weiblich/männlich¹⁵). Diese folgenreiche Zuweisung des Geschlechts führt zu einer entsprechenden Sozialisation durch Personen, Institutionen und das Individuum selbst sowie zu einer Konfrontation mit bestimmten Erwartungshaltungen, sodass das entsprechende soziale Geschlecht (*gender*) angeeignet wird (vgl. Küppers 2012: 4/7). Bourdieu betont die implizite binäre Geschlechterordnung „als Ergebnis männlicher Herrschaft [...]. Der Geschlechtskörper ist nicht natürlich, sondern *naturalisiert*. ‚Der biologische Unterschied [...] wird so zu einer ‚natürlichen Rechtfertigung‘ eines gesellschaftlich konstruierten Unterschieds zwischen den Geschlechtern“ (Bourdieu 2005: 23; zit. n. Jäger et al. 2012: 22; Herv. n. ebd.). Der Begriff der „Naturalisierung“ drückt die kulturelle Willkürlichkeit der Zweigeschlechtlichkeit aus, die als naturgegeben und natürlich interpretiert wird (vgl. ebd.).

Beide Diskussionsgruppen gehen in den Gesprächen davon aus, dass Mann-Sein von vermeintlich biologischen Männern erworben werden kann bzw. muss. Dies gibt Anlass, hier genauer hinzuschauen, inwiefern Mann-Sein für die Diskutierenden ‚von Natur aus‘ – aus biologischen Gründen – vorhanden ist. Dies könnte einen interessanten Widerspruch innerhalb der Community aufzeigen, denn die gesamte Community stützt sich auf essentialistische und biologische Aspekte (vgl. Thorn 2013: 120/225f.). Die Ansichten werden auch von den Beiträgen der Gruppendiskussionen repräsentiert. So sei die Angst Frauen anzusprechen evolutionsbedingt und ‚von Natur aus‘ gegeben:

Flo: wenn=wenn ähähm wenn ich irgendwie angst habe jemanden anzusprechen, weil das einfach auch von der äm evolution irgendwie so so=so=so bedingt is, dass man vielleicht im stamm früher irgendwie belächelt worden is und nicht ernst genommen wurde; wenn man dann einmal verstoßen war, bei einer frau und es gab nur fünf andere.

Durch weitere Passagen verstärkt sich jedoch die dazu widersprüchliche Vermutung, dass die Gruppen nicht davon ausgehen, dass Mann-Sein ‚von Natur aus‘ gegeben ist. Der in einer Diskussion angesprochene *Natural* bestätigt diese These. Es gäbe Männer, die „von ganz alleine“ wissen, wie sie männlich auftreten. Dies seien Männer, die wir [in der Community] als *naturals* bezeichnen würden (.) die das einfach mit sich bringen. (.) ähm das einfach (.) ja ihr leben so leben. Scheinbar müssen diese Männer das Mann-Sein nicht erwerben. Ein *Natural* ist „[a] guy who is naturally good with women“ (Lin 2008). Laut dieser Pickup-Definition haben *Naturals* bei Frauen gleiche Erfolge wie Pickup Artists, ohne dass Pickup-Wissen und -Verhalten angeeignet werden musste, sondern aufgrund von „Instinkten“ und damit ‚von Natur aus‘ (vgl. ebd.). Alle Charakteristika, die das Mann-Sein definieren,

sind – aus Sicht der Diskutierenden und der Community – nur den *Naturals* evolutionsbedingt (biologisch) mitgegeben. Dies führt zu dem Ergebnis, dass für die Pickup Artists das Mann-Sein, wenn es einmal verloren war, nicht nur wieder erworben werden kann, sondern dass es grundsätzlich erst erworben werden muss, weil es nur in Ausnahmen ‚von Natur aus‘ vorhanden ist. Die Diagnose, welche die Pickup Artists für das Fehlen von Männlichkeit anbieten, beschreibt einen Mangel an entsprechender Inszenierung des Mann-Seins – eben des sozialen Geschlechts. Und nur, wer diesen Mangel behebt und *sex* und *gender* wieder in ‚Einklang‘ bringt, kann ein ‚richtiger Mann‘ werden bzw. sein.

Harte Arbeit als Basis des Mann-Seins

Der bereits erwähnte „Weg des wahren Mannes“ sei nicht leicht, denn auf dem Weg brauche es HARTE Arbeit an sich selbst und damit Konsequenz und Zielstrebigkeit. Der Weg – mit Kampf und Risiko verbunden – versprache dafür aber auch Selbstbewusstsein, Handlungsmacht und -fähigkeit, Wissen, Stärke, Zielstrebigkeit, Dominanz und Erfolg bei Frauen. Chris verdeutlicht, dass die Entwicklung zum Mann-Sein sehr komplex sei – es braucht also voraussetzungsvolle Verständnis- und Lernprozesse. Daniel umschreibt die Charakteristika des Mann-Seins mehrfach und betont, dass der ständigen Anstrengung standgehalten werden müsse:

Daniel: Also ich denk mal pickup is nicht so, dass du persönlichkeitsentwicklung machst und irgendwann bist du n=toller tyP und denn machst du SON (1) da hast du SO ne entwicklung, dass du dann alles kannst und einfach rausgehst und das KLAppt. [**Flo:** ja] es ist !SCHON! ähm du musst dich SCHON ständig damit beschäftigen und ständig dich äm [**Flo:** jaja] ähm die sachen auch machen. [**Flo:** ja] und du musst dich auch ähm (.) manchmal aufraffen, zwingen brauchst motivation, du brauchst disziplin und EHRgeiz. [**Flo:** ja] du musst es halt ständig machen; wenn du halt erfolgreich sein willst, in in bezug auf deine ZIELE die du dir selber setzt; [...] dann musst du das=ständig machen, und [**Elias:** genau das] äm DAS=DAS=DAS hört halt nicht AUF und da hast du ständig ähm entwicklungen ständig neue sachen und hier und da-.

Die Pickup Artists müssen so stark sein, dass sie aufgrund von Misserfolgen nicht aufgeben, denn auch das Scheitern und Angemessen-damit-Umgehen – z.B. mit Zurückweisung – gehöre zum Mann-Sein dazu. Bela setzt die Arbeit an sich damit gleich, Verantwortung für sein eigenes Leben zu übernehmen und wählt, wie auch Daniel aus der anderen Gruppe, eine Metapher zur Vermittlung: pickup sozusagen als !WERKZEUG! als WERKZE:UG äh:m (1) ja an sich zu arbeiten.

Hierdurch wird auch deutlich, dass den Teilnehmern zufolge das Mann-Sein immer der Gefahr unterliegt verloren zu gehen. Die Pickup Artists dürfen sich nicht ausruhen, sondern müssen immer weiter an sich arbeiten; das alles höre nie auf.

Daniel: es ist wie bei sport, ganz normal, dass alles wieder einrostet; man sachen wieder vergisst und man auch ähm (.) von den charakterlicheigenschaften; die man aufgebaut hat, mit selbstbewusstsein mit den mut mit der disziplin dass auch alles nachlässt. [Flo: mhm] und dass man nicht sagen kann ich war grad in ner beziehung, jetzt is es vorbei (.) nächste woche bin ich sofort wieder am start. man (1) beginnt den prozess ja von neuem. [...] ist ja bei sportlern auch so; wenn die was weiß ich n halbes jahr verletzt sind oder sowas [Elias: ja] dann sind die auch nich sofort wieder leistungsfähig.

Die Pickup Artists streben danach, wie ein stereotyper Mann aufzutreten. Sie analysieren soziale Prozesse, eignen sich entsprechende soziale Praxen und Praktiken an und betreiben permanent Prozesse der Geschlechtsinszenierung. Das, was andere Menschen eher unbewusst inszenieren, wird von den Pickup Artists bewusst gemacht und als harte und ständig notwendige Arbeit (an-)erkannt.

Das Erwerben von Mann-Sein wird durch „Mannbarkeitsrituale“ (Woltersdorf 2007: 113) unterstützt. Die Pickup Artists müssen dabei ihre ‚männlichen Attribute‘ präsentieren. Der Schauplatz dafür ist z.B. der Club, der in diesem Kontext geradezu als „Arena of Masculinity“ (ebd.: 107¹⁶) bezeichnet werden könnte. Hier sollen die Pickup Artists das Mann-Sein nicht nur demonstrieren, sondern auch üben und erwerben: Hierzu wird auch die Schmerztoleranz bewiesen, denn die erniedrigenden Misserfolge bei Frauen müssen ertragen werden, um sich abzuhärten und um zu lernen, es „wie ein Mann zu nehmen“ (ebd.: 114). In Mannbarkeitsritualen ist es üblich „sexuelle Potenz, Disziplin und Kämpferqualitäten unter Beweis [...]“ (ebd.: 110) zu stellen. Dies lässt sich auch auf die Pickup Artists übertragen. Es reicht dabei nicht aus, wie ein Mann auszusehen, auch das entsprechende Verhalten muss mit *doing gender* inszeniert und damit Männlichkeit demonstriert werden. Mit entsprechender Übung und voranschreitender Entwicklung soll die Inszenierung inkorporiert werden und zu einem Gewinn an Männlichkeit und zu einem männlichen, in der Community anerkannten und in den Körper eingeschriebenen Habitus führen. Den Pickup Artists ist dabei vermutlich nicht klar, dass die Inszenierung einer Männlichkeit immer lediglich eine Konstruktion ist.

Ein hier hervorzuhebender Aspekt ist die Aktivität als Merkmal des Mann-Seins: Der Akt des *doings* ist den Pickup Artists bewusst, die harte Arbeit des Inszenierens ist ihnen bekannt – das Tun wird hier also auf eine besondere Weise unterstrichen. Die Sehnsucht, dem Leitbild der Männlichkeit zu entsprechen, scheint dabei innerhalb der Community nicht erklärungsbedürftig zu sein.

Die Pickup Artists haben diesen Analysen zufolge also eine relativ genaue Vorstellung vom Mann-Sein und es scheint nur eine ‚richtige‘ Männlichkeit für sie zu geben. Dennoch belegen die Analysen, dass es auch innerhalb der Community verschiedene Männlichkeiten thematisiert und konstruiert werden. Diese Männlichkeiten sollen im folgenden Abschnitt vorgestellt werden.

Die drei (re-)konstruierten Männlichkeitstypen

Über die Verinnerlichung und Verkörperung eines „Repertoires kultureller Praktiken“ reproduziert sich Heteronormativität ständig in sozialen Prozessen, so auch in Interaktionen (vgl. Degele 2008: 88ff.). Der Zwang zur Bildung eines vergeschlechtlichten Habitus ist dabei maßgeblich für die „Ordnung der Geschlechter“ (Hoff 2005: 267), denn er geht einher mit der Herausforderung, dem gängigen Leitbild eines Geschlechts zu entsprechen. In diesem Kontext ist es wichtig, sich einige Aspekte über Männlichkeiten bewusst zu machen. So können Männlichkeiten nicht für sich (isoliert), sondern nur in Relation zu Weiblichkeiten stehen. Männlichkeiten sind dabei nicht essentiell, also ‚von Natur aus‘ gegeben, sondern habituell. Das Soziale wird demnach „in den Körper sowie in Wahrnehmungs-, Denk und Handlungskategorien eingeschrieben [...]“ (Degele 2007: 32). Hierbei gibt es viele verschiedene Ausprägungen von Männlichkeiten, die in Abhängigkeit von Zeit und Ort, Lebenslagen, Milieus und Generationen zu betrachten sind – es gibt also nicht die eine Männlichkeit, denn Männlichkeiten sind multipel (vgl. ebd.: 32f.). Es besteht eine „Hartnäckigkeit gegenüber grundlegenden Veränderungen in Richtung eines weniger rigiden Selbstverständnisses von dem, was «richtige Männer» [...] auszeichnet“ (ebd.: 33).

In beiden Gruppen beschrieben die Teilnehmer immer wieder detailliert verschiedene Männer und deren Verhalten. Durch die Analyse konnte ich diese Ausführungen in eine Typologie fassen und mit Hilfe der Analyseergebnisse die Konstruktion von drei Männlichkeitstypen belegen, die anhand des (nicht-)vorhandenen Mann-Seins von den Teilnehmern differenziert werden. Sie konstruieren ein Ideal vom Mann-Sein, das für sie als erstrebenswert anerkannt ist und stark am gesellschaftlichen Leitbild, also den maskulinen Stereotypen, ausgerichtet ist. Den ersten Typ – die *wahre Männlichkeit* – bilden laut Diskutierender die Männer, die in Interaktionen und Inszenierungen mutig, risikobereit, (willens-)stark, dominant, diszipliniert, motiviert und ehrgeizig, selbstbewusst, kontaktfreudig, unabhängig und wissend sind. Alles in allem ist sie durch *agency*¹⁷, Zielstrebigkeit, Aktivität und Kontrolle („Leben im Griff haben“) geprägt.

Der zweite Typ – die *fehlende Männlichkeit* – umfasst Männer, die das Mann-Sein verloren, vergessen oder nie erworben haben. Diese jammern und heulen rum, aber wollen aus ANGST oder Faulheit nichts verändern. Dieser Typ entspricht nicht dem Leitbild für Männlichkeit: Er ist ängstlich, verschlossen, unzufrieden, ziellos und unmotiviert, schwach, hilflos, kritisch gegenüber Veränderungen, bequem und unehrlich zu sich selbst. Diese Männer wollen oder können aus Veränderungsangst an ihrer Situation nichts ändern und

beschäftigen sich einzig und allein mit oberflächlichen Dingen (z.B. Fußball). Diese *fehlende Männlichkeit* wird nicht nur über das Fehlen von Aktivität, Veränderungswillen und *agency* und damit über Passivität und Alleinsein definiert, sondern auch über die Zuschreibung von stereotyp-weiblichen Charakteristika (u.a. zurückhaltend, schwach). Das Mann-Sein verloren, vergessen oder nicht erworben zu haben, führt demnach aus stereotyper Sicht der Pickup Artists zu einer Verweiblichung.

Der dritte Typ – die *potentielle Männlichkeit* – wird darüber charakterisiert, dass für diese Männer die Möglichkeit besteht, das Mann-Sein (wieder) zu erwerben. Es wird deutlich, dass sich Männer dieses Männlichkeitstyps im Aufbruch befinden. Sie jammern im Gegensatz zum zweiten Männlichkeitstyp nicht, sondern sind optimistisch und offen gegenüber Veränderungen – sie wollen ihr Leben in GRIFF bekommen und gegen ihre Ängste angehen. Sie sind neugierig und entwickeln Risikobereitschaft, Zielstrebigkeit, Engagement und Eigeninitiative sowie den !MUT! sich mit ihren Problemen auseinanderzusetzen. Dieser dritte Männlichkeitstyp wird über den Wunsch nach Veränderung sowie Motivation und Wissbegier definiert.

Die Teilnehmer zählen sich und ihre Gruppen mehrmals zu dem ersten Typ und grenzen sich stark und oft auf eine verachtende Weise vom zweiten Typ ab. Überraschenderweise ist diese Distanzierung deutlich stärker als die zu Frauen. Die Begründung für diese verschiedenen Grenzziehungen könnte hier in der von den Gruppen vorgenommenen Trennung von *sex* und *gender* zu finden sein: Durch das biologische Geschlecht unterscheiden sich Männer vermeintlich schon ausreichend von den Frauen. Die Trennung von Frauen und Männern erscheint den Pickup Artists daher womöglich trivial. Doch für die Konstruktion des ersten Typs wird eine weitere Abgrenzung benötigt, um die Differenz deutlich zu umreißen, derer es bedarf, um eine Hierarchie zu ermöglichen. Die Abgrenzung zu Frauen bildet also den Hintergrund, auf dessen Basis die Männlichkeitskonstruktionen und deren Differenzierungen erst an Kontur gewinnen können. Diese Männlichkeitskonstruktionen werden in der Community deshalb so deutlich, weil hier Interaktionen wie Flirten, aber auch gesellschaftliche Prozesse wie die Herstellung von Geschlecht nicht nur analysiert und benannt, sondern bewusst gemacht und entsprechendes Denken, Fühlen und Handeln systematisch gefördert und trainiert wird.

Die Pickup-Community im Kontext von Freundschaft, Wettkampf und Wettbewerb

Wie in vielen Passagen deutlich wurde, hat die Existenz von Freundschaften eine herausragende Bedeutung für die Teilnehmer: woFÜR ich pickup !UN!GLAUBLICH dankbar bin (1) is (1) eben auch son stückweit die community. Es sei ne andere form der connection (.) unter uns (.) sowieso, [Daniel: definitiv]. Denn nur mit richtigen Freunden könne man konstruktive, tiefe und ehrliche Gespräche führen: jeder weiß hey probleme sind das natürlichste überHAUPT und man geht n=ähnlichen lebensweg nur so seien entsprechende Gespräche, ein Erfah-

rungsaustausch und diese !RE!SONANZ möglich. Richtige Freundschaften zu haben, mit Menschen auf einer Wellenlänge zu sein, sind für die Gruppen gar ein Charakteristikum für den ersten der Typen – das Alleinsein hingegen ist ein Charakteristikum der *fehlenden Männlichkeit*.

Für die Konstruktion von Männlichkeiten haben Freundschaften und die „homosozialen Räume“ (Meuser 2010a: 430) – soziale Räume in denen Männer unter sich sein können – eine wichtige Bedeutung (vgl. ebd.). Hier findet die „Aneignung von Männlichkeit in hohem Maße [...]“ (ebd.) statt, denn hier wird der männliche Habitus konstruiert und seine „Strukturlogik ... spielerisch angeeignet [...]“ (ebd.). Diese theoretischen Auffassungen sind im Kontext der Community interessant, denn diese kann als ein homosozialer Raum verstanden werden.

Innerhalb von Männergemeinschaften suchen Männer die Bestätigung von anderen Männern. Dies geschieht bei den Pickup Artists mithilfe des sich Messens in Verführungsstrategien, wodurch Anerkennung aufgrund des Erfolgs bei Frauen zu- oder abgesprochen wird. Auch in der ersten Diskussionsgruppe ist diese Anerkennung und Zustimmung von anderen Männern ein Thema, denn die Teilnehmer sind sich einig: die leute wollen eigentlich vielleicht gar nicht frauen verführen, sondern die wollen sich auch selber MÄNNLICH fühlen (.) und das ist eigentlich das=das=das hauptziel.

Die Teilnehmer beider Diskussionen betonen aber vehement, dass es bei Pickup keine Wettkämpfe gäbe, innerhalb der Community gäbe es lediglich ein gegenseitiges Sich-Unterstützen: bei uns is=des eher n=sup!PORTEN! es gibt kein wettkampf (.) PUSHEN eher [...] es GIBT (.) KEIN konkurrenzdenken bei uns. [Daniel: absolut gar nicht] gar nicht. !NULL! (1) es gibt eher son ERMUNTERN. Schließlich gibt ein Teilnehmer aus der ersten Diskussion jedoch zu: vielleicht bin ich nen arschloch aber ich mag es (.) ähm in konkurrenz zu anderen männern6 zu treten.

Die Pickup Artists testen, trainieren und demonstrieren in diesen Wettkampfsituationen ihre Schmerztoleranz: immer wenn man merkt scheiße auf diese situation habe ich keinen bock. JA dann geht man VERDAMMT NOCH MAL genau in diese situation !REIN!. <<zustimmendes Gemurmel> um halt ähm ja die in zukunft bestehen zu können>. Durch Wettkampf erwerben sie in Anlehnung an Michael Meuser „ein inkorporiertes Wissen um die Logik der ernsten Spiele des Wettbewerbs, und sie lernen es, den Wettbewerb selbst zu lieben. [...] Auf diese Weise eignen sie sich eine geschlechtstypische Position im sozialen Raum an“ (ders. 2010b: 136). Die Mannbarkeitsrituale der Pickup Artists, das Ansprechen von Frauen in der *Arena of Masculinity*, können als die „ernsten Spiele des Wettbewerbs“ (ebd.) bezeichnet werden, die zur Herstellung und Formung des männlichen Habitus beitragen.

Zu diesen Ergebnissen passt, dass Pickup – wie bereits erwähnt – auf vielfache Weise mit Sport verknüpft wird, so erinnern auch viele Begriffe an Wett-

kampf und Sport. Ulrich Bröckling, der sich mit Semantiken des Wettkampfs und Sports beschäftigt, erklärt:

Das eigene Leben als [...] [Wettkampf bzw. Spiel] zu begreifen, erscheint *erstens* spontan plausibel, weil man sich ja tagtäglich gegen die Konkurrenten auf den Arbeits-, Beziehungs- und Aufmerksamkeitsmärkten durchzusetzen versucht. Es ist *zweitens* ein narzisstischer Traum, weil und solange man sich selbst als potentiellen Gewinner imaginieren kann. *Drittens* liegt darin das Gerechtigkeitsversprechen, dass Leistung und nur Leistung zählt. *Viertens* ist es ein fortwährender Appell, unermüdlich an sich zu arbeiten und alle Kräfte zu mobilisieren, damit der Traum sich erfüllt; ein Appell, in dem *fünftens* die permanente Drohung mitschwingt, dass unweigerlich abstürzen wird, wer sich nicht genügend anstrengt (2014: 93; Herv. i.O.).

Die Pickup Artists können ihren Rang demonstrieren; riskieren ihn aber auch, denn sie können ihr Ansehen bei anderen Männern verlieren und degradiert werden, sodass damit wiederum Machtverteilungen beeinflusst werden. „Es geht [in Anlehnung an Bröckling] um Erfolg und Leistung oder um das Gegenteil, um Scheitern aufgrund mangelnder Leistungsbereitschaft oder -fähigkeit, und vor allem geht es um Leistungsvergleich“ (ebd.). Denn letztlich geht es darum, sich als Pickup Artist dem Wettkampf zu stellen, um Wettbewerbsvorteile auf dem Markt zu erlangen und die Konkurrenten außerhalb und innerhalb der Community auszustechen. Wettbewerb kann beschrieben werden als „eine geregelte Interaktion, deren Teilnehmer ein Ziel oder Gut anstreben, das nicht allen zugleich zuteilwerden kann (z.B. sportlicher Wettkampf, Ausschreibung einer Berufsposition). Der W. ist eine Form friedlichen Kampfes“ (Lautmann 2011: 755). Vor dem Hintergrund dieser Definition wird deutlich, dass die Pickup Artists über den Wettkampf um Frauen hinaus die Selbstoptimierung angehen und sich dem Wettbewerb um gesellschaftliche Anerkennung, Ansehen, Erfolg und schließlich um Männlichkeit selbst stellen.

Fazit: Die Vergeschlechtlichung der Selbstoptimierung

Die *wahre Männlichkeit* bietet eine Orientierung, es wird ein in der Community anerkanntes Idealbild des Mann-Seins gezeichnet, das den maskulinen Stereotypen gleicht und zudem das kulturelle Ideal und das Orientierungsmuster vom Leitbild der Männlichkeit stützt. Michael Meuser spricht im Kontext seiner Theorie zu Männlichkeitskonstruktionen von einem „Hegemoniestreben“ (2006: 108).

Die homoziellen Männergemeinschaften haben die besondere Aufgabe, stets „an die Gültigkeit der Norm der hegemonialen Männlichkeit [...] [zu erinnern und] fungieren [damit] als [deren] Verstärker [...]“ (ders. 2010a: 430). Dies trifft auch auf die Community zu. Dabei können die dominanten (hegemonialen) und untergeordneten Männlichkeiten in Relation gesetzt werden (vgl. ders. 2006: 125): Die *wahre Männlichkeit* ist hierarchisch hochgestellt und anerkannt, gilt

als erstrebenswert und ihr wird Macht und Autorität zugesprochen. Die *fehlende Männlichkeit* hingegen wird abgewertet, verachtet und ausgegrenzt, was die Kontur der *wahren Männlichkeit* verfestigt. Die *potentielle Männlichkeit* steht zu der *wahren Männlichkeit* in einem scheinbaren Abhängigkeits- und Unterordnungsverhältnis. Männer dieses Typs brauchen Unterstützung und Freunde, die ihnen helfen, den richtigen Weg der Selbstoptimierung zu finden, um das Mann-Sein (wieder) zu erwerben.

Nicht alle Männer, die mit Pickup beginnen, sind schüchtern und unsicher, dennoch haben viele Schwierigkeiten im Umgang mit anderen Menschen, sodass die Community sowohl in- als auch extern als Selbsthilfegruppe bezeichnet wird (vgl. Thorn 2010: 129). Dieser Begriff verweist auch auf die diversen Erfolgsratgeber bzw. „zeitgenössische[] Selbstmanagement-Ratgeber [und] deren Subjektivierungsprogramme [...]“ (Bröckling 2002: 176), die von der Community genutzt und zitiert werden. Bröckling widmet sich in einem Artikel dem „unternehmerischen Selbst und seinen Geschlechtern“, indem er Erfolgsratgeber betrachtete:

[S]o formulieren die Ratgeber gleichzeitig ein Versprechen und eine Drohung. ‚Wenn du uns folgst‘, so ihre Botschaft, ‚wirst Du zu Dir selbst finden und Erfolg und Zufriedenheit ernten. Schlägst du unseren Rat aus, wirst Du Dich selbst verfehlen und scheitern, zumindest aber nicht das erreichen, was Du erreichen könntest‘. Anrufung wird hier zum Arbeitsappell (ebd.: 177).

Er betont, dass diese Aufforderungen stets einen Schuldvorwurf beinhalten, „Weil es ein Genug – an Kompetenz, Motivation, Selbstachtung usw. – nicht geben kann, müssen die Anstrengungen des Einzelnen, mag er sich noch so sehr ins Zeug legen, ungenügend bleiben“ (ebd.). Diese Analyse und Interpretation erinnert stark an die Community, die demnach wie ein Erfolgsratgeber zum Selbstmanagement wirkt. Der Sog und der Druck auf die Mitglieder sind aber durch die Gruppenverbindlichkeit stark erhöht. Die Pickup Artists sollen sich demnach zu *Unternehmern ihrer Selbst* entwickeln und sich entsprechend „modellieren“ (ders.: 2007). Auch bei der Community wird deutlich, dass zwischen Anspruch und Wirklichkeit eine Diskrepanz besteht und diese auch mit harter Arbeit an sich selbst nie ganz verschwindet und stetig verhindert werden muss, dass die Kluft größer wird (vgl. ders.: 2002: 180).

Abschließend lässt sich festhalten, dass die Community die soziale Ordnung einer Gesellschaft stützt und manifestiert, die „Männer als Maßstab und Norm betrachtet“ (Reiss 2010: 751) und das „zwischenengeschlechtliche[] Begehren (Heterosexualität) als zugrunde liegende[] Norm der Geschlechterdifferenz [...]“ (Tuider 2011: 280) anerkennt. Verdeutlicht wird dies auch durch die drei Männlichkeitstypen, die u.a. an den Fähigkeiten gemessen werden, die dazu beitragen, heterosexuelles Begehren ausleben zu können. Letztlich belegt die Community damit auch die mächtige Wirkung der symbolischen Gewalt, die auch mit dem „Zwang und der Gewalt des Selbstverständlichen, Alltäglichen und Unbewussten [...]“ (Jäger et al. 2012: 19) benannt wird. Denn die Commu-

nity reproduziert die patriarchale Gesellschafts- und Geschlechterordnung und damit „[D]ie männliche Herrschaft“ (Bourdieu 2013).

Wie die Ergebnisse über die Community aufzeigen, können Männer, aber nur ‚biologische Männer‘, das Mann-Sein erwerben, denn nur ihnen wird diese Disposition zugeschrieben. Darüber hinaus wird betont, dass jeder Mann wieder er selbst werden könne und müsse, was damit gleichgesetzt wird wieder ein ‚wahrer Mann‘ zu werden, dafür müssen *sex* und *gender* (wieder) „übereinstimmen“. Bedürfnisse werden stereotypisiert: Alle Männer wollen das Gleiche. Wie für die männliche Herrschaft charakteristisch, steht laut Jäger et al. „bei Frauen eine *passive* Haltung als wichtigste Disposition im Vordergrund“ (2012: 26 Herv. i. O.).¹⁸ Mit dem Konzept der *wahren Männlichkeit* wird verbreitet, dass Mann-Sein „ein Seinsollen“ (Bourdieu 2013: 90) ist. Das Ideal der Männlichkeit muss aktiv erworben und gesichert und ständig bewiesen werden und ist damit ein Prozess der Selbstoptimierung – was auch durch die harte Arbeit und den Wettkampf verdeutlicht werden konnte. Dabei betont die Community die Notwendigkeit der Aneignung eines „vergeschlechtlichte[n] Habitus“ (Jäger et al. 2012: 24), damit die „normative Anforderung an die Individuen, sich geschlechtlich zu differenzieren [...]“ (ebd.: 26) erfüllt wird, weshalb ich hier von einer vergeschlechtlichten Selbstoptimierung spreche.

Die von der Community vermittelte Hierarchie macht die „hierarchische[...] Relation“ (ebd.) deutlich, nämlich (bestimmte) Männer als die „Herrschenden“ und Frauen als die „Beherrschten“ (ebd.), sowie Männer als „Unterworfenen“ (ebd.) und „gleichfalls Gefangene und auf versteckte Weise Opfer der herrschenden Vorstellung“ (Bourdieu 2013: 90) – was innerhalb der Community durch das Streben nach der Verkörperung des Leitbilds der Männlichkeit verdeutlicht wird. Dieses Streben kann geradezu als Zwang bezeichnet werden. Das bestätigt, dass auch die Herrschenden den Herrschaftsverhältnissen unterworfen sind. Zwar profitieren sie mehr von diesen Verhältnissen, sind jedoch auch beherrscht (vgl. ebd.: 122). Dies wird innerhalb der Community dadurch erkennbar, dass sich die Mitglieder einem selbstkonstruierten System unterwerfen, obwohl sie meinen sich von gesellschaftlichen Zwängen befreit zu haben.

Es wird deutlich, dass die Pickup Artists ein Projekt der vergeschlechtlichten Selbstoptimierung beginnen, das als „Weg des wahren Mannes“ bezeichnet wird und Freundschaften, Wettkampf und Wettbewerb beinhaltet. Sie streben täglich danach eine bessere, perfektere Version ihrer selbst zu schaffen, die auch an den Regeln und Gesetzen der Community, aber viel mehr an dem ausgerichtet ist, was vermeintlich gesellschaftlich von einem „echten Mann“ erwartet wird, und verknüpfen dies mit Glück und Zufriedenheit. Die Pickup Artists sind damit nicht nur einer Selbstoptimierungsideologie unterworfen, sondern sind auch ein Beleg für eine vergeschlechtlichte Selbstoptimierung, denn die Perfektion der eigenen Person kann nur (und ohne Ausnahme) erreicht werden, wenn das Leitbild der Männlichkeit verkörpert wird.

Die vergeschlechtlichte Selbstoptimierung beinhaltet dabei einen der wichtigsten Aspekte der Community, welcher dort als *Inner Game* bezeichnet wird, denn hier geht es um das Selbstvertrauen und die Zielstrebigkeit der Pickup Artists (vgl. Thorn 2013: 149). Es beginnt mit der Auseinandersetzung mit

der eigenen Person: Wer bin ich, wer will ich sein und welche Ziele habe ich in meinen Leben (vgl. PF05). Es geht darum, dass sich die Pickup Artists mit sich und ihrem Umfeld auseinandersetzen und Einstellungs- und Verhaltensänderungen angehen. Dieser Aspekt verweist auf die Erwartungshaltungen der Gesellschaft und auf die klar differenzierbar ausgeführte Inszenierung der binären Geschlechter. In diesem Kontext werden die Erwartungshaltung und der gesellschaftliche Druck auf Männer deutlich, die bereits im Kindesalter ausgeübt werden. So wurde einmal zu mir gesagt, dass „echte Männer“ Pickup nicht nötig hätten, aber genau hierin liegt die Problematik: Der hohe Wert, welcher der Dichotomie der Geschlechter innerhalb der Gesellschaft beigemessen wird, fördert das Leitbild des „echten“ oder „wahren Mannes“, so wird das damit einhergehende Streben legitimiert und sogar gefordert. Erst auf dieser Basis konnte Pickup als Phänomen der Gesellschaft entstehen.

Korrespondenzadresse/correspondence address

Luisa Streckenbach
Deutsches Jugendinstitut e. V.
Nockherstr. 2, 81541 München
+ 49 (0) 89 623 065 96

Anmerkungen

- 1 In diesem Aufsatz wird Pickup Artistry mit Pickup abgekürzt. Sofern nicht anders vermerkt, ist mit Community die Community der Pickup Artists gemeint.
- 2 In einer Studie zu Geschlechterstereotypen in fünfundzwanzig Ländern konnten zwanzig Eigenschaftsmerkmale von Frauen und Männern ermittelt werden, die als stereotyp bewertet werden. Männer seien u.a. aktiv, dominant, ehrgeizig, emotionslos, mutig, rational, selbstbewusst und unabhängig. Diese Merkmale stehen diametral zu denen den Frauen zugeschrieben: abhängig, einfühlsam, emotional, furchtsam, schwach, sanft, sexy und unterwürfig (vgl. Alfermann 1996: 16f.).
- 3 S.a.: Ganahl (2005), Townsend (2006), Weingarten (2008).
- 4 Der hier vorliegende Artikel ist aus einer bisher unveröffentlichten Qualifikationsarbeit der Autorin mit dem Titel „Der Weg des wahren Mannes“ – Eine empirische Analyse von Männlichkeitskonstruktionen in der Pickup-Community entstanden (Streckenbach 2014).
- 5 Innerhalb des Forschungsprojekts ergab sich die Schwierigkeit die gesellschaftlich konstruierten Kategorien nutzen zu müssen sowie die Gefahr der Reifizierung von Geschlecht. Daher achtete ich darauf die Kategorie Geschlecht als fremd und als etwas Erklärungsbedürftiges (Degele 2008: 134) zu betrachten. Die erhobenen Daten wurden einer Entgeschlechtlichung (ebd.: 97) unterzogen und geschlechtskonstruierende Prozesse untersucht (vgl. ebd.: ff.).
- 6 Zitierte Forumseinträge werden ohne Anmerkung von Fehlern übernommen (→ PF).
- 7 S.a.: <http://www.pickupforum.de>; <http://www.pickup-tipps.de>
- 8 Attraktivitätsskala: „0 – unerreichbares Maximum an abstoßenden körperlichen Gegebenheiten, 1 – zum Kotzen abstoßend, 2 – abstoßend, 3 – hässlich, 4 – unattraktiv, 5 – neutral, kein Eindruck, 6 – sympathisch, 7 – sehr attraktiv, 8 – schön, 9 – sehr schön, 10 – unerreichbares Ideal“ (PF03).
- 9 Weisst du an wenn du mich erinnerst ...<Pause>... an jemanden den ich kennenlernen will oder Wenn du mich schon so ansiehst, dann kannst du auch mit mir reden (PF06).
- 10 S.a. Avaaz.org (2014); Change.org (2014); Münstermann (2014); o.A*in (2014); Oestreich (2014b).
- 11 Nicht alle Pickup Artists verwenden diese Strategien oder lehnen diese wie auch Respektlosigkeit und Abwertung von Frauen ab.
- 12 Man fragt, auf welches Ideal eine Sinn-einheit hinstrebt (positiver Horizont), wodurch diese Ausrichtung beschränkt wird oder von welchem (negativen) Ideal die Sinneinheit wegstrebt (negativer Horizont) (Przyborski/Wohlrab-Sahr 2014: 302).
- 13 Die Namen der Teilnehmer wurden von der Autorin anonymisiert.
- 14 Die in dieser Schriftart geschriebenen Textteile sind dem Transkript entnommen, daher sind diese von der üblichen Groß- und Kleinschreibung sowie von Zeichensetzung ausgenommen.
- 15 Dabei wird nicht anerkannt, dass es auch Inter*menschen gibt oder dass die Geschlechtsmerkmale nicht zwangsläufig mit der Geschlechtsidentität übereinstimmen (Trans*). Inter* bedeutet, dass bei einer Person männliche und weibliche Merkmale (mehr oder weniger) ausgeprägt sind (vgl. Holzleithner 2002: 189).
- 16 Woltersdorf benennt den Inhalt des Buches von Brian Pronger (1990). Dieser Titel wird hier unabhängig vom eigentlichen Inhalt verwendet. Woltersdorf hat sich nicht im Kontext von Pickup geäußert.

- 17 Der Begriff Agency beschreibt in der qualitativen Sozialforschung die kognitive Repräsentation der eigenen Handlungs- und Wirkmächtigkeit (Kruse 2011: 380).
- 18 In der Community sind wenige Frauen, diese haben eine marginale Stellung und dienen meist nur als Unterstützung der Pickup Artists.

Literatur

- Alfermann, Dorothee (1996): Geschlechterrollen und geschlechtstypisches Verhalten. Stuttgart: Kohlhammer.
- Avaaz.org (2014): Keine Vergewaltigungs-Promo in Deutschland. <https://secure.avaaz.org/de/julien_blanc_de_ven_full/?dqdDHib> (Zugriff am 1.12.2015).
- Bellanger, Silke (2011): Körper. In: Fuchs-Heinritz, W./Klimke, D./Lautmann, R./Rammstedt, O./Stäheli, U./Weischer, C./Wienold, H. (Hrsg.) (2011): Lexikon zur Soziologie. 5. Auflage. Wiesbaden: VS.
- Bohnsack, Ralf (2014): Rekonstruktive Sozialforschung – Einführung in qualitative Methoden. 9. Auflage. Stuttgart: Barbara Budrich/UTB.
- Bourdieu, Pierre (2005) [1998]: Die männliche Herrschaft. Frankfurt/M: Suhrkamp.
- Bourdieu, Pierre (2013): Die männliche Herrschaft. Frankfurt/M: Suhrkamp.
- Bröckling, Ulrich (2002): Das unternehmerische Selbst und seine Geschlechter. Gender-Konstruktion in Erfolgsratgebern. In: Leviathan: Berliner Zeitschrift für Sozialwissenschaft, 2002, Jg. 30, H. 2, S. 175-194. <http://dx.doi.org/10.1007/s11578-002-0017-2>.
- Bröckling, Ulrich (2007): Das unternehmerische Selbst. Soziologie einer Subjektivierungsform. Frankfurt/M: Suhrkamp.
- Bröckling, Ulrich (2014): Wettkampf und Wettbewerb: Semantiken des Erfolgs zwischen Sport und Ökonomie. In: Genese und Wandel von Erfolgsstrukturen. Leviathan: Berliner Zeitschrift für Sozialwissenschaft, Sonderheft 2014, H. 29, S. 92-102.
- Change.org (2014): Auftritt und Seminar von Julien Blanc in Berlin verhindern!! <<https://www.change.org/p/klaus-wowereit-auftritt-und-seminar-von-julien-blanc-in-berlin-verhindern>> (Zugriff am 1.12.2015).
- Degele, Nina (2007): Männlichkeiten queeren. In: Bauer, R./Hoenes, J./Woltersdorf, V. (Hrsg.) (2007): Unbeschreiblich Männlich. Heteronormativitätskritische Perspektiven. Hamburg: Männerschwarm, S. 29-42.
- Degele, Nina (2008): Gender/Queer Studies. Eine Einführung. Paderborn: Wilhelm Fink.
- Friedman, Jaclyn (2010): Consent is Not a Lightswitch. <http://www.amplifyyourvoice.org/u/Yes_Means_Yes/2010/11/9/Consent-is-not-a-lightswitch> (Zugriff am 5.9.2015).
- Ganahl, Jane (2005): Ahead of the game/Rock scribe Neil Strauss became an unlikely master of seduction, and he's helping other shy guys do the same. In: San Francisco Chronicle Online. 25.09.2005. <<http://www.sfgate.com/living/article/Ahead-of-the-game-Rock-scribe-Neil-Strauss-2606158.php>> (Zugriff am 8.9.2015).
- Gildemeister, Regine (2005): Carol Hagemann-White: Sozialisation: Weiblich – Männlich. In: Löw, M./Mathes, B. (Hrsg.) (2005): Schlüsselwerke der Geschlechterforschung. Wiesbaden: VS, S. 194-213.
- Heilmann, Andreas (2007): Die Verteidigung der Männlichkeit. Das Identitätsdilemma schwuler Männer zwischen Militär und Coming-Out. In: Bauer, R./Hoenes, J./Woltersdorf, V. (Hrsg.) (2007): Unbeschreiblich Männlich. Heteronormativitätskritische Perspektiven. Hamburg: Männerschwarm, S. 63-74.
- Hendriks, Eric C. (2012): Ascetic Hedonism: Self and Sexual Conquest in the Seduction Community. In: Cultural Analysis 11 (2012): 1-16. <<http://socrates.berkeley.edu/~caforum/volume11/pdf/Hendriks.pdf>> (Zugriff am 22.12.2015).
- Hoff, Walburga (2005): Claudia Honegger: Die Ordnung der Geschlechter. In: Löw, M./Mathes, B. (Hrsg.) (2005): Schlüssel-

- werke der Geschlechterforschung. Wiesbaden: VS, S. 267-282.
- Holzleithner, Elisabeth (2002): Intersexualität. In: Kroll, R. (Hrsg.) (2002): Metzler Lexikon. Gender Studies Geschlechterforschung. Stuttgart: Metzlersche Verlagsbuchhandlung und Poeschel GmbH.
- Jäger, Ulle/König, Tomke/Maihofer, Andrea (2012): Pierre Bourdieu: Die Theorie männlicher Herrschaft als Schlussstein seiner Gesellschaftstheorie. In: Kahlert, H./Weinbach, C. (Hrsg.) (2012): Zeitgenössische Gesellschaftstheorien und Gender. Einladung zum Dialog. Wiesbaden: Springer VS. S. 15-36.
- Kruse, Jan (2011): Reader „Einführung in die Qualitative Interviewforschung“. Überarbeitete, korrigierte und umfassend ergänzte Version. Freiburg. (unveröff.).
- Küppers, Carolin (2012): Aus Politik und Zeitgeschichte, Jg. 62., H. 20-21, S. 3-8.
- Lautmann, Rüdiger (2011): Wettbewerb. In: Fuchs-Heinritz, W./Klimke, D./Lautmann, R./Rammstedt, O./Stäheli, U./Weischer, C./Wienold, H. (Hrsg.) (2011): Lexikon zur Soziologie. 5. Auflage. Wiesbaden: VS.
- Lin, Vince (2008): Natural. In: Pua Lingua. <<http://www.pualingo.com/natural>> (Zugriff am 22.6.2014).
- Loos, Peter/Schäffer, Burkhard. (2001): Das Gruppendiskussionsverfahren: Theoretische Grundlagen und empirische Anwendung. Opladen: Leske & Budrich. <http://dx.doi.org/10.1007/978-3-322-93352-2>.
- Meuser, Michael (2006): Geschlecht und Männlichkeit. Soziologische Theorie und kulturelle Deutungsmuster. 2., überarbeitete und aktualisierte Auflage. Wiesbaden: VS.
- Meuser, Michael (2010a): Junge Männer: Aneignung und Reproduktion von Männlichkeit. In: Becker, R./Kortendiek, B. (2010): Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. 3., erweiterte und durchgesehene Auflage. Wiesbaden: VS, S. 428-435. http://dx.doi.org/10.1007/978-3-531-92041-2_51.
- Meuser, Michael (2010b): Körperdiskurse und Körperpraxen der Geschlechterdifferenz. In: Aulenbacher, B./Meuser, M./Riegraf, B. (2010): Soziologische Geschlechterforschung. Eine Einführung. Wiesbaden:VS, S. 125-140.
- Münstermann, Marius (2014): Proteste gegen „Pickup“-Seminare: Sexuelle Gewalt als Geschäftsmodell. <<http://www.spiegel.de/panorama/sexuelle-gewalt-selbsternannter-pickup-artist-julien-blanc-entsetzt-a-1002808.html>> (Zugriff am 1.12.2015).
- O.A*in. (2014): „Pickup“-Artist Julien Blanc. Proteste gegen den Vergewaltigungs-Prediger. <<http://www.stern.de/panorama/julien-blanc--protest-gegen-den-pickup-artist-3249648.html>> (Zugriff am 1.12.2015).
- Oestreich, Heide (2014a): Umstrittene Seminare in Deutschland. Hotels gegen „Pick-up“-Sexisten. <<http://www.taz.de/!5028060/>> (Zugriff am 1.12.2015).
- Oestreich, Heide (2014b): Dating-Tipps von Pick Up Artists. Anbaggern oder vergewaltigen? <<http://www.taz.de/Dating-Tipps-von-Pick-Up-Artists/!5028906/>> (Zugriff am 1.12.2015).
- PF01: Members. <<http://www.pickupforum.de/members>> (Zugriff am 8.1.2014).
- PF02: Beginner-FAQ. <<http://www.pickupforum.de/topic/9382-beginner-faq/>> (Zugriff am 8.1.2014).
- PF03: Die 10-Punkte Skala der Bewertung von Frauen. <<http://www.pickupforum.de/topic/24-ra-die-10-punkte-bewertungsskala-der-frauen/>> (Zugriff am 8.1.2014).
- PF04: Die richtige Einstellung eines Verführers. <<http://www.pickupforum.de/topic/7873-ra-die-richtige-einstellung-eines-verfuehrers/>> (Zugriff am 8.1.2014).
- PF05: Raaf – The definitiv post on INNER GAME. <<http://www.pickupforum.de/>>

- topic/2960-raaf-the-definitiv-post-on-inner-game> (Zugriff am 08.01.2014).
- PF06: Opener.
<<http://www.pickupforum.de/topic/2609-opener>> (Zugriff am 8.1.2014).
- Pronger, Brian (1994): *The Arena of Masculinity: Sports, Homosexuality, and the Meaning of Sex*. New York: St. Martin's
- Przyborski, Aglaja/Wohlrab-Sahr, Monika (2014): *Qualitative Sozialforschung. Ein Arbeitsbuch*. 4., erweiterte Auflage. München: Oldenbourg. <http://dx.doi.org/10.1524/9783486719550>.
- Reiss, Kristina (2010): *Linguistik: Von Feministischer Linguistik zu Genderbewusster Sprache*. In: Becker, R./Kortendiek, B. (Hrsg.) (2010): *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie*. 3. Auflage. Wiesbaden: VS, S. 750-755.
- Riegraf, Birgit (2010): *Konstruktion von Geschlecht*. In: Aulenbacher, B./Meuser, M./Riegraf, B. (2010): *Soziologische Geschlechterforschung. Eine Einführung*. Wiesbaden: VS, S. 59-78. http://dx.doi.org/10.1007/978-3-531-92045-0_4.
- Schwake, Vanessa (ohne Jahr): *PICK-UP-ARTIST. Achtung, Aufreißer*. Glamour. <<http://www.glamour.de/liebe/maenner-verstehen/pick-up-artist-achtung-aufreisser>> (Zugriff am 8.9.2015).
- Strauss, Neil (2006): *Die perfekte Masche. Bekenntnisse eines Aufreißers*. 2. Auflage. Berlin: Ullstein.
- Streckenbach, Luisa (2014): „Der Weg des wahren Mannes“ – Eine empirische Analyse von Männlichkeitskonstruktionen in der Pickup-Community. (unveröff.; in Arbeit).
- Thöne, Leonie Viola (2012): *Pickup Artists: Die manipulativen Strategien der geheimen Aufreißer-Community*. Moers: Entercom Saurus Records.
- Thorn, Clarisse (2013): *Fiese Kerle?: Unterwegs mit Aufreißern. Ein hautnahes Experiment*. Hamburg: Edel Germany.
- Tuider, Elisabeth (2011): *Heteronormativität*: In: Fuchs-Heinritz, W./Klimke, D./Lautmann, R./Rammstedt, O./Stäheli, U./Weischer, C./Wienold, H. (Hrsg.) (2011): *Lexikon zur Soziologie*. 5. Auflage. Wiesbaden: VS.
- Townsend, Catherine (2006): *Sleeping Around. Negging will get you nowhere*. In: *The Independent*. 28.03.2006. <<http://www.independent.co.uk/voices/commentators/catherine-townsend-sleeping-around-471809.html>> (Zugriff am 3.7.2014).
- Weingarten, Gene (2008): *Man of Mystery. How to drive women wild ... or maybe just away*. In: *The Washington Post*. 27.01.2008. <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2008/01/22/AR2008012202542_pf.html> (Zugriff am 8.9.2015).
- West, Candace/Zimmerman, Don H. (1987): *Doing Gender*. In: *Gender & Society*. 1987 / 1, S. 125-151. <http://dx.doi.org/10.1177/0891243287001002002>.
- Wolf, Johnny (2009): *5 Easy Ways to Over Come LMR: Last Minute Sexual Reservations*. <<http://www.thesocialsecrets.com/2009/04/5-easy-ways-to-over-come-lmr-last-minute-sexual-reservations/#sthash.aBbSCQnw.dpuf>> (Zugriff am 13.07.2014).
- Woltersdorf, Volker alias Lore Logorrhöe (2007): „I Want To Be A Macho Man“. *Schwule Diskurse über die Aneignung von Männlichkeit in der Fetisch- und SM-Szene*. In: Bauer, R./Hoenes, J./Woltersdorf, V. (Hrsg.) (2007): *Unbeschreiblich Männlich. Heteronormativitätskritische Perspektiven*. Hamburg: Männerschwarm, S. 107-120.