

**Zeitschrift:** Horizonte : Schweizer Forschungsmagazin  
**Herausgeber:** Schweizerischer Nationalfonds zur Förderung der Wissenschaftlichen  
Forschung  
**Band:** - (2000)  
**Heft:** 46

**Artikel:** Partnerwahl per Inserat  
**Autor:** Dieffenbacher, Christoph  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-967680>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 21.10.2025

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

# Partnerwahl per Inserat

Wer ein Heiratsinserat aufgibt, will möglichst vorteilhaft und zeitgemäss erscheinen. Doch die Zeiten ändern sich. Ein Soziologenteam an der ETH Zürich untersucht, wie sich die Selbstdarstellungen bei der Partnersuche in den letzten 100 Jahren gewandelt haben.

VON CHRISTOPF DIEFFENBACHER  
FOTO PHOTODISC



**D**a ist der «junge Mann», «kerngesund mit solidem, festem Charakter in gesicherter Lebensstellung», der «mit einer achtbaren, fleissigen und lebensfrohen Tochter aus schweizerischer, reformierter und gutsituierter Familie behufs baldiger Heirat in nähere Beziehung zu treten» sucht. Und da ist der «Selbstinsistent, in sozialem Beruf tätig, warmherzig, unkonventionell, umweltbewusst, kinderliebend, gut aussehend», der «Dich, feinfühlig junge Frau» kennen lernen möchte. Ob sie Glück hatten oder nicht – zwischen den beiden 30-Jährigen aus Zeitungsannoncen vom Anfang und vom Ende des 20. Jahrhunderts liegen Welten.

## Unkonventionelle Quellen

In der Sozialforschung gelten quantitative Daten von kulturellen Veränderungsprozessen, die über die letzten 20 oder 30 Jahre hinausgehen, als Rarität. Heiratsinserate sind unkonventionelle, leicht zugängliche und geeignete Quellen, um Änderungen der Werte über längere Zeit hinweg zu verfolgen. Sie bestehen in aller Regel aus verkürzenden, häufig in Standart-Formeln abgefassten Texten, mit denen jemand die gerade aktuellen

Persönlichkeits-, aber auch Beziehungswerte öffentlich ausdrückt.

So lautet der Ansatz der Soziologieprofessorin Marlis Buchmann und ihres Kollegen Manuel Eisner, die sich die Heirats- und Kontaktanzeigen in einem Forschungsprojekt vorgenommen haben. Sie wählten dafür eine repräsentative Stichprobe von rund 7700 einschlägigen Annoncen aus, die zwischen 1900 und 1996 in den Spalten von «Tages-Anzeiger» und «NZZ» erschienen; ausgeschlossen haben sie Inserate von Vermittlungsinstituten. Für die quantitative Auswertung wurden die Inserate mit einer computerunterstützten Inhaltsanalyse aufbereitet.

In den Selbstdarstellungen der Partnersuchenden unterscheiden Buchmann und Eisner drei Gruppen von Charakterqualitäten, die sich zeitlich in groben Zügen ablösen. Zunächst gab noch das «bürgerliche Selbstideal» den Ton an: Bis in die 20er-Jahre beschrieb sich die Hälfte der Inserierenden als «solide», «seriös», «rechtschaffen», «bescheiden» oder «tüchtig», also in Begriffen von Pflichterfüllung und Fleiss, Familie und Arbeit. Zwischen den 30er- und

den frühen 60er-Jahren kam dann das «harmonieorientierte Selbstideal» auf – jeder Dritte verwendete Begriffe wie «liebenswert», «fröhlich», «sympathisch» oder «nett» und beschwor damit das idyllische Bild einer harmonischen und glücklichen Kleinfamilie.

## Originalität gesucht

Seit den 50er-Jahren – und besonders ab Anfang der 70er – stellen sich Menschen in Heiratsannoncen völlig anders dar. Zu über einem Drittel sind sie nun «aktiv», «vielseitig interessiert», «sensibel», «tolerant» oder «selbstständig»: Eigenschaften, welche die Forschenden als «expressives Selbstideal» bezeichnen. Die Arbeitswelt verliert an Bedeutung, dafür werden Freizeit und Lebensstil, aber auch Authentizität, Selbstverwirklichung und Originalität immer wichtiger. Und auch die Beziehungsideale sind längst nicht mehr die gleichen: «Heute», bilanziert Eisner, «stehen gemeinsame Vorlieben und Interessen, eine gefühlsmässige Zusammengehörigkeit und die Gleichberechtigung der Partner sehr viel stärker im Vordergrund als zu Beginn dieses Jahrhunderts.» ■