

Buch „Wir Deutschen & die Liebe“ – Im Fokus: Pornografie

## Pornografie: ein Alltagsphänomen

**Köln, 06.10.2017.** Das von YouGov und Edel Books aktuell herausgegebene Buch „Wir Deutschen & die Liebe“ gibt einen umfangreichen Einblick in die Herzen und die Betten der Deutschen. Die Studie mit über 12.000 Befragten und rund 100.000 Datenpunkten liefert auch spannende Einsichten dazu, welche Rolle Pornografie im Leben der Deutschen spielt.

Pornografie ist inzwischen zu einem kostenfreien Konsumgut geworden. Zwei Drittel der Deutschen (67 %) sind der Meinung, dass Pornografie ein Geschäft wie jedes andere sei. Und knapp drei Viertel von ihnen (72 %) sieht Pornografie als Möglichkeit, Fantasien auszuleben. Fast die Hälfte aller Männer (44 %) nutzt einmal pro Woche Pornografie, allerdings nur jede fünfzehnte Frau (7 %). Die Hälfte aller Frauen (48 %) konsumiert wiederum nie pornografisches Material. Interessanterweise geben aber doch zwei Drittel aller Paare (62 %) an, schon einmal gemeinsam einen Porno konsumiert zu haben. Und 68 % der Befragten geben an, sich schon einmal durch Pornografie Inspiration für das eigene Sexualleben geholt zu haben – jeder Zweite (52 %) sogar mehrfach. Überwiegend schauen sich die Deutschen (75 %) kostenlose pornografische Angebote im Netz an. Danach folgen DVDs (18 %), Magazine (10 %) und Bücher (10%). Nur 3 % der Befragten nutzt kostenpflichtige pornografische Webseiten und ganze 2 % gehen ins Kino.

Im Durchschnitt findet der Erstkontakt bei jungen Männer mit 16,6 Jahren statt, bei jungen Frauen mit 19,3 Jahren. Inzwischen passiert der Einstieg allerdings deutlich früher: Die über 55-Jährigen sahen erst mit 20,4 Jahren ihren ersten Porno, die heute 20 - bis 24-Jährigen schon mit 14,2 Jahren. Pornografie besitzt auch eine Aufklärungsfunktion: Bei den heute 18- bis 24-Jährigen tragen Medien und Filme (28 %) und das Internet (25 %) entscheidend zur Aufklärung bei. Mehr als zwei Drittel der Befragten (69 %) sind allerdings der Meinung, dass Pornografie den Jugendlichen ein falsches Bild von Sexualität vermittelt. Und zwei von fünf Befragten fordern, dass der Zugang zu Pornografie stärker eingeschränkt werden sollte.

Rund die Hälfte der männlichen Befragten (52 %) nutzt pornografisches Material zur Selbstbefriedigung, aber nur 15 % der Frauen. Der Konsum von Pornografie scheint jedoch nicht zu übersteigerndem Erwartungsdruck unter Paaren zu führen. So geben mehr als drei Viertel der Männer an (84 %), dass die Partnerin nicht erwarten würde, dass ihr Penis so aussieht wie der eines Pornodarstellers. Und beinahe so viele Frauen (83 %) bestätigen, dass ihre Vagina nicht wie bei einer Pornodarstellerin aussehen müsste. Auch bestätigt mehr als Hälfte der Befragten (54 %), dass Porno für sie kein Beziehungskiller sei, sondern ihre Lust steigere. Bei nur 4 % führt es zum Gegenteil. Und immerhin jedes achte Paar (12 %) hat sich schon einmal selbst beim Sex fotografiert oder gefilmt.

Wie hat der optimale Pornofilm auszusehen? Zwei Drittel der Befragten (68 %) mögen Dialoge mit sexueller Sprache und 90 % stehen auf ein zärtliches Miteinander im Film. Am schärfsten findet aber

Gustav-Heinemann-Ufer 72  
50968 Köln  
Tel: +49 (0) 221 42061 444  
Fax: +49 (0) 221 42061 1444



sowohl die Mehrheit der Männer (68 %) als auch der Frauen (54 %) echten Sex mit Bildern von Geschlechtsverkehr.

Und was erwartet uns in Zukunft? Bald sollen wir Sexvideos in der virtuellen Realität durch Datenbrillen erleben oder gar mit Robotern Geschlechtsverkehr vollziehen können. Die Hälfte der Männer (51 %) freut sich darauf, Frauen sind eher zurückhaltend und nur jede fünfte Frau wäre offen für das Thema (22 %). Ein Drittel der Männer (33 %) würde sogar Sex mit einem Roboter haben, wenn es sich echt anfühlt – und immerhin auch jede fünfte Frau (20 %).

Nach dem Konsum von Pornos fühlt sich knapp die Hälfte der Deutschen entspannt (53% Männer, 41 % Frauen). Die Frauen (45 %) sind danach mehr erregt als die Männer (37 %). Sich schämen oder ein schlechtes Gewissen hat kaum noch jemand.

**Partner:** Exklusiver Partner des Buchs ist die RITEX GmbH.

## Pressekontakt:

YouGov Deutschland GmbH  
Nikolas Buckstegen, Manager PR  
Tel.: +49 (0) 221 42061-444  
E-Mail: [presse@yougov.de](mailto:presse@yougov.de)

## Über YouGov:

YouGov ist ein weltweites Marktforschungs- und Beratungsinstitut. Im Jahr 2000 in London gegründet, ist YouGov mittlerweile mit 31 Standorten in Europa, den USA, im Nahen Osten, Afrika und Asien vertreten. YouGov gilt als Pionier in der Online-Marktforschung und gehört nach Angaben der renommierten American Marketing Association zu den Top 20 Marktforschungsunternehmen der Welt.

Weitere Informationen zur Meinungsforschung von YouGov finden Sie unter [yougov.de](http://yougov.de)

## Herausgeber:

Holger Geißler studierte Psychologie in Heidelberg und Mannheim und lebt mit seiner Familie in Köln. Seine Leidenschaft sind die internetbasierte Markt- und Meinungsforschung, die er in Deutschland als Forschungsleiter und Sprecher von YouGov und Dozent an der TH Köln aktiv mitgestaltet. Viele seiner Forschungs- und Studienergebnisse werden regelmäßig in großen deutschen Medien veröffentlicht und diskutiert.

Gustav-Heinemann-Ufer 72  
50968 Köln  
Tel: +49 (0) 221 42061 444  
Fax: +49 (0) 221 42061 1444



## Autor:

Christoph Drösser, Diplom-Mathematiker, war 18 Jahre lang Redakteur der Wochenzeitung „Die Zeit“ und schreibt dort noch jede Woche die Kolumne „Stimmt’s?“. Er hat zahlreiche erfolgreiche Bücher veröffentlicht, u. a. „Total berechenbar? Wenn Algorithmen für uns entscheiden“, „Wissen in Bildern“ (Edel 2011), „Stimmt’s? Das große Buch der modernen Legenden“ (2010), „Der Physikverführer“ (2010), „Haste Töne? Warum wir alle musikalisch sind“ (2009), „Der Mathematikverführer“ (2007), „Wie wir Deutschen ticken“ (Edel 2015), „Wir Deutschen und das Geld“ (Edel 2016).

## Wir Deutschen & die Liebe

Edel Books, 2017  
240 Seiten, Klappenbroschur  
Format 14,3 x 20,1 cm  
17,95€ (D) / 18,50€ (A)  
ISBN 978-3-8419-0561-1