merz | medien + erziehung | Arnulfstraße 205 | 80634 München
| fon 089.68989120 | merz@jff.de | www.merz-zeitschrift.de
| ISSN 0176-9418

merz
ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK

Stefanie Neumaier: Stichwort: Sexfluencing

Beitrag aus Heft »2020/02 Beruf Medienpädagog*in«

So manche Sachen verlangen nach einer verschlossenen Tür. Doch wenn es darum geht, intime Details im öffentlichen Raum zu thematisieren, scheut sich eine Gruppe keineswegs: Sexfluencer*innen. Abgeleitet von Influencer*innen, also Personen mit einer hohen sozial-medialen Reichweite, die online zu ausgewählten Themen Positionen vertreten, welche sie ihren Viewer*innen zur Rezeption anbieten. Einen Teilbereich bildet dabei Sexfluencing: „Was Männer mögen & Frauen wollen" (@benscouch, Instagram) und „It's all about helping you upgrade & enjoy your sexual life" (@SexFluencer, Twitter) sind nur zwei von unzähligen Accountbeschreibungen, die Nutzenden unterschiedlichster Plattformen vor allem eines suggerieren, nämlich Antworten parat zu haben. Antworten auf Fragen, wie das eigene Sexleben wieder in Schwung kommen könnte, worauf es beim Dating zu achten gilt oder wie auch in einer langjährigen Beziehung die Erotik nicht zu kurz kommt. Die Wissenschaftlichkeit der dabei angeführten Fakten, dass zum Beispiel die Aussicht auf baldigen Geschlechtsverkehr den Bartwuchs von Männern verstärke, sei dahingestellt.

Bei der sexualisierten Gattung des Influencings ist eine Gratwanderung zwischen Ernsthaftigkeit und Selbstvermarktung zu konstatieren. Sicherlich nicht zu unterschätzen ist dabei, mit Blick auf Inhalte von Selbstdarstellerin Katja Krasavice und ähnlichen Formaten, neben dem Jugendschutz auch die Verzerrung von Wirklichkeit, insbesondere jüngerer Nutzender. Doch haben sich auch zahlreiche Kanäle (@underneath_we_are, Instagram) dem Entgegenwirken von Schönheitsidealen mit einer gesunden Portion Body Positivity verpflichtet.

Neben der individuellen Motivation, eine solche Form von Influencing zu konsumieren, und dem daseinsberechtigten Ausdruck von Jugendkultur, dürfen die Beweggründe der Sexfluencer*innen und beispielsweise die dahinterstehende Industrie keinesfalls in Vergessenheit geraten. Der Kapitalismus kennt keine Grenzen und erst recht keinen Halt vor dem Schlafzimmer – und so manch anderen spannenden Orten.

kopaed verlagsgmbh | Arnulfstraße 205 | 80634 München
kopaed verlagsgmbh | fon 089.688 900 98 | info@kopaed.de | www.kopaed.de