

Journal of Social Intervention: Theory and Practice –
2011 – Volume 20, Issue 3, pp. 41–58
URN:NBN:NL:UI:10-1-101563

ISSN: 1876-8830

URL: <http://www.journalsi.org>

Publisher: Igitur publishing, in cooperation with
Utrecht University of Applied Sciences, Faculty of
Society and Law

Copyright: this work has been published under a
Creative Commons Attribution-Noncommercial-No
Derivative Works 3.0 Netherlands License

Paul van Gelder is fieldworker and researcher at
SHOP (assistance and shelter prostitution and
human trafficking) in the city of The Hague, The
Netherlands. Correspondence to: P.O. Box 1764,
1000 BT Amsterdam.
E-mail: p.vangelder@shop-den Haag.nl

Received: 4 March 2011

Accepted: 30 juni 2011

Review Category: Research

SEKSUELE DIENSTVERLENING DOOR MANNEN IN DEN HAAG: ONTWIKKELINGEN OP HET INTERNET

PAUL VAN GELDER

ABSTRACT

Male sexual services in The Hague: developments on the internet

Since the legalization of prostitution and the rapid rise of the internet, male providers of sexual services got out of sight in the Netherlands. Most boysclubs had to close down. These matters, along with the tighter controls at cruising areas are reasons why this group has turned to the internet to offer their services. In 2009, a research was carried out on the nature and extent of male sexual services in the region of The Hague, with a special focus on the internet. Possible changes in the needs and problems of male sexual providers were also explored. To what extent can they be reached by means of the internet, in order to provide them with information, advice or assistance? On the basis of the research data it can be concluded that the internet can be an

SEKSUELE DIENSTVERLENING DOOR MANNEN IN DEN HAAG

important tool in the signalling and finding of male sexual providers. Getting more acquainted with them and gaining their trust, however, is still rather hard to realize.

Keywords

Social work, outreach work, internet, male prostitution, stigmatisation

SAMENVATTING

Seksuele dienstverlening door mannen in Den Haag: ontwikkelingen op het internet

Met de legalisering van het prostitutiebedrijf en de snelle opkomst van het internet zijn mannelijke seksuele dienstverleners in Nederland uit het zicht geraakt. De meeste boysclubs sloten hun deuren. Deze zaken, samen met de aangescherpte handhaving op openbare ontmoetingsplaatsen, vormen redenen voor deze groep om online te gaan. In 2009 is er in Den Haag een onderzoek uitgevoerd naar deze specifieke doelgroep, met speciale aandacht voor het internet. Mogelijke veranderingen in de behoeften en vragen bij mannelijke seksuele dienstverleners zijn ook onderzocht. In hoeverre zijn zij op het internet bereikbaar voor informatie, advies of hulp? Bij het online verrichten van onderzoek en veldwerk blijkt het signaleren wel goed uit te werken maar is het nog zoeken naar een "praatpaal-functie".

Trefwoorden

Maatschappelijk werk, outreachend werken, internet, mannenprostitutie, stigmatisering

VERANTWOORDING

Het onderzoek waar in dit artikel verslag van wordt gedaan, is uitgevoerd door Paul van Gelder en Léon van Lier, met medewerking van de Stichting Hulp en Opvang Prostitutie en Mensenhandel (SHOP). De Dienst Onderwijs, Cultuur en Welzijn (OCW), Gemeente Den Haag, financierde het onderzoek. Voor het uitgebreide eindrapport wordt verwezen naar Van Gelder en Van Lier (2011).

INTRODUCTIE

Na de legalisering van het prostitutiebedrijf in 2000 en de opkomst van het internet zijn mannelijke seksuele dienstverleners in Nederland uit het zicht geraakt. De boysclubs hebben bijna allemaal

hun deuren gesloten. Vanwege het dubbele taboe op prostitutie en homoseksualiteit, willen veel mannen niet als zodanig bekend worden bij instanties. Daar komt bij dat de handhaving op openbare ontmoetingsplaatsen, zoals stations en parken, is aangescherpt. In dezelfde tijdperiode maakte het internet een snelle ontwikkeling door. Al deze zaken hebben ertoe bijgedragen dat mannelijke seksuele dienstverleners zich steeds meer tot het internet wendden als plek voor het aanbieden van hun diensten.

Voor de gemeente Den Haag waren deze veranderingen reden om een onderzoek te laten uitvoeren naar de aard en omvang van mannelijke seksuele dienstverleners in de regio. In hoeverre zijn zij actief op het internet? Om welke aantallen gaat het? Hoe zijn zij bezig op het internet? Een andere onderzoeksvraag was, in hoeverre het internet verandering heeft gebracht in de behoeften en vragen bij deze specifieke doelgroep. Als de betrokken jongens/mannen al informatie, advies of hulp zoeken bij een instelling verzwijgen zij gewoonlijk dat zij zich met seksuele dienstverlening inlaten. Ook bij hulp- en dienstverleners overheerst de terughoudendheid (Van Gelder, 1995). Bij SHOP Den Haag is de deskundigheid aanwezig om mogelijke behoeften en vragen bespreekbaar te maken. In hoeverre zijn mannelijke seksuele dienstverleners hiervoor echter bereikbaar via het internet? Het onderzoek bood tegelijk ook een bijzondere mogelijkheid om ervaring op te doen met het online benaderen van jongens/mannen uit de doelgroep.

Er was geen ruimte om te focussen op de problematiek van minderjarige jongens beneden de 18 jaar. Daarbij kwam dat in 2009 het rapport *Verborgene werelden* van een landelijk onderzoek naar prostitutie bij minderjarige jongens werd gepubliceerd (Korf, Benschop & Knotter, 2009).

HET ONDERZOEK

Dit artikel maakt deel uit van een breder onderzoek naar seksuele dienstverlening door mannen in Den Haag en omgeving (Van Gelder & Van Lier, 2011). Het onderzoek is te zien als update van een vergelijkbare veldstudie die in 1994 plaatsvond in de Haagse regio (Van Gelder, 1995). In die tijd was de mobiele telefoon er al wel maar moest het internet nog komen. Dit artikel gaat over wat er online te vinden is en de veranderingen die het internet met zich meebrengt, bijvoorbeeld voor de bespreekbaarheid van mogelijke behoeften en vragen bij deze specifieke doelgroep. Op het internet beschikken mannelijke seksuele dienstverleners over een waaier aan mogelijkheden om de aandacht van klanten op zich te vestigen. Bij het online verzamelen van gegevens zijn zoveel mogelijk contactvarianten meegenomen, van profielsites, datingsites, chatboxen, vraag- en aanbodsites, webcams, tot filmpjes. Het onderzoek heeft zich daarmee niet beperkt tot de bekende profielsites voor escortboys, er is veel verder doorgezocht. Er zijn zowel cijfermatige als kwalitatieve gegevens verzameld. Verder is erop gelet dat de gebruikte

SEKSUELE DIENSTVERLENING DOOR MANNEN IN DEN HAAG

onderzoeksmethoden zo verschillend mogelijk waren (triangulatie). Behalve online is offline veldonderzoek verricht op openbare ontmoetingsplaatsen en in het uitgaanscircuit. Bovendien zijn met 28 medewerkers van evenzoveel instellingen interviews afgenomen over hun ervaringen met hulp- en dienstverlening aan de doelgroep. Met 15 mannelijke seksuele dienstverleners zijn kwalitatieve interviews of anders informele gesprekken gehouden over hun manier van werken, en over hun behoeften en vragen. Afgezien van de literatuur en het internet zijn ook secundaire databronnen geanalyseerd, zoals bijgehouden veldgegevens over de tijdsperiode 1995–2008.

Bij het achterhalen van mannelijke seksuele dienstverleners op het internet deden zich verschillende problemen voor. Een eerste moeilijkheid was het inperken van de overvloed aan gegevens tot Den Haag en omgeving. Niet alle websites bieden adverteerders de optie om hun woon- of werkplaats te vermelden. Soms kan hooguit de provincie Zuid-Holland worden aangegeven. Maar dan zouden bijvoorbeeld ook gegevens over Rotterdam zijn meegenomen. Sommige escortboys noemen uit zichzelf de plaats waar ze klanten ontvangen of zoeken. Bij twijfel is aan adverteerders gevraagd waar zij in Zuid-Holland zaten. Vanaf mei 2009 is nauwkeurig bijgehouden wat voor nieuwe advertenties en profielen er werden geplaatst op de diverse internetsites. Als twee advertenties of profielen erg op elkaar leken zijn ze eenmaal meegeteld.

Een tweede moeilijkheid was het op een verantwoorde manier trekken van een steekproef onder mannelijke seksuele dienstverleners. Aantallen wisselen sterk onder invloed van het jaargetijde, het tijdstip van de dag, en de dag van de week. Daarom is net als bij het veldonderzoek in 1994 (Van Gelder, 1995) ook in 2009 uitgegaan van het aantal mannelijke seksuele dienstverleners *op jaarbasis*. Bij de vrouwen zijn aantallen op jaarbasis ook het meest gebruikelijk.

INTERNETVARIANTEN

Vergeleken met de mobiele telefonie in de jaren negentig is het internet een meer ingrijpende technologische innovatie die zich in de seksuele dienstverlening door mannen heeft voorgedaan. Met de verdere ontwikkeling komen er steeds weer andere manieren om online actief te zijn. Hierin was in 2009 het volgende onderscheid te maken:

Advertenties en profielen

Het meest eenvoudig is het plaatsen van een kort bericht op een advertentiesite of datingsite. De mogelijkheden om een profiel te plaatsen op een escortsite als www.boys4u.nl worden ook steeds

uitbreider. Naast het opgeven van een bericht plus uiterlijke kenmerken (*stats*) is het plaatsen van enkele foto's gebruikelijk.¹ De combinatie van een profiel met een webcam (zie onder) of filmpjes komt steeds meer voor.

Chatboxen

Chatboxen vormen een directe, interactieve manier om klanten te vinden. Chatters die uitzijn op een paydate, zetten bijvoorbeeld een \$-teken bij de naam waarmee ze inloggen. De een zoekt actief door ongevraagd berichten te versturen, de ander stelt zich meer afwachtend op. Andersom plaatsen ook wel klanten een bericht dat ze een payboy zoeken. Chatboxen bieden de mogelijkheid om door te linken naar een profiel dat op een andere website is aangemaakt.

Webcams

Ook het gebruik van webcams is intussen gewoon geworden. Bij de meeste chatboxen en escortsites kan met een webcam worden ingelogd. Een andere mogelijkheid bieden speciale webcam-sites of camsites.

Eigen websites

Nog een stap verder gaat het onderhouden van een eigen website. In Den Haag zijn er weinig zelfstandig werkende escortboys met een eigen website. Eigen websites zijn meer gebruikelijk bij prostitutiebedrijven, zoals clubs en privéhuizen.

AANTALLEN M\$M EN M\$V OP HET INTERNET

Van het totale aantal mannelijke seksuele dienstverleners in de regio blijkt 76% (ook) actief te zijn op het internet (Van Gelder & Van Lier, 2011, p. 9). De nu volgende cijfers betreffen uitsluitend mannelijke seksuele dienstverleners die zich in de regio Den Haag via het internet beschikbaar stellen. Zij wonen ook in regio Den Haag of anders zoeken zij daar gericht hun contacten. Het peiljaar is 2009. In de aantallen is onderscheid gemaakt tussen mannen die betaalde seks met mannen zoeken (M\$M) en gigolo's die hun diensten aan vrouwen aanbieden (M\$V). Wat betreft de gigolo's (M\$V) bood het onderzoek enkel de mogelijkheid van signaleren, niet om nader onderzoek te doen.

SEKSUELE DIENSTVERLENING DOOR MANNEN IN DEN HAAG

In tabel 1 is de categorie van de 18–22 jarigen bij de M\$M 24% en bij de gigolo's (M\$V) 16% van het totale aantal internetters. Dat is een verschil van 8%. De leeftijdscategorie van 23–29 jarigen is zowel bij de M\$M als bij gigolo's (M\$V) het grootst en omvat gemiddeld 43% van het totaal. Zowel bij de M\$M als bij de gigolo's (M\$V) valt een substantieel aantal in de categorie 30 jaar en ouder; gemiddeld gaat het om 32% van het totaal.

Tabel 2 bevat nadere gegevens over de etnische/nationale herkomst voor de aantallen M\$M op het internet. Ruim de helft (55%) van de M\$M is autochtoon Nederlands. De Surinamers/Antillianen vormen daarna met 13% de grootste subgroep onder de migranten. Bij de gigolo's (M\$V) is de meerderheid overigens ook autochtoon Nederlands en vormen de Surinamers/Antillianen ruim een kwart van het totaal.

Bij het vergelijken van de etnische/nationale achtergrond met de leeftijd valt op dat de Nederlandse en Surinaamse/Antilliaanse M\$M vaker 25 jaar of ouder zijn. M\$M met een andere migratieachtergrond zijn vaker jonger dan 25 jaar.

Het aantal Marokkaanse M\$M dat via het internet betaalde sekscontacten zoekt, is 15 op een totaal van 208, dat is 7%. Dat percentage was in 2009 relatief gering gelet op de aandacht die Marokkaanse jongemannen eerder in de Nederlandse media kregen (Kooistra, 2006).²

ONTWIKKELINGEN OP HET INTERNET

Uit het onderzoek in de regio Den Haag komt naar voren dat de seksuele dienstverlening door mannen, sinds de jaren negentig, de volgende ontwikkelingen heeft doorgemaakt, in samenhang met het internet.

Tabel 1: M\$M en M\$V op internet, naar leeftijdscategorie, 2009 (regio Den Haag).

Leeftijdscategorie:	M\$M:	Gigolo's (M\$V):	M\$M en M\$V:
	Aantal (%)	Aantal (%)	Totaal (%)
18–22 jaar	50 (24%)	17 (16%)	67 (21%)
23–29 jaar	86 (41%)	47 (45%)	133 (43%)
30 jaar en ouder	65 (31%)	34 (33%)	99 (32%)
Onbekend	7 (4%)	6 (6%)	13 (4%)
Totaal	208 (100%)	104 (100%)	312 (100%)

Tabel 2: M\$M op internet, naar etnische/nationale herkomst, 2009 (regio Den Haag).

Etnische/nationale Herkomst:	18–24 jaar in %:	25 jaar ≤ in %:	Aantallen (%)
Nederlands	31%	69%	114 (55%)
Suriname/Antillen	30%	70%	27 (13%)
Latino	53%	47%	17 (8%)
Marokkaans	67%	33%	15 (7%)
Overig EU	54%	46%	13 (7%)
Aziatisch	62%	38%	12 (6%)
Oost-Europa	40%	60%	5 (2%)
Turks	80%	20%	5 (2%)
Totaal	39%	61%	208 (100%)

De gemiddelde leeftijd van M\$M is hoger geworden

De gemiddelde leeftijd van M\$M blijkt te zijn toegenomen. Deze stijging is vooral waarneembaar onder Nederlandse en onder Surinaamse/Antilliaanse M\$M. Bij het veldonderzoek in de jaren negentig (vóór de opkomst van het internet) werd nog een gemiddelde leeftijd van 23 jaar gevonden (Van Gelder, 1998, p. 80). In dit onderzoek (in 2009) bleek de vermelde leeftijd bij M\$M op het internet gemiddeld 27 jaar te zijn. Dat is 4 jaar ouder. Daar komt nog bij dat M\$M zich op het internet al gauw jonger voordoen dan zij werkelijk zijn. Jongere internetters, tot 23 jaar, blijken dat minder snel te doen.

Het aanbod van gigolo's (M\$V) is zichtbaarder geworden

Mede door toedoen van het internet is het aanbod van gigolo's (M\$V) zichtbaarder geworden. In 2009 werden in de Haagse regio circa 100 gigolo's op het internet geteld (op jaarbasis). Ter vergelijking: In 1989 kwam Mariëlle Osté na uitgebreid onderzoek tot de schatting dat er in heel Nederland 50 à 60 mannen werkelijk serieus betaalde liefde aanboden aan vrouwen (Osté, 1989). De toename van het aantal gigolo's (M\$V) is niet alleen zichtbaar in regio Den Haag. Er is sprake van een internationale trend. Steeds meer (westerse) vrouwen gaan op zoek naar romantische en erotische contacten waar een vorm van betaling aan te pas komt. Voor dat doel reizen er ook

(westerse) vrouwen naar een warm vakantie­land, zo blijkt uit internationaal onderzoek (Sánchez Taylor, 2006).

Van een "eigensoortig circuit" naar individualisering

In de gesprekken klaagden met name M\$M die het internetloze tijdperk nog hebben meegemaakt, over de vergaande individualisering. Tijdens het wachten op klanten in boysclubs en op openbare ontmoetingsplaatsen waren M\$M vroeger meer in de gelegenheid om met elkaar op te trekken. Een ervaren escortboy vertelde: "Vroeger in de clubs was het jongens samen, nu is het jongens voor zichzelf." Naast het dichtgaan van de clubs en de opkomst van het internet is er nog een reden aan te wijzen voor de toegenomen individualisering onder M\$M. Het internet biedt meer mogelijkheden om bij te verdienen met seksuele dienstverlening, bijvoorbeeld door thuis als escortboy in te loggen bij een chatbox.

In de jaren negentig kon worden gesproken van een "eigensoortig circuit" (Van Gelder, 1998). In 2009 is de individualisering zo ver voortgeschreden dat er voornamelijk nog sprake is van sociale en seksuele netwerken tussen M\$M en hun klanten. Voor beginnende M\$M is het niet meer nodig om het circuit in te duiken. Ze kunnen gelijk starten door op het internet een advertentie of profiel aan te maken.

Het informele karakter van de dienstverlening door M\$M is toegenomen

Met het verdwijnen van de meeste clubs en privéhuizen is het informele karakter van de seksuele dienstverlening door M\$M toegenomen. Informeel wil allereerst zeggen dat de spelregels van het contact al doende worden aangeleerd. Voor deze tak van sport is er geen erkende opleiding of een erkend diploma.

Informeel staat daarnaast voor "handje-contantje" uitwisselingen die onder economen veel breder worden aangeduid als informele economie (Losby *et al.*, 2002). De vraag die economen normaal bij dit soort informeel werk stellen is: Wat is er voor nodig om deze mensen ertoe te brengen dat ze vormen van bijklussen laten uitgroeien tot een inkomen genererend kleinbedrijf met een vergunning (Losby *et al.*, 2002)? Bij M\$M zou dit ook kunnen. Maar in het Nederlandse overheidsbeleid wordt de toon gezet door (aangescherpte) handhaving. Dat brengt M\$M ertoe om hun diensten buiten het zicht van instanties of onder een andere vlag aan te bieden, zoals massages "met een beetje meer".

M\$M ALS SEKSUELE DIENSTVERLENERS

Naast de ervaringen met mannelijke cliënten bij SHOP Den Haag zijn voor dit onderzoek met 15 verschillende M\$M interviewgesprekken gehouden. Van deze 15 legden er 10 (ook) via het internet contact met klanten. In de gesprekken zijn onder andere vragen gesteld over hun zelfbeeld en de manier waarop zij bezig waren met seksuele dienstverlening.

Het zelfbeeld van M\$M

In hoeverre zien M\$M zichzelf als “prostitutue”? Van de 15 geïnterviewde M\$M herkende het merendeel zich niet in deze benaming: “Ik vind prostitutue veel te laag.” Voor drie van de 15 M\$M was de benaming “prostitutue” wel acceptabel. Eén van hen nam een voorbeeld aan zijn moeder die al jaren in het vak zat.

Op openbare ontmoetingsplaatsen sluit een term als “bijverdienen” of “bisnis” het meest aan op de leefwereld van M\$M (Van Gelder, 1998). Zij willen vaak niet voor een “homo” worden aangezien. Of zoals een doorgewinterde Nederlandse *bisnisjongen* opmerkte: “Ik ben geen homo, ik laat me ervoor betalen.”

Ook op het internet zijn de (juridische) termen “prostitutie” en “prostitutue” ongebruikelijk. Van de 15 M\$M vonden drie internetters de benaming “escort” het meest passend. Escort is in lijn met het woordgebruik op commerciële websites als www.boys4u.nl. De aanduiding “escort” was vóór het internet ook al in omloop voor M\$M die door escortbureaus of clubs werden bemiddeld. Twee M\$M gaven de voorkeur aan “entertainer”. Entertainer wekt associaties met de amusementsindustrie. Een andere internetter noemde zich “masseur”. Tot slot profileerde één M\$M zich als “gaywebcammer”. Hij bleek meer gericht op dating en verdiende zo nu en dan bij als zelfstandige escort.

Varianten van seksuele dienstverlening door M\$M

Eén van de terugkerende vragen bij M\$M is in welke mate zij met seksuele dienstverlening omgaan als werk, beroep of een vak (Van Gelder, 1998, 2008). In de wetgeving en handhaving worden M\$M in de regel gelijkgesteld aan de vrouwen. Maar gebeurt dat terecht? Naast het feit dat de meeste M\$M zich niet als “prostitutue” zien, gaan zij vaak anders om met seksuele dienstverlening. Uit het onderzoek zijn globaal de volgende drie varianten naar voren gekomen:

A. Seksuele dienstverlening als werk

Deze M\$M vinden het belangrijk dat klanten tevreden weggaan en weer terugkomen, ze doen moeite om klanten aan zich te binden. Zij proberen wat van hun dienstverlening te maken.

SEKSUELE DIENSTVERLENING DOOR MANNEN IN DEN HAAG

Bij de werkvariant kan het contact soms erg zakelijk of commercieel worden, maar dat is niet vanzelfsprekend.

B. Seksuele dienstverlening als hosselen

De hosselvariant is instrumenteel van aard en komt vooral voor onder M\$M in acute geldnood. M\$M zoeken het in betaalde seks om iets anders gedaan te krijgen of omdat ze snel geld nodig hebben. M\$M kunnen bijvoorbeeld hun huur niet meer betalen of ze hebben schulden. De reden dat zij zich beschikbaar stellen, ligt buiten de seksuele dienstverlening.

C. Seksuele dienstverlening als dating

De datingvariant bestaat uit M\$M die (ook) op zoek zijn naar een opwindende of spannende date. Maar als ze geld met seks kunnen verdienen is dat mooi meegenomen. Er zijn ook M\$M die op deze manier nieuwe ervaringen met mannenseks willen opdoen.

Uit het onderzoek komt naar voren dat zowel bij het geven van informatie, advies, en hulp als bij de handhaving meer aandacht nodig is voor mogelijke verschillen tussen M\$M in de manieren waarop zij bezig zijn met seksuele dienstverlening.

HULP- EN DIENSTVERLENING DOOR INSTELLINGEN EN ORGANISATIES

In het onderzoek zijn 28 Haagse instellingen en organisaties persoonlijk benaderd voor een interview over hun contacten en ervaringen met M\$M. Van een aantal was via SHOP Den Haag bekend dat daar M\$M aankloppen met vragen om informatie, advies of hulp. Daarnaast zijn er instellingen en organisaties benaderd die op een andere manier mogelijk in contact komen met deze specifieke doelgroep, zoals de politie en gezondheidsinstellingen.

Ervaringen bij Haagse instellingen en organisaties

De benaderde instellingen en organisaties geven zelf aan dat ze weinig tot geen contact te hebben met deze doelgroep. Slechts enkele informanten zeggen ervaring te hebben met jongens of mannen die geld verdienen met seks. M\$M komen bij deze instellingen meestal met een andere vraag binnen. Ze willen hulp of advies bij onderdak, schulden, werk, scholing of andere praktische en/of psychosociale problemen. Mannelijke cliënten beginnen uit zichzelf ook niet gauw over hun betaalde sekscontacten met klanten. Een uitzondering hierop vormen

M\$M met verblijfsproblemen; soms geven zij aan via mensenhandel in de prostitutie te moeten werken.

Voor zover instellingen en organisaties wel ervaring hebben met M\$M is hun kennis beperkt. Seksuele dienstverlening door mannen is ook geen onderwerp waaraan in de begeleiding van werkers aandacht wordt besteed.

Gerichtheid bij instellingen en organisaties

Alle benaderde instellingen en organisaties geven aan niet gericht te zijn op mannelijke seksuele dienstverleners. Het onderwerp komt niet standaard ter sprake in bijvoorbeeld intake- of informerende gesprekken. Er zijn twee uitzonderingen: de SOA-polikliniek en de Mannenopvang. Het Regionaal SOA-centrum vraagt standaard aan mannen die zich laten controleren, of zij prostitutiecontacten hebben gehad. Bij de Mannenopvang worden mannen geplaatst in het begeleidingskader van mensenhandel. Bij deze slachtoffers is het achterliggend verhaal vaak al bij een andere instelling of organisatie uitgevraagd en bekend geworden. De instellingen zeggen er soms zijdelings achter te komen dat er sprake is van seksuele dienstverlening. Mannelijke cliënten hebben bijvoorbeeld ineens geld of dure kleding, waarvan de herkomst onduidelijk is.

Werkers vinden het een lastig onderwerp om bespreekbaar te maken, waarbij de vraag voor wie het lastig is (seksuele dienstverlener of werker) niet altijd eenduidig wordt beantwoord. Bij instellingen die werken vanuit een bepaalde religieuze visie is het onderwerp dubbel taboe. Zowel prostitutie als homoseksuele contacten zijn voor deze werkers (bijna) niet bespreekbaar.

Van alle geïnterviewde hulpverleners en begeleiders vinden er 23, dat de deskundigheid binnen hun eigen instelling of organisatie beter zou kunnen. De uitzondering wordt gevormd door 5 respondenten die werkzaam zijn bij de handhaving en in gezondheidsinstellingen; zij vinden dat voor hun dagelijkse werkzaamheden niet noodzakelijk. Voor hen is bijscholing of training alleen van belang als het gaat om nieuwe werkvormen of bij veranderingen in de wet- en regelgeving en het gevoerde beleid.

ERVARINGEN MET GERICHTE HULPVERLENING BIJ SHOP

Een beproefde manier om het stigma op mannelijke seksuele dienstverlening te omzeilen bestaat uit het opzoeken van de doelgroep op "vindplaatsen" (offline). Tijdens het rondhangen

SEKSUELE DIENSTVERLENING DOOR MANNEN IN DEN HAAG

is het mogelijk om een luisterend oor te bieden, informatie en advies te geven en (eventueel) te bemiddelen naar hulp. Met deze manier van werken heeft SHOP Den Haag uitgebreid ervaring opgedaan. Tot dusver is de aandacht vooral uitgegaan naar M\$M op openbare ontmoetingsplaatsen en in clubs/privéhuizen. Na een bespreking van hoe het offline toegaat komt de vraag aan de orde in hoeverre het internet hierin verandering brengt.

Het belang van gerichte hulp- en dienstverlening aan M\$M

Onder M\$M in Nederland is geen sprake van collectieve samenhangen, zoals deze voorkomen in de vrouwenbeweging, in de homobeweging en bij transgenders (Fehlberg, 2004, p. 106; Fink & Werner, 2005). Binnen homo-organisaties ligt het onderwerp "prostitutie" al veel langer gevoelig. Daar komt bij dat redelijk veel M\$M zichzelf niet als "homo" of "gay" zien (Van Gelder, 1998). In het verleden zijn er wel enkele pogingen gedaan om te komen tot een vorm van zelforganisatie onder M\$M. Stichting Welp (opgericht in 1990) is nooit van de grond gekomen. Bij Stichting De Rode Draad (opgericht in 1985) waren de ervaringen met de mannelijke doelgroep door de jaren heen zeer wisselend. Zelforganisatie blijkt het meest aan te slaan onder M\$M die zich in hun seksuele dienstverlening specialiseren. Onder de 208 M\$M op het internet zijn er 11 (=5%) die zich specialiseren in SM of BDSM.³ Van ten minste drie van deze 11 bleek dat ze nauwe contacten onderhouden met collega's of samenwerken. In kringen van niet-commerciële SM en BDSM heerst een hoge organisatiegraad, waaronder de landelijke Vereniging Studiegroep Sado-Masochisme (VSSM), opgericht in 1970. Op het internet zijn, binnen Den Haag en omgeving, voorts 13 travestieten (travo's) geteld (6%).⁴ Travestieten onderhouden meestal wel nauwe contacten met collega's. Daarbij speelt mee dat travestieten in de Geleenstraat tussen transgenders en vrouwen achter het raam werken (Van Gelder, 2008).

Onder de 208 M\$M op het internet zijn bovendien 18 (=9%) erotische masseurs geteld. Voor zover bekend is de organisatiegraad onder hen ook betrekkelijk gering.

Gerichte hulpverlening aan M\$M is er in Nederland pas in de jaren tachtig, het eerst in Amsterdam. In Den Haag is hiermee in 1992 een begin gemaakt vanuit de toenmalige SPP,⁵ tegenwoordig: SHOP. Gerichte hulpverlening heeft het voordeel dat M\$M niet meer van alles hoeven uit te leggen. Daar komt bij dat de gangbare benaderingen dikwijls sterk individualiserend zijn ingericht, zonder rekening te houden met de subculturele leefwereld van M\$M. Aangezien het bij M\$M gaat om een seksuele minderheid, is het volgens psycholoog Lex van Naerssen van belang dat de seksuele subcultuur in de hulpverlening wordt meegenomen: "Zowel bij de behandeling van identiteits- en acceptatieproblemen als bij de behandeling van relatieproblemen is

het nodig om de seksuele subcultuur bij de behandeling te betrekken" (Van Naersen, 1989, p. 159). Essentieel is ook een onbevooroordeelde houding bij hulpverleners en het kunnen omgaan met de gevoeligheid voor het dubbele stigma, op homoseksualiteit en prostitutie (Van Gelder, 2000).

Veldwerk gericht op M\$M

Vindplaatsgericht veldwerk maakt integraal deel uit van de verschillende werksoorten van SHOP Den Haag. Door M\$M offline op vindplaatsen op te zoeken is bijvoorbeeld te bereiken dat zij niet pas voor hulpverlening aankloppen als het eigenlijk al te laat is. Vergeleken met vrouwen zijn mannen meestal minder geneigd om hulp van buiten te vragen (Van Gelder, 1998). Naast het man zijn, is zoals gezegd ook het stigma van invloed op deze terughoudendheid.

In het veldwerk gericht op M\$M wordt bij SHOP Den Haag onderscheid gemaakt tussen:

1. Signaleren;
2. "Praatpaalfunctie";
3. Het geven van informatie en advies.

Signaleren kan worden gezien als veldwerken in de breedte. Het allereerste doel is het opzoeken en vaststellen van de vindplaatsen waar (in de regio Den Haag) mogelijk sprake is van seksuele dienstverlening door mannen. De aandacht gaat ook uit naar de aantallen M\$M, hun leeftijd en achtergrond, en hun werk- en leefsituatie.

De praatpaalfunctie is te zien als veldwerken in de diepte. Hierbij proberen (outreachinge) hulpverleners of voorlichters het vertrouwen te winnen van M\$M en de drempel te verlagen om gevoelige onderwerpen bespreekbaar te maken. Waar nodig staan zij M\$M bij met informatie en advies. De praatpaalfunctie biedt M\$M tegelijk ook de gelegenheid om over het werk te praten en over hun eventuele vragen. De situatie op een ontmoetingsplaats of in het uitgaanscircuit leent zich meestal niet voor een meer persoonlijk gesprek omdat er teveel afleiding is. Dan is het SHOP-kantoor een meer aangewezen locatie, eventueel afgewisseld met huisbezoek.

Gerichte hulpverlening en dienstverlening aan M\$M

De doelgroep M\$M is betrekkelijk klein en zeer divers, zo blijkt uit het onderzoek. Behalve leeftijd en etnische/nationale achtergrond kunnen bij M\$M ook de seksuele oriëntatie en de

SEKSUELE DIENSTVERLENING DOOR MANNEN IN DEN HAAG

betrokkenheid bij seksuele dienstverlening sterk uiteenlopen. Voor een deskundige hulp- en dienstverlening is het daarom zaak toe te werken naar een benadering "op maat".

Bij SHOP-hulpverlening wordt algemeen gewerkt vanuit een presentiebenadering: er zijn, laten zien dat je je om iemand bekommert, zonder hulp op te dringen (Baart, 2004). Richtinggevend is een benadering die inspeelt op de persoon, de leefwereld en leefsituatie. Daarbij kan hun betrokkenheid bij prostitutie globaal op de volgende drie manieren blijken:

- a. Een cliënt brengt zelf heel openlijk of in (meer) bedekte termen ter sprake dat hij betaalde sekscontacten heeft of heeft gehad.
- b. Een cliënt wordt gesignaleerd, terwijl hij op zoek is naar klanten; het kan ook zijn dat anderen uit de scene aangeven dat een cliënt zich hiermee bezig houdt.
- c. Er dringen zich zoveel indirecte signalen op dat een cliënt zijn betaalde sekscontacten moeilijk nog kan ontkennen.

Ook bij SHOP komen M\$M meestal binnen met een praktische hulpvraag, zoals schulden. Pas na het opbouwen van meer vertrouwen ontstaat er meer ruimte voor achterliggende vragen die onder andere verband houden met seksuele dienstverlening.

Veranderingen in de contactlegging met M\$M via het internet

Het internet heeft de schijn van toegankelijkheid. Maar voor het leggen van contacten met deze doelgroep is meer nodig. Als je eenmaal de websites en chatboxen weet te vinden heb je wel toegang, maar hoe kun je online het beste invoegen? Invoegen gaat over het interactief deelnemen aan een leefwereld. Daarbij rijzen ook weer praktische vragen, zoals dat websites, chatboxen, en datingsites zich niet houden aan regionale grenzen.

Het bereik van gerichte hulp- en dienstverlening onder M\$M wint sterk bij een outreachende manier van werken. Daarin is geen verandering gekomen met de opkomst van het internet. Wel vragen het signaleren en de praatpaalfunctie om aangepaste methoden van veldwerken. Met het signaleren van M\$M op het internet is bij SHOP, evenals elders in Nederland, intussen de nodige ervaring opgedaan. Op het internet is signaleren over het algemeen goed uitvoerbaar, zowel door veldwerkers en hulpverleners als door onderzoekers. Maar de manieren om online als praatpaal te fungeren moeten voor M\$M eigenlijk nog ontwikkeld worden. De laatste jaren is vooral met chatboxen enige ervaring opgedaan (zie o.a. Krob, 2010).

Het internet biedt aan M\$M uitgebreide mogelijkheden om, bij vragen, zelfstandig te zoeken naar informatie. Maar daarmee is nog niet gezegd dat zij die informatie ook oppakken. M\$M die zich enkel online aan klanten bekend maken, blijken deels met andere vragen bezig dan M\$M die (ook) op openbare ontmoetingsplaatsen komen. Een kwestie die veel zelfstandig werkende internetters bezighoudt is bijvoorbeeld de betrouwbaarheid van het contact met een klant (veiligheidsvraag) (Van Gelder & Van Lier, 2011, p. 91–95). Hoe kunnen M\$M het mogelijke risico van “gestoorde” klanten verminderen? Een andere veelvoorkomende kwestie is het gescheiden houden van werk en privé. Zoals hierboven aangegeven komt het nogal eens voor dat M\$M hun betalende seksklanten combineren met het onbetaald daten van sekspartners die ze opwindend vinden. Over eventuele veranderingen in de vragen om informatie, advies en hulp bij M\$M op het internet is in de internationale literatuur nog weinig te vinden.

BEHOEFTE EN VRAGEN VAN M\$M

Een belangrijke uitkomst van het onderzoek onder M\$M in de regio Den Haag is dat het internet vraagt om andere manieren van bespreekbaar maken van hun behoeften en vragen dan offline mogelijk is. Over dit verschil is bij het afnemen van de interviewgesprekken met de 15 M\$M het volgende naar voren gekomen.

Het offline bespreekbaar maken van behoeften en vragen

M\$M die eenmalig deelnamen aan een interviewgesprek, wisten uit zichzelf meestal geen behoeften of vragen aan te geven. Bij M\$M met wie verschillende informele gesprekken zijn gehouden, lukte dat vaak beter door een terloopse manier van praten, zoals ergens rondhangend of ergens heen wandelend. In de tijd dat er nog boysclubs en privéhuizen waren gebeurde het ook wel dat eigenaren of beheerders van clubs contact opnamen met SHOP. Met het internet is de individualisering echter zo algemeen geworden dat het nog meer aan M\$M zelf is om de eerste stap te zetten.

In de interviews is met M\$M bijvoorbeeld gesproken over de veranderingen in de Nederlandse wetgeving en het lokale gemeentebestuur. Op een enkeling na bleken zij niet of nauwelijks op de hoogte van actuele ontwikkelingen. Daarvan merken M\$M dan doorgaans pas de gevolgen als het zover is, bijvoorbeeld als ze door de gemeente een dwangsom krijgen opgelegd of ergens buiten staande worden gehouden door de politie. Enkele hoger geschoolde M\$M wilden graag meer over betaalde seksuele dienstverlening in het algemeen weten. Aan hen hebben we een boek te

lezen gegeven. Het boek vormde een aanknopingspunt om hen nog eens te spreken. Lang niet alle M\$M zijn echter zo belust op lezen.

Het online bespreekbaar maken van behoeften en hulpvragen

Wat voor mogelijkheden biedt het internet om – bijvoorbeeld op een terloopse, informele manier – met M\$M in contact te komen en te praten? Uit de ervaringen in dit onderzoek blijkt dat veel afhangt van de manieren waarmee M\$M gewend zijn om te communiceren op het internet. Onder de 15 M\$M uit de steekproef zijn er tenminste vier die het internet slechts gebruiken als een aanvulling op hun mobiele telefoon. Zij plaatsen bijvoorbeeld enkel berichten op datingsites. Meer dan online adverteren doen zij eigenlijk niet. Met deze M\$M is het contact veel eerder offline te maken.

In dit onderzoek zijn verschillende manieren van online contactlegging uitgeprobeerd:

- mailen van berichten;
- chatten;
- inloggen bij profielsites;
- inloggen bij betaalsites, in het bijzonder webcamsites.

Vooraf bij M\$M die seksuele dienstverlening opvatten als “werk”, blijkt mailen goed te werken. Bij een ander deel van de M\$M komt chatten meer in aanmerking. Maar op chatboxen zitten geregeld M\$M die (ook) uit zijn op een onbetaalde date. Op chatboxen kan het direct aanspreken van M\$M bovendien averechts uitpakken, als organisaties of instellingen uit verschillende steden hen tegelijk gaan benaderen. Een beperking is ook dat M\$M die op chatboxen inloggen dat allereerst doen om contact te zoeken met klanten. Bij het veldwerk offline is een ongeschreven regel om niet te storen als een bisnisjongen in onderhandeling is met een klant. Die ongeschreven regel is online lastig vol te houden, want in chatboxen is zo niet te zien of M\$M aan het onderhandelen zijn. Dat probleem is mogelijk te voorkomen door het plaatsen van een bericht waarin geïnteresseerde M\$M worden uitgenodigd om te reageren. Maar dan gebeurt het nogal eens dat het bericht door afkerige chatters geblokkeerd wordt

SLOT

Het uitgevoerde onderzoek leert dat het internet velerlei mogelijkheden biedt voor het signaleren van M\$M. Hiervoor is het meestal niet nodig om direct contact te leggen. Signaleren kan bijvoorbeeld ook door uit te zoeken of een M\$M via andere websites of internetopties bekend is.

Bij een praatpaalfunctie van het veldwerk komt het juist wel aan op het leggen van direct contact. Dat was offline al zo, op openbare ontmoetingsplaatsen en in bars, en is niet veranderd met de komst van het internet. Bij de praatpaalfunctie komt het verschil tussen offline en online het duidelijkst naar voren. Op een ontmoetingsplaats of in een bar, heb je als veldwerker de mogelijkheid om zijdelings te observeren hoe het er toegaat. Daar kun je als veldwerker wachten op een geschikte gelegenheid voor het maken van een praatje. Lukt dat niet bij de eerste gelegenheid dan misschien later wel of anders via via. Voor deze terloopsheid zijn er bij het online veldwerk veel minder mogelijkheden. Maar misschien kan het ook wel anders. Hoe anders vraagt om nader onderzoek. Daar komt bij dat de technologische mogelijkheden voor contactlegging op het internet nog volop in ontwikkeling zijn.

Concluderend kan gesteld worden dat het internet wel allerlei mogelijkheden en methoden biedt voor zowel veldwerkers als onderzoekers om mannelijke seksuele dienstverleners (M\$M) online te signaleren. Het is echter nog zoeken naar een online praatpaalfunctie die aansluit bij de werk- en leefwereld van deze specifieke en zeer diverse doelgroep.

NOTEN

- 1 'Stats' is een afkorting van de Engelse aanduiding 'statistics'.
- 2 Bij de gigolo's (M\$V) is dit percentage 5%.
- 3 SM = Sado-Masochisme; BDSM= Body Dominance/Sado-Masochisme.
- 4 Het betreft enkel travestieten die zich man voelen (travo's). Travestieten die zich vrouw voelen (trava's), worden gerekend tot de transgenders (Van Gelder, 2008).
- 5 SPP= Stichting Prostitutie Projecten.

LITERATUURVERWIJZING

- Baart, A. (2004). *Een theorie van presentie* [A theory of presence]. Utrecht: Lemma.
- Fehlberg, A. (2004). *Sozialarbeit in der Stricher-Szene* [Social case work in the rentboy scene]. Marburg: Tectum Verlag.
- Fink, K., & Werner, W. D. (2005). *Stricher. Ein sozialpädagogisches Handbuch zur männlichen Prostitution* [Rentboys. A social-pedagogic handbook on man-to-man prostitution]. Lengerich: Pabst Science Publishers.
- Gelder, P. van (1995). *Tussen bisnis en taboe* [Between business and taboo]. Amsterdam: Het Spinhuis.

SEKSUELE DIENSTVERLENING DOOR MANNEN IN DEN HAAG

- Gelder, P. van (1998). *Kwetsbaar, kleurig en schaduwwijk. Jongens in de prostitutie: een verschijnsel in meervoud* [Vulnerable, colorful and shadowy. Male prostitution: a multifaceted phenomenon]. Amsterdam: Thela-Thesis.
- Gelder, P. van (2000). Streetwise and stigmatized: street-based ethnography among male hustlers in three Dutch cities. *Focaal*, 36, 17–29.
- Gelder, P. van, (2008). *Transgenders en prostitutie. Een Haagse nachttocht* [Transgenders and prostitution. A trip in the night through the city of The Hague]. Utrecht: Uitgeverij de Graaff.
- Gelder, P. van, & Lier, L. van (2011). *Boys Online/ Boys Offline. Seksuele dienstverlening door jongens/mannen (M\$M) in Den Haag, 2009* [Boys Online/Boys Offline. Sexual services by boys/men (M\$M) in The Hague, 2009]. Utrecht: Uitgeverij de Graaff.
- Kooistra, O. (2006). *Jongens huilen niet. Seksueel geweld tegen allochtone jongens* [Boys don't cry. Sexual violence against immigrant boys]. Amsterdam: Amsterdams Centrum Buitenlanders (ACB).
- Korf, D. J., Benschop, A., & Knotter, J. (2009). *Verborgene werelden. Minderjarige jongens, misbruik en prostitutie* [Secret worlds. Underaged boys, abuse and prostitution]. Amsterdam: Rozenberg Publishers.
- Krob, D. (2010). *Kom je privé? Inventariserend onderzoek naar de mogelijkheden van internet als middel voor de hulpverlening aan mannelijke sekswerkers* [Do you come to my place? Inventory research into the possibilities of internet as a medium for social assistance to male sex workers]. Den Haag: Maatschappelijk Werk en Dienstverlening, Haagse Hogeschool.
- Losby, J. L., Else, J. F., Kingslow, M. E., Edgcomb, E. L., Malm, E. T., & Kao, V. (2002). *Informal economy literature review*. Newark & Washington: ISED Consulting and Research (ISED) & The Aspen Institute.
- Naersen, L. van (1989). *Labyrint van verlangen* [A maze of desire]. Utrecht: Veen.
- Osté, M. (1989). *Gigolo's – Gesprekken met hoerenjongens en escortboys* [Gigolos – Conversations with male prostitutes and escortboys]. Den Haag: BZZTôH.
- Sánchez Taylor, J. (2006). Female Sex Tourism: A Contradiction in Terms. *Feminist Review*, 83(1), 42–59.