

Geografie van seksshops

Karolien Vermeiren

Het themanummer seksualiteit gaat over de relatie tussen ideeën over seksualiteit en ruimte. Een duidelijker voorbeeld dan de geografie van seksshops is moeilijk te bedenken. Als seks niet langer als taboe wordt beschouwd, zouden seksshops dat ook niet mogen zijn. Amber Martin onderzoekt de ruimtelijke verspreiding van seksshops in Groot-Brittannië en kwam daarbij tot merkwaardige bevindingen.

AGORA: Het themanummer seksualiteit onderzoekt hoe specifieke normen rond seksualiteit dominant zijn geworden in de westerse cultuur, terwijl andere seksualiteiten worden onderdrukt. Is dit ook herkenbaar in de geografie van seksshops?

Martin: In Engeland zijn seksshops inderdaad duidelijk seksueel heteronormatief georiënteerd. Het productaanbod dat op heteroklanten is gericht en de reclamebeelden met heterokoppels van erotische boetieks tonen aan dat ze sterk ingebed zijn in het heteronormatieve discours. Sommige van deze shops nemen aan dat hun klanten steeds deel uitmaken van een heteroseksueel koppel. Zo kan je bijvoorbeeld op de website van sommige shops handleidingen gebruiken waarin aan mannen wordt verteld hoe ze het beste een cadeau voor hun vrouwelijke partner kunnen vinden.

In Groot-Brittannië wordt er een onderscheid gemaakt tussen seksshops die een vergunning nodig hebben (zoals videotheken die pornografisch materiaal verhuren) en shops die dit niet nodig hebben (lingerieshops waar ook bijvoorbeeld bepaalde seksspeeltjes worden verkocht). In de seksshops met vergunning is de meerderheid van het aanbod gericht op de hetero (en voornamelijk) mannelijke klant. Ongeveer 95% van de verkochte pornografie is bedoeld voor de heteroseksuele mannelijke kijker, met slechts een klein percentage van het aanbod gericht op homo's en lesbiennes. Dit gezegd zijnde, is er ook een aantal shops in het bezit van een vergunning die meer focussen

op homoseksualiteit. Zo is er bijvoorbeeld een keten van seksshops met een vergunning in Engeland, genaamd 'Nice N Naughty', die trachten een breder spectrum van seksuele geaardheden te bedienen en daarin proberen zo volledig mogelijk te zijn. Er is zelfs een aantal seksshops dat zich uitsluitend richt op homoseksuele mannen, maar deze shops zijn enkel in Londen te vinden. Er zijn in Engeland bovendien slechts twee shops die specifiek voor lesbiennes zijn bedoeld: 'Tickled' in Brighton en 'Sh!' in Londen. Dit zijn slechts minderheden in het grote aanbod seksshops en erotische boetieks in Engeland die voornamelijk de heteronormatieve natuur van de industrie benadrukken.

AGORA: In welke mate varieert seksualiteit in seksshops volgens 'gender'? Is er een verschil in mannelijke en vrouwelijke seksualiteit, en indien ja, op welke manier?

Martin: Seksshops zijn heel erg gender gerelateerd. Mijn onderzoek toonde aan dat de meerderheid van de seksshops met vergunning sterk mannelijke consumptieruimtes zijn, gericht op mannelijke consumenten, met mannelijk personeel en producten speciaal voor mannen. Dit is in



'Traditionele' seksshop met verhullende ramen. Foto: Amber Martin

tegenstelling met seksboetieks die geen vergunning nodig hebben: zij zijn vooral gericht op vrouwen, met vrouwelijke consumenten, vrouwelijk personeel en producten speciaal voor vrouwen. Deze boetieks bezitten de vrouwelijke stereotypen zoals een roze interieur en gevel, terwijl de mannelijke georiënteerde seksshops zeer vaak blauwe gevels hebben. We zien dus hoe deze shops de stereotype tweedeling tussen mannelijk en vrouwelijk vooral versterkt. Vrouwelijkheid wordt uitgedrukt als roze, met veel tierlantijntjes en zachtheid, terwijl mannelijkheid wordt gepresenteerd in de winkelruimte als krachtig, direct en machtig. Mijn onderzoek keek ook naar de sociale opvatting over seksshops en onthulde dat seksshops en erotische boetiekjes maar moeilijk een vergunning krijgen van hun lokale bestuur als ze als feministisch worden geportretteerd. Zo blijkt dat mannelijk georiënteerde shops vaak onderworpen waren aan protest en ongerustheid, terwijl vrouwelijk georiënteerde shops gevierd werden als gericht op een protest hiertegen. Dit wijst erop dat het niet de seksuele consumptie op zich is die de vraag naar regulatie stimuleert, maar de mannelijke of vrouwelijke oriëntatie van die consumptie.

Men probeert af te komen van de opvatting dat consumptie van seksproducten een beschaamde en slonzige ervaring is

AGORA: Kunt u ons vertellen wat de grootste en/of de meest opmerkelijke evoluties zijn die seksshops hebben doorgemaakt de voorbije jaren? Wat zijn de grootste verschillen tussen een seksshop uit de jaren tachtig en nu? En valt dit te linken aan veranderende normen en ideeën over seksualiteit?

Martin: In de jaren tachtig werden seksshops in het algemeen gezien als gore, slecht verlichte, achterliggende shops met enkel mannelijk cliënteel en personeel. Dit is wat ik in mijn onderzoek typeer onder de noemer 'traditionele' seksshop die vandaag de dag nog steeds bestaan. De buitenkant van deze shops wordt getypeerd door verhullende ramen en deuren, terwijl het interieur weinig of niet gedecoreerd en versierd is. In de rekken liggen harde +18 pornografische dvd's en magazines met wat seksspeeltjes en lingerie, voornamelijk bekeken door de eenzame, hetero mannelijke consument. Het verschil sinds die tijd is de ontwikkeling van meer 'upmarket' vergunde seksshops die geprobeerd hebben om dit oubollige stereotype wat op te smukken door nette, strakke en lichtere shops met professionele klantendienst aan te bieden. Een ander groot verschil is de ontwikkeling van de erotische boetieks zonder vergunning. Op die manier probeert men af te raken van de opvatting dat de consumptie van seksproducten een beschaamde en slonzige ervaring is en reflecteren ze nu een meer door de massa aanvaarde houding naar seksualiteit toe. Hoewel dus



'Upmarket' seksshop, specifiek gericht op lesbische vrouwen.
Foto: Amber Martin

zoals eerder vermeld seksshops met vergunning gericht op mannelijk cliënteel nog steeds enorm veel publiek protest te verwerken krijgen. Dit suggereert dat de consumptie van seksproducten nog steeds niet noodzakelijk meer wordt aanvaard. Het is enkel de manier waarop het wordt verpakt en gepresenteerd die het niveau van sociale aanvaarding bepaalt.

AGORA: Hoe belangrijk is ruimte om de markt van seksshops te begrijpen? Op welke manier is de ruimtelijke verdeling van seksshops belangrijk om de geografie ervan te begrijpen?

Martin: Geografie speelt een cruciale rol in het bestuderen van de sekshopindustrie. Heel belangrijk is de manier waarop de consumptie van seksproducten geografisch wordt genormaliseerd of gemarginaliseerd. Seksshops liggen ruimtelijk verdeeld over de meeste (groot) steden, alhoewel de meeste 'chique' shops enkel in Londen zijn gevestigd. Binnen de stad is locatie sterk bepalend. Seksshops met vergunning worden door lokale overheden gedwongen om zich in de achterstegen van de stad te lokaliseren, terwijl erotische boetieks vrij zijn om zich te vestigen in de hoofdstraten van het centrum. Deze geografische marginalisatie van seksshops en het normaliseren van erotische boetieks tonen aan dat veel afhangt van hoe seks wordt gepresenteerd. De niet-modieuze en slonzige seksshops worden naar de achterstegen verdrongen en de trendy, modieuze erotische boetiekjes worden wel sociaal aanvaard op de populairste winkellocaties.

Amber Martin (lgxam12@nottingham.ac.uk) werkt als doctoraatsstudente aan de Universiteit van Nottingham, aan de "School of Geography". Haar onderzoek is gericht op de geografie van seksualiteit. Karolien Vermeiren (karolien.vermeiren@ees.kuleuven.be) werkt als onderzoekster sociale geografie aan de afdeling geografie van de Universiteit Leuven en is redacteur van AGORA.