

Een gat in de seksuele voorlichtingsmarkt

Dick de Groot*

Het (professionele) seksuele vormings- en voorlichtingswerk is vergeven van 'doelgroepsdenken'. Als de doelgroep maar is gedefinieerd . . . , als de doelgroep maar helder is. Methodiek en inhoud van de seksuele vorming en voorlichting zijn daar op toegesneden. Alle inwoners van Nederland zijn ondergebracht in één of meer doelgroepen. 'In Nederland is geen schuilplaats te vinden die je buiten al die aangewezen doelgroepen kan houden' (De Regt, 1983). Het resultaat: veel mensen hebben weinig behoefte aan het pakket kennis en vaardigheden dat hen wordt aangeboden door de 'erkende' seksuele voorlichters. Ze hebben echter wel behoefte aan antwoorden op hun vragen over seksualiteit. Die antwoorden halen ze elders: commerciële uitgeverij doet goede zaken met de verkoop van lectuur over seksualiteit. Lectuur, die de erkende voorlichting met afgrijzen in de prullebak werpt. Lectuur, die het gat in de seksuele voorlichtingsmarkt vult. Het gat, dat de professionals van de seksuele voorlichting niet erkennen en niet willen kennen.

Doelgroepen en doelstellingen

Een belangrijk deel van de seksuele vorming en voorlichting in Nederland wordt verzorgd vanuit organisaties van min of meer idealistische signatuur. COC, Schorerstichting, KBSK, NVSH, Rutgers Stichting, Stimezo en PSVG hebben gemeen dat ze hun voorlichting graag zien als een bijdrage aan de mogelijkheid van mensen tot seksuele zelfbepaling. Ook de seksuele vorming, voorlichting en opvoeding, die op scholen wordt verzorgd door leerkrachten, kenmerkt zich dikwijls door een emancipatoir streven.

Voorts is er nog een rijk scala activiteiten op het terrein van informatie-overdracht en beïnvloeding omtrent seksualiteit, verricht door een zeer uiteenlopend

* Socioloog, werkzaam bij de PSVG. Adres: Acaciastraat 58, 2565 KC Den Haag.

gezelschap personen en instellingen. Soms gericht op 'emancipatie', soms gericht op geldelijk gewin.

In het voorlichtingswerk van de idealistische organisaties zijn twee vertrekpunten te onderscheiden; twee invalshoeken voor de seksuele voorlichting en vorming. In het ene geval staat de hulpverlening aan de wieg van het voorlichtende werk, in het andere is het streven naar emancipatie en seksuele hervorming de 'prime mover'. Binnen de genoemde organisaties zijn beide vertrekpunten naast elkaar aanwezig. Het is een kwestie van accent, en het zijn dan ook slechts nuances die het verschil in aanpak tussen deze instellingen uitmaken.

Toch is het goed de verschillende vertrekpunten even scherp te onderscheiden. De effecten ervan zijn namelijk bepalend voor het gezicht van de huidige seksuele vorming en voorlichting.

Twee karikaturen

Waar hulpverlening aan de wieg van de voorlichting staat, bepalen problemen of te verwachten problemen tijdens de seksuele levensloop van de mens de inhoud van de voorlichting. De seksuele levenslijn wordt nauwkeurig opgedeeld in chronologisch opeenvolgende fasen. Bij elke fase horen specifieke problemen en per probleemfase is er een voorlichtingsaanbod. Per doelgroep dus; van de doelgroep 'jongeren' tot de doelgroep 'bejaarden'. Maar niet alleen de chronologie verdeelt. Ook andere omstandigheden (bijvoorbeeld: geslacht, beroep, seksuele voorkeur, etnische of culturele achtergrond) genereren speciale problemen en differentiëren verdere doelgroepen. De, in de Nederlandse seksuele voorlichting ontwikkelde, doelgroepenmatrix kent vele dimensies.

Nu is er veel te zeggen voor een, naar doelgroepen gedifferentieerd, gericht voorlichtingsaanbod. Informatie over (bijvoorbeeld) pijn bij het vrijen tengevolge van dunner wordend vaginaal slijmvlies bij vrouwen na de overgang, zal weinig nut hebben voor de meeste dienstplichtige soldaten die in Nijmegen de vierdaagse lopen.

Waar emancipatie en seksuele hervorming het eerste doel zijn van de vormende en voorlichtende activiteiten, verschijnt de hang naar het verdelen op een ander niveau. Binnen deze 'werksoort' heeft zich een vergaande opdeling en ingenieuze classificatie ontwikkeld van 'het seksuele'. De term 'seksualiteit' wordt hier nauwelijks gebezigd zonder nadere aanduiding. Er wordt voorlichting gegeven over homo-, pedo-, trans-, enzovoorts tot en met heteroseksualiteit. Soms is hier de doelgroep zeer breed. Dan moet het gehele Nederlandse volk ervan worden doordrongen dat 'seks méér is . . .' en dat verschillende gedragingen, leefvormen en

voorkeuren gelijkwaardig zijn. Soms is de doelgroep smal. De voorlichting en vorming is dan alleen bestemd voor zich emanciperende groepen.

Nu is er veel te zeggen voor een brede voorlichting over het seksuele in al haar verschijningsvormen. Het levert (naar ik hoop) een bijdrage aan het terugdringen van discriminatie en ondersteunt (groepen) mensen die uit de knel willen komen.

Zoals gezegd, in het bestaande 'erkende' seksuele voorlichtings- en vormingswerk komen deze karikaturen niet onvermengd voor. Tezamen bepalen ze het gezicht van dit werk: een grote verscheidenheid aan onderwerpen, aangeboden aan een rijk geschakeerd bestand van doelgroepen.

Seksuele voorlichting: vraag of aanbod?

Het lijkt heel mooi: een grote verscheidenheid aan onderwerpen, afgestemd op specifieke doelgroepen. Maar, *werkt* het wel? Is de informatieverspreiding effectief? Sluit het aanbod aan bij de vragen die mensen bezig houden?

Ik vrees dat enerzijds veel mensen de huidige seksuele voorlichting en vorming ervaren als het opdringen van informatie waaraan ze geen behoefte hebben en waarin ze hun eigen vragen niet herkennen. En, anderzijds, vermoed ik dat veel mensen met vragen zitten welke in het huidige voorlichtingsaanbod niet aan de orde komen. Het aanbod is verdeeld in zeer specifieke pakketjes informatie of bevat meer boodschap dan informatie. In navolging van de geïnnoveerde warme bakker, waar je negenenzestig variaties op het thema brood kunt bekomen (maar geen halfje bruin), krijg je van de seksuele voorlichters alles te horen over de maatschappelijke oorzaken van het onvermogen van de heteroseksualiteit, de aanmaning met je druipeer naar de dokter te gaan, alsmede de verzekering dat SM bevrijdend en porno onderdrukkend is. Maar geen antwoord op de vraag hoe je na vijftien monogame jaren nog lol in de seks kunt houden.

Het 'doelgroepdenken' en het streven naar seksuele hervorming heeft de 'erkende' seksuele vorming en voorlichting verwijderd van de informatiebehoefte van het beoogde publiek. Anders gezegd: met de ontwikkeling van een sterk gedifferentieerd en ideologisch geladen vormings- en voorlichtingsaanbod is er een kloof ontstaan tussen vraag en aanbod, tussen publiek en voorlichter.

Zeker in een tijd, waarin de subsidiërende overheid streeft naar reprivatisering, bezuiniging en deregulering, is zo'n situatie levensgevaarlijk voor het voortbestaan van de voorlichtende instellingen.

Maar deze situatie is niet alleen schadelijk voor de voorlichters. Ook, en vooral, 'het publiek' ondervindt de gevolgen.

Concurrentie op de voorlichtingsmarkt

Niet alleen de idealistische seksuele voorlichters doen een aanbod op de seksuele voorlichtingsmarkt. Commerciële uitgevers doen dat ook. Binnen die sector wordt wél 'vraag-gericht' gedacht en gehandeld. Marketing, in de vorm van een marktonderzoek of (zoals meestal) als resultaat van Fingerspitzengefühl, is daar de basis voor het aanbod van (voorlichtende) boeken over seksualiteit. Hier geen verfijnde differentiatie naar doelgroepen, maar de eenvoudige vraag 'zou er markt voor zijn?'. Vaak evenmin een weging van het emancipatorisch gehalte van het aanbod. In een explorerend onderzoekje naar 'het gat in de voorlichtingsmarkt' (waarop ik nog terugkom) gaf een uitgever te kennen één van zijn uitgaven 'totaal ongeschikt voor de meer intelligente, geëmancipeerde lezer' te vinden. Het boek loopt als een trein.

Het aanbod van de commercie op de seksuele voorlichtingsmarkt doet de bonafide, idealistische voorlichter dikwijls gruwen. Zeker, het aanbod is veelzijdig en een aantal uitgaven is zo slecht nog niet.

Er verschijnen ook boeken over seksualiteit die wel door de emancipatiebeugel kunnen en waarin de gegeven informatie vrij juist is. 'Moderne seksualiteit' (Carrera, 1982) is zo'n redelijk goed boek voor een vrij breed publiek. Maar, het gros van de boeken over seksualiteit verdient eerder de kwalificatie 'seksboek'. Het voornaamste kenmerk van deze boeken is dat ze bedoeld zijn om met één hand te lezen. Nu behoeft dat voor goede voorlichting geen bezwaar te zijn (integendeel?), maar een bijkomend trekje is dat de gegeven informatie vaak ronduit slecht, incompleet en onjuist is. De inhoud en het taalgebruik zijn doortrokken van obscurantisme en dikwijls ook van seksisme.

Geén goede voorlichting dus. Maar dit soort boeken verkoopt goed, er is vraag naar, er is markt voor.

De verkoop van seksboeken

Al verscheidene jaren volg ik het aanbod op de seksuele voorlichtingsboekenmarkt. Mijn aanvankelijk geamuseerde scepsis (ach, zo'n boek ligt toch binnen een maand bij De Slegte) is omgeslagen in verbazing en ongerustheid. Er *blijven* maar van die boeken verschijnen (de titels in de literatuuropgave geven aan wat ik bedoel met 'die' boeken).

Boektechnisch zijn ze meestal redelijk tot goed verzorgd en de prijs is niet zo hoog. Hoe krijgen uitgevers dat financieel rond? Uitgevers zijn niet gek. Dan moet het publiek wel zo gek zijn om die boeken ook inderdaad te kopen. Waarom koopt men deze boeken?

Daarvoor zijn wel enkele redenen te bedenken. Zo zal de verwachting dat men een erotisch opwekkend boek gaat lezen een facet van het aankoopmotief kunnen zijn. Als voorlichting gecamoufleerde porno kun je nog op je boekenplank zetten. Je laadt niet de verdenking op je een eenzame 'masturbatiehulpbehoevende' te zijn doch slechts een (wetenschappelijk) geïnteresseerde. Soms zelfs kun je je er 'progressief' of 'feministisch' mee profileren. ('Hite' hóórt in je boekenkast). Maar, hoe feministisch het Hite-rapport (Hite, 1977) ook moge zijn en hoe emancipatoir Nancy Friday ook de seksuele fantasie bespreekbaar maakt (Friday, 1975, 1977), in de eerste plaats zijn het (soft)pornoboeken.

En dat verkoopt.

Het lijkt mij echter onwaarschijnlijk dat het directe stimulerende effect van de als voorlichting vermomde seksboeken het enige motief is voor de aankoop. Ook al betreft het vaak (al of niet door de auteurs bedoelde) porno onder dekmantel, het zijn ook boeken die suggereren voor te lichten; de indruk wekken informatie te geven.

Welke informatie? Welk voorlichtingsaanbod suggereren deze boeken? Op welke informatiebehoefte van potentiële kopers en koopsters spelen auteurs en uitgevers in? Op welke 'doelgroepen' richt de uitgever zich?

Een verkennend onderzoekje

Om op deze vragen een antwoord te krijgen, moet je ze stellen. Bijvoorbeeld aan de uitgevers. In de vroege zomer van 1983 heb ik aan tien uitgevers in deze sector enkele vragen voorgelegd over door hen, recent, uitgegeven boeken. Naast vragen omtrent oplage, verkoopcijfers en (wijze van) verspreiding, heb ik ook gevraagd naar de 'doelgroep' en de door de uitgever veronderstelde motieven tot aankoop. Omdat het hier gaat om 'zakelijk gevoelige' gegevens heb ik toegezegd geen cijfers te publiceren over oplage en verkoop per boek. Ook bij de andere gegevens zou discretie en anonimiteit worden gewaarborgd.

Niet elke uitgever was bereid om de gevraagde informatie te geven. Slechts omtrent tien van de negentien geselecteerde boeken heb ik gegevens los gekregen. Niet voldoende om met enige pretentie een indruk te geven, wel voldoende om met voorzichtigheid enige indrukken weer te geven.

Oplage- en verkoopcijfers

Het grootste deel van de boeken, waarover gegevens beschikbaar zijn, is zeer recent verschenen. Het betreft dan een eerste druk. Boeken die wat langer geleden zijn uitgebracht, beleven soms enkele herdrukken (soms onder een andere titel!). Mij beperkend tot de recent verschenen boeken (8 van de 10) kan gezegd worden dat de uitgevers over het algemeen rekenen op een verkoop van gemiddeld 6000

stuks per titel. Soms is de oplage veel hoger, vaak iets lager. Deze oplagen getuigen van realistische verwachtingen. De verkoop per oplage beslaat zo ongeveer één jaar, dan is alles verkocht. Geen gek resultaat voor een uitgever.

Sommige boeken worden uitgebracht in samenwerking met zogenaamde boekenclubs. Hoe de verkoop dan verloopt, is mij onbekend. Wel lijkt het er ook dan op dat het uitgeversrisico zeer klein is. Het lezerspubliek van deze boeken is wellicht groter dan de oplage- en verkoopcijfers aangeven: op een enkele uitzondering na, krijgen deze boeken ook een plaatsje in openbare bibliotheken.

Spreiding

Op de vraag in welke regio de boeken vooral worden verkocht, werd vaak geantwoord 'onbekend'. Over het algemeen vermoedde men dat er weinig regionale verschillen zouden zijn.

Doelgroepen

De meeste boeken (7 van de 10) zijn volgens de uitgever bestemd voor zowel mannen als vrouwen. Eén boek is speciaal bestemd voor mannen en de overige twee vooral voor vrouwen.

Slechts in één geval vond de uitgever het boek alleen geschikt voor mensen die samenwonen of gehuwd zijn. De overige boeken zijn ook bestemd voor alleenstaanden.

De leeftijdsgroep die de uitgevers op het oog hebben, is niet zo variabel. De groepen 31-40 jaar en 41-50 jaar vallen bij geen enkele uitgave uit de boot. In die leeftijdsgroep zien de uitgevers het meeste brood.

Qua opleidingsniveau wordt voornamelijk gekocht op mensen die enig voortgezet onderwijs hebben genoten (5 maal). Maar ook middelbaar onderwijs werd genoemd (4 maal). 'Alleen basisonderwijs' en 'hogere beroepsopleiding' werden beide tweemaal genoemd. Geen der boeken was bedoeld voor mensen met een universitaire opleiding.

Opvallend is dat in zes gevallen de uitgever het desbetreffende boek denkt te verkopen aan mensen met een (vrij) *behoudende* instelling ten aanzien van seksualiteit. Van de overige vier boeken waren er drie voor mensen met een (vrij) progressieve instelling ten aanzien van seksualiteit. Eén boek werd geschikt geacht voor iedereen, van behoudend tot progressief.

Veronderstelde motieven voor aankoop

Wat zijn volgens u de motieven van de koper/koopster om dit boek aan te schaffen?'. Deze vraag leverde een aardige collectie antwoorden op. De meeste uitgevers gaven per boek meerdere veronderstelde motieven aan.

De 'aantrekkelijke prijs' werd slechts éénmaal genoemd. Het hoogst scoorde 'onvrede met het eigen seksleven' (of een variant daarop). Zesmaal noemden de

uitgevers dit motief. Ook 'nieuwsgierigheid' werd meerdere malen genoemd (3 maal). Voorts kwamen variaties op 'seksleven verrijken' en 'verruiming seksueel bewustzijn' voor. Ook 'onzekerheid' blijkt een verondersteld koopmotief. De twee, speciaal voor vrouwen bestemde boeken zullen worden verkocht 'uit onvrede met eigen ik en eigen prestaties op het terrein van seksualiteit' en 'om het seksueel bewustzijn te verruimen'. Of de instelling ten aanzien van seksualiteit nu progressief of behoudend is, maakt niet uit voor het veronderstelde koopmotief. Ook mensen met een behoudende instelling worden geacht de wens tot 'verruiming van het seksuele bewustzijn' te hebben.

Profiel van een vergeten doelgroep

Uit bovenstaande gegevens mag men geen harde conclusies trekken. Het onderzoekje heeft geen enkele wetenschappelijke pretentie. Toch durf ik het wel aan om te stellen dat de uitgevers van seks(uele voorlichtings)boeken zich vooral richten op:

- mensen tussen de dertig en vijftig jaar,
- uit de middenklasse,
- die gehuwd zijn,
- en niet tevreden met hun seksleven.

De verkregen gegevens weerspreken deze stelling niet en, wat meer betekenis heeft, de inhoud van de boeken past er bij. Centraal thema in vrijwel alle boeken is, wat prozaïsch gezegd, 'hoe hou je na jaren met één partner nog lol in de seks?', of 'hoe doorbreek je de sleur in de seks?'.

In de boeken wordt een, niet zo gevarieerd, pakket instant-oplossingen aangedragen. Alle bekende en minder bekende 'smaakmakers' komen aan bod. Het standaardwerk, waarin het meeste is te vinden, is 'Speelse Liefde' (Comfort, 1974/1975). Vrijwel alle 'sleuroorbreekers' zijn variaties op (of combinaties van) Comforts inventarisatie. Alleen, de suggestie wordt gewekt (in de titel of ondertitel, op de achterflap of door de schrijfstijl) dat *dit* boek *echt* het nieuwste vertelt, *echt* de uiteindelijke oplossing brengt, *echt* de waarheid over *jouw* seks vertelt.

En die belofte zet mensen tussen de dertig en de vijftig uit de middenklasse aan tot het kopen van weer zo'n nieuw boek. Want steeds opnieuw is de belofte: eindelijk zal de sleur worden doorbroken. Alleen al het kopen op zich van zo'n boek heeft een positief effect (de voorpret, het lezen en praten erover doorbreken even de sleur). Maar de vreugde is van korte duur. Na zeer korte tijd zijn de recepten uitgewerkt en is er plaats voor een nieuw boek dat *echt* de oplossing brengt. En, de uitgevers zorgen ervoor dat dat boek voorhanden is.

Het sleurprobleem: te gewaagd voor bonafide voorlichters

Waarschijnlijk is 'sleur' het meest voorkomende seksuele probleem in langdurige tweerelaties. Precieser geformuleerd: het probleem van het, in de loop der tijd steeds groter wordend, verschil tussen het vermogen om seksueel opgewonden te worden en het verlangen om die seksuele mogelijkheid bij één persoon te verwirkelijken.

Van Naerssen (1983) aan wie deze omschrijving is ontleend, stelt wellicht terecht dat er voor dit probleem geen pasklare oplossingen zijn. De gangbare recepten zijn voor velen niet aanvaardbaar of blijken niet te werken; zeker niet op de lange duur.

Seksuele voorlichters staan hier voor het blok: de seksuologie, waar ze voor hun kennis voor een groot deel van afhankelijk zijn, geeft geen toepasbare oplossingen. Er valt dus geen oplossing over te dragen.

Pakweg tien à twintig jaar geleden werd deze 'vraag' nog wel opgepikt door voorlichters. Met name in de kring van de NVSH heeft men zich beijverd om remedies aan te dragen tegen seksuele sleur. De uitgave van de 'standenboeken', o.m. 'Variaties' (Toft, 1969) en het propageren van partnerruil en groepsseks waren van die goedbedoelde pogingen. Thans vind je alleen nog in 'Sekstant' een advertentie voor 'hulpmiddelen om het spel te veraangemen'. Maar onder druk van kritische leden is in die advertentie ook al vermeld dat deze middeltjes geen problemen oplossen.

Er is dus geen pasklare oplossing en geen bonafide voorlichter zal dan ook komen aandragen met 'smaakmakers' en andere aanbevelingen in de instrumentele sfeer. Pornografie, vibrators, sekslingerie, partnerruil en geitenogen; dat soort zaken is niet verenigbaar met een emancipatiestreven.

Gedurende de laatste jaren is 'het sleurprobleem' dan ook geheel verdwenen uit het onderwerpenlijstje van de seksuele voorlichters. Het probleem wordt ontkend of wordt weggepraat door deze 'vraag' te diskwalificeren als symptoom van 'op coïtus gerichte seks', uitvloeisel van 'man-vrouw-rol en machtspatronen'. Géén ontorechte analyse wellicht, maar de gehuwde mensen tussen de dertig en de vijftig uit de middenklasse die niet tevreden zijn met hun seksleven, zal dat worst wezen. Voor hen is het niet van belang of hun 'vraag' wel of niet emancipatorisch is, wel of niet vanuit een emancipatorisch perspectief kan worden beantwoord; ze willen gewoon informatie die aansluit bij hun problemen. Daarom krijgen de huidige bonafide seksuele vormers en voorlichters bij deze 'doelgroep' geen poot aan de grond.

Het gat in de seksuele voorlichtingsmarkt: erkenning van onvermogen of uitdaging?

De mogelijkheden voor bonafide seksuele voorlichting en vorming, vanuit een emancipatoire doelstelling, zijn in Nederland zo slecht nog niet. De overheid subsidieert (nog) een beetje en de veelkleurigheid van organisaties op dit terrein maakt een breed bereik mogelijk. Zolang het nog duurt. Bezuiniging, deregulering en andere specima van het overheidsbeleid bedreigen deze 'werksoort'. Maar meer nog vormt de kloof tussen vraag en aanbod een bedreiging. Voor een groot aantal cliënten op de seksuele voorlichtingsmarkt heeft de huidige 'erkende' voorlichting niets te bieden. Het lijkt erop dat de 'erkende' voorlichters geen boodschap hebben *aan* hun publiek (wel een boodschap *voor*, maar dat is wat anders). De omvangrijke verkoop van seksboeken maakt duidelijk dat de 'erkende' voorlichters er niet overtuigend in slagen een substantiële bijdrage te leveren aan de mogelijkheid van mensen tot seksuele zelfbepaling. Voor een grote groep in de Nederlandse samenleving heeft *onze* seksuele voorlichting geen betekenis, geen waarde. Dat weten de voorlichters, en ze laten deze groep dan ook graag over aan de commerciële uitgevers.

Wil de seksuele voorlichting nog enige kans houden om haar pretentie waar te maken, dan zal toch de kloof tussen vraag en aanbod moeten worden overbrugd. Met behoud van het emancipatieperspectief zal aansluiting moeten worden gezocht bij de 'vraag'. Dat is niet eenvoudig. Temeer niet daar de concurrentie een voorsprong heeft in dit segment van de seksuele voorlichtingsmarkt. Maar de slag moet gewonnen kunnen worden; er is toch wel wat beters te bieden dan die seksboekenpulp?

Literatuur

- Barbach, L.G., *De totale vrouw, een handleiding tot een beter sexleven en het bereiken van orgasmen*. Amsterdam: Triton Pers/Omega Boek bv, 1976.
- Barbach, L., Levine, L., *Vrouwen over liefde en sex, hoe men een relatie goed en boeiend kan houden*. Amsterdam: Omega Boek bv, 1983.
- Boschmann, R., *Intieme liefde, met 59 openhartige bekentenissen*. Amsterdam: Triton Pers/Omega Boek bv, 1982.
- Brothers, J., *Mannen zijn anders, wat elke vrouw moet weten over de man*. Amsterdam/Brussel: Elsevier, 1983.
- Brown, G., *De seks in de ijskast, is vrijwillige onthouding het antwoord op de seksuele revolutie?* Amsterdam/Brussel: Elsevier, 1982.
- Calderone, M.S., *Vragen en antwoorden over liefde en sex*. Amsterdam: Nieuwe Wieken/Omega Boek bv, 1982.
- Carrera, M., *Moderne seksualiteit, feiten gevoelens, leziersvragen & antwoorden*. Haarlem: Rostrum bv, 1982.

- Comfort, A., *Speelse liefde*. Amsterdam/Brussel: Elsevier, 1974.
- Comfort, A., *Speelse liefde, 2*. Amsterdam/Brussel: Elsevier, 1975.
- Faulder, C., Brown, P., *Gun uzelf meer seks, sekstherapie in de praktijk*. Rijswijk: Elmar, 1979.
- Friday, N., *Diepe gronden, erotische fantasieën van vrouwen*. Utrecht/Antwerpen: A.W. Bruna & Zoon, 1975.
- Friday, N., *Verboden vruchten*. Utrecht/Antwerpen: A.W. Bruna & Zoon, 1977.
- Gillies, J., *Transcedente seks, een meditatieve gids voor minnaars*. Amsterdam: Elsevier, 1980.
- Hite, S., *Het Hite rapport, een studie over de seksualiteit van de vrouw*. Amsterdam: De Arbeiderspers/Wetenschappelijke uitgeverij bv, 1977.
- Kahn, S., Davis, J., *Het Kahn-rapport over seksuele voorkeuren*. Amsterdam: De Arbeiderspers/Wetenschappelijke Uitgeverij bv, 1982.
- Kahn-Ladas, A., Whipple, B., Perry, J.D., *De G-plek en andere recente ontdekkingen op het gebied van de seksualiteit*. Baarn: De Kern, 1982.
- Kaplan, H.S., *Zinnig over seks, nieuwe feiten over liefde en seks voor jonge mensen*. Utrecht/Antwerpen: Veen, 1981.
- Lang, H.D. de, *Een open kijk op de seksualiteit van de man, nieuwe inzichten t.a.v. de seksualiteit van de man*. Harderwijk/Aartselaar: Deltas, 1982.
- Morgenstern, M., *Hoe vrij ik met een vrouw*. Huizen/Antwerpen/Vianen: De Sfinx/Standaard Uitgeverij/ECI, 1983.
- Naerssen, L. van, De zin in seks of de zin van seks. *Tijdschrift voor Seksuologie*, 1983, 7 (1), 16-23.
- Penney, A., *Hoe vrij ik met een man*. Huizen/Antwerpen/Vianen: De Sfinx/Standaard Uitgeverij/ECI, 1983.
- Phillips, D., *Seksueel zelfvertrouwen, vrijmoedig en zelfbewust in liefde en sex*. Baarn: De Kern, 1983.
- Regt, W. de, Voorlichters: wie zijn dat en wie worden voorgelicht? In: Moors-Mommers, M.C.T., Bezemer, W., Frenken, J., de Regt, W., Roelofs, G., Vandereycken, W. (red.), *Handboek seksuele hulpverlening*. Deventer: Van Loghum Slaterus, 1983.
- Rosenberg, J.L., *Samenspel, oefeningen en informatie die jou en je partner leiden naar optimaal genot en het totale orgasme*. Laren N.H.: Luitingh bv, 1981.
- Shanor, K., *Vrouwen en fantasie, een intiem profiel*. Amsterdam: Wetenschappelijke Uitgeverij bv, 1979.
- Shanor, K., *Mannen en sex, dromen en doen*. Amsterdam: Wetenschappelijke Uitgeverij bv, 1979.
- Toft, M., Fowlie, J., *Variaties*. 's-Gravenhage: Stichting Uitgeverij NVSH, 1969.

Summary

A gap in the market of sexual information

Professionals or official organizations in the area of sexual education and information may be oriented either towards prevention or emancipation. Their programs and actions are designed according to the information's needs they presume in the general population or in certain social groups.

A limited inquiry demonstrated that commercial publishers have found a big gap in the sexual information market that is not filled by the professional sex educators. The latter are challenged by the important fact that publishers keep on doing good business by producing and selling still more 'new' popular literature of 'how to improve your sex life'.