

Schweizer kennen sich im Online-Dating-Dschungel aus

Zürich, x. Januar 2018 – Schweizer haben beim Online-Dating den Überblick: Gemäss einer neuen Studie von Marketagent.com haben 37 % der 14- bis 65-Jährigen schon einmal online nach Partnern oder Dates gesucht oder sind gerade dabei, es zu tun. Dabei wissen die Meisten sehr wohl Bescheid, welche Plattformen sich am besten für welche Zwecke eignen. Wichtigstes Auswahlkriterium sind dabei ein kostenloses Angebot oder die Seriosität des Anbieters. Als häufigster Abmeldegrund wurde „ein neuer Partner“ genannt; als grösstes Hindernis für die Nutzung die Skepsis, online zu finden, was man sucht. Dies hat eine repräsentative Umfrage des Zürcher Online-Marktforschungsinstituts Marketagent.com Schweiz AG bei 1'230 Personen von 14 bis 65 Jahren aus der Deutsch- und Westschweiz ergeben.

Gut jeder und jede Dritte (35%) in der Schweiz zwischen 14 und 65 Jahren ist Single. Dementsprechend häufig wird das Netz für das Kennenlernen genutzt: 34% der Befragten sind gerade oder waren schon einmal auf Dating-Portalen aktiv. 14% haben schon Erfahrungen mit Partnersuch-Portalen gesammelt oder sind zurzeit gerade irgendwo online auf der Suche. Von denjenigen, die zurzeit auf keiner Plattform aktiv sind, könnte sich ein Drittel vorstellen, in Zukunft eines der Angebote (wieder) zu nutzen.

Zweck der Online-Portale ist nicht nur den effektiven Nutzern geläufig

Dafür, dass knapp zwei Drittel der Befragten noch keine Erfahrungen mit der digitalen Dating-Suche gemacht haben, kennen sie sich im Online-Angebot recht gut aus: Unter allen Befragten war von den abgefragten Partnersuch-Portalen Parship bei 83% bekannt, gefolgt von ElitePartner (66%), edarling (54%) und be2 (49%). Bei den Online-Dating-Portalen bzw. -Apps hat Tinder den höchsten Bekanntheitsgrad (66%), gefolgt von Badoo (54%), Lovescout24.ch (45%), Lovoo (41%), meetic.ch (38%) und swissfriends (33%).

Doch nicht nur der Name, auch der Zweck der jeweiligen Plattformen ist den Meisten durchaus geläufig und wurde richtig zugeordnet: Rund drei Viertel sehen ElitePartner und Parship als Plattformen für die Vermittlung von langfristigen Partnerschaften an, gefolgt von edarling (58%) und be2 (55%). Am seltensten glauben die Befragten, dass man auf Tinder einen langfristigen Partner finden kann (13%).

Als Hotspots für unverbindliche Flirts und Dates sehen die Meisten Swissflirt.ch (67%), gefolgt von Lovoo (56%), Swissfriends (54%), Lovescout24 (54%) und Badoo (54%). Auch glaubt die Hälfte der Befragten, dass sich Tinder für die Suche nach Flirts und Dates gut eignet. Für gut die Hälfte der Befragten gelten aber in erster Linie Tinder (57%) und Lovoo (52%) auch als Plattformen für sexuelle Kontakte, gefolgt von Badoo (47%) und Swissflirt (23%).

Hauptauswahlkriterien für Online-Plattformen sind „Kostenlos“ oder „Serios“

Als Hauptauswahl-Kriterien für die Online-Suche werden ein „kostenloses Angebot“ und die „Seriosität des Anbieters“ genannt (je 39%). Vor allem Jüngeren unter 29 Jahren, die häufiger auf Dating- oder Flirtportalen aktiv sind als Ältere, ist ein kostenloser Zugang zu diesen Plattformen wichtig (47% vs. 36% bei den Ü30). Während Seriosität von allen Altersgruppen als sehr wichtig eingestuft wird (38%), sind die Älteren viel mehr auf Datensicherheit und Anonymität bedacht als die unter 29-Jährigen.

Gerade Frauen legen viel Wert auf Seriosität (44% vs. 35% Männer), Datensicherheit (38% vs. 24%) und auf die Selbstbestimmung, wann ihr Bild freigegeben wird (31% vs. 19%). Männern ist es wichtiger als Frauen, dass die Portale über viele Mitglieder verfügen (34% vs. 13%).

Ein neuer Partner und „Fake Profile“ als häufigste Abmeldungs-Gründe

Auf die Frage, warum Nutzer Online-Partnersuche- und Dating-Portale wieder verlassen haben, sagen 53% sie hätten einen Partner gefunden. Für weitere 36% (Männer 44%, Frauen 26%) war es das Gefühl, dass Profile nicht echt waren, während 23% der Befragten nicht gefunden haben, wonach sie gesucht haben. Für 29% der Männer, aber nur 12% der Frauen war die Online-Plattform zu teuer. Lediglich 14% empfanden Online-Dating als zu zeitintensiv und haben deswegen das Portal wieder verlassen.

Skepsis und Angst vor Betrügern halten viele Singles von Online-Nutzung ab

Fragt man jene Singles, die sich nicht vorstellen können, auf Online-Plattformen aktiv zu werden, welche Gründe dagegen sprechen, zeigten sich 44% skeptisch, dass man auf Online-Portalen auch wirklich findet, was man sucht. 33% von ihnen nannten die Angst vor Betrügern als einen Grund für die Abneigung, während 32% der Teilnehmer immer noch glauben, dass sich auf Online-Portale nur „Verzweifelte“ tummeln, die im echten Leben niemanden finden. Ein Viertel der Singles möchten keine persönlichen Daten online angeben. Und 24% geben an, sich schlicht noch keine Gedanken über die Suche auf Online-Portalen gemacht zu haben.

Für ein Mal ist der Röstigraben nicht gar so tief

Bei der Nutzung der Online-Plattformen ticken Deutsch- und Westschweizer ziemlich ähnlich. Die herausragendsten Unterschiede zeigten sich in den folgenden Punkten:

- Die Plattformen Meetic, Badoo und Swissfriends sind bei den Romands bekannter als bei den Deutschschweizern. Die Bekanntheit der anderen Plattformen ist im Welschland hingegen tiefer als in der Deutschschweiz.
- Meetic, Swissfriends, Badoo, Lovoo, und Tinder wurden von den Romands viel häufiger als Plattformen für die langfristige Partnersuche genannt als in der Deutschschweiz.
- Umgekehrt gehen mehr Romands als Deutschschweizer davon aus, dass man auf ElitePartner und Parship eher unverbindliche Kontakte findet (ElitePartner: 33% vs. 19%, Parship: 30% vs. 21%).
- Bei den Auswahlkriterien für die Online-Nutzung ist Deutschschweizern die Seriosität wichtiger als Westschweizern (42% vs. 29%). Umgekehrt legen Westschweizer mehr Wert auf Datensicherheit (39% vs. 27%) und die Wahrung der Anonymität (27% vs. 18%) als Deutschschweizer.

Für weitere Fragen

Ursula Kaspar

T: 043 555 06 50

M: 079 378 41 02

E: u.kaspar@marketagent.com

Über Marketagent.com Schweiz AG

Marketagent.com Schweiz ist ein auf quantitative Online-Forschung spezialisiertes Forschungsinstitut und verfügt über ein ISO zertifiziertes Befragungspanel mit 52'000 Teilnehmern aus der Schweiz (Stand: Januar 2018).