

Alle brauchen Liebe

Von BASTIAN BENRATH

14. Februar 2020 · Online-Dating ist ein Milliardenmarkt. Doch die Ansätze der verschiedenen Plattformen unterscheiden sich. Wer am Ende Erfolg haben wird, ist noch offen.

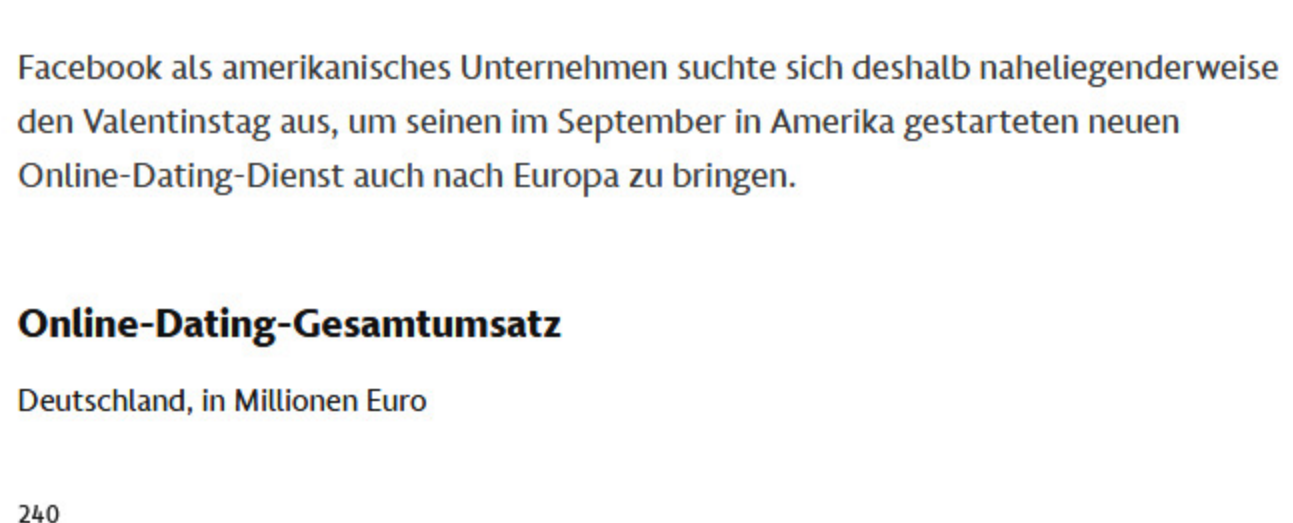


der zahlenden Kunden finden einen Partner

Illustration: André Piron, Animation: Carsten Feig

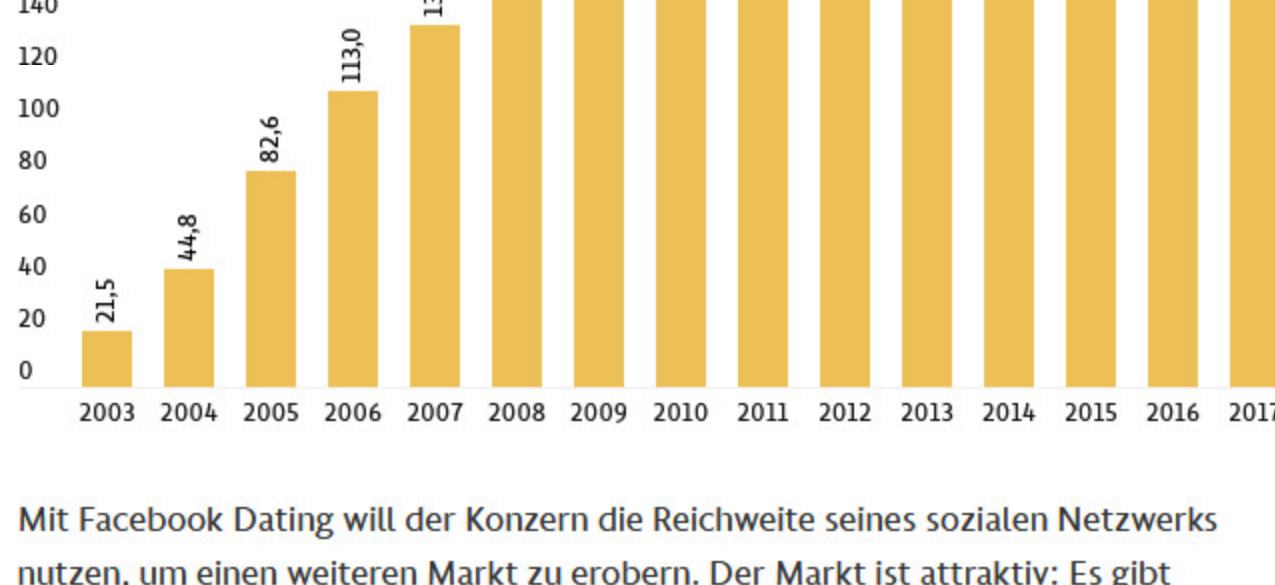
Wurde der Valentinstag von der Blumen- und Süßwarenindustrie erfunden? Die Behauptung hält sich hartnäckig, auch wenn niemand sagen kann, ob sie stimmt. Während es in Deutschland meist nur die ganz frisch verliebten Paare sind, die sich zu dem Tag etwas schenken, ist es in Amerika weit verbreitet, nicht nur seinen Partner, sondern auch den gesamten Freundeskreis mit Blumen oder Süßigkeiten zu bedenken.

Deutsche Nutzer von Online-Dating



Online-Dating-Gesamtumsatz

Deutschland, in Millionen Euro



Mit Facebook Dating will der Konzern die Reichweite seines sozialen Netzwerks nutzen, um einen weiteren Markt zu erobern. Der Markt ist attraktiv: Es gibt Schätzungen, nach denen sich im Jahr 2040 bis zu 70 Prozent aller Paare per Online-Dating kennengelernt haben werden. Schon heute beginnt, zumindest dem Partnerbörsen-Betreiber Match Group zufolge, ein Drittel der Beziehungen online. In vier Jahren sollen auf dem Markt auf der Welt 2,2 Milliarden Euro umgesetzt werden.

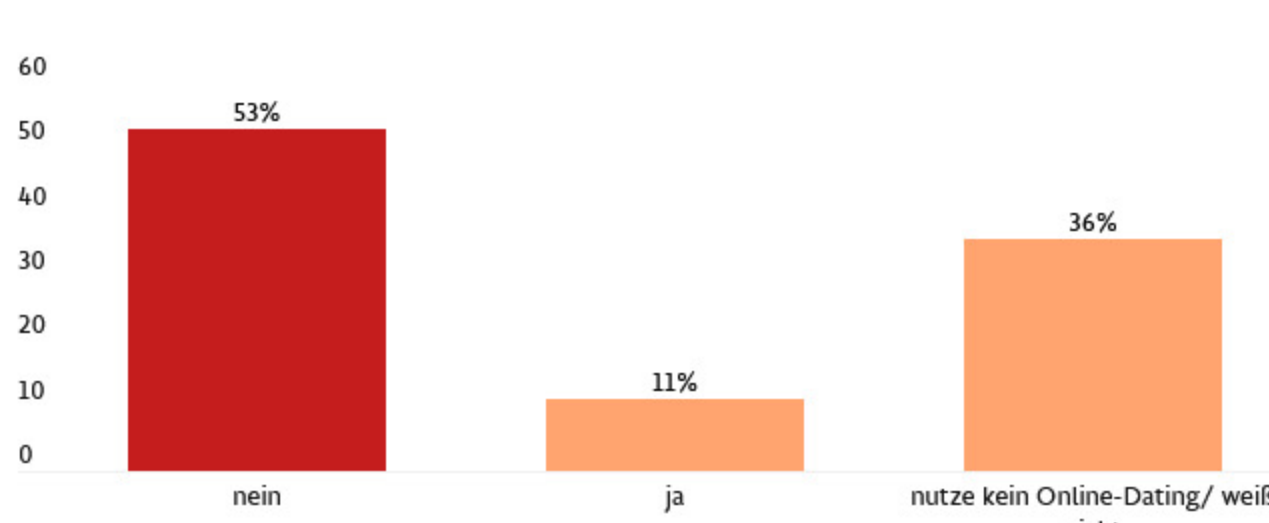
„Wann haben Sie nach Ihrer letzten Beziehung mit dem Online-Dating angefangen?“



Erstmal kam es aber anders für Facebook. Einen Tag vor der offiziellen Auftaktveranstaltung sagte der Konzern den Europapartnern von Facebook Dating am Dienstag ab und verschob ihn auf unbestimmte Zeit. Man wolle sich noch etwas Zeit nehmen mit dem neuen Dienst, hieß es zunächst nur zur Begründung. Wie am Donnerstag bekannt wurde, ging die Verzögerung in Wahrheit auf die irische Datenschutzbehörde zurück. Die Datenschützer erklärten, sie seien besorgt gewesen, dass das soziale Netzwerk sie erst Anfang des Monats über Pläne informiert habe, Facebook Dating Mitte Februar nach Europa zu bringen. Deshalb habe die Behörde am vergangenen Montag eine „Inspektion“ bei Facebook in Dublin durchgeführt und Unterlagen eingesammelt.

Kaum Interesse an Facebooks Dating-Dienst

„Können Sie sich vorstellen, Facebook Dating zu nutzen?“



Facebook teilte dazu am Mittwoch mit, man habe an starken Datenschutzmaßnahmen für die Funktion sowie der Einschätzung zur Datenerhebung gearbeitet und diese nach Aufforderung mit der irischen Behörde geteilt. Die irische Datenschutzbehörde ist in der Europäischen Union federführend für Facebook zuständig, weil Facebook in Dublin seinen Europa-Hauptsitz hat.

„Tinder hat das Online-Dating mobil gemacht, seitdem spricht man nur noch über Apps“

Gerrit Heinemann, Fachmann für Internetmarketing

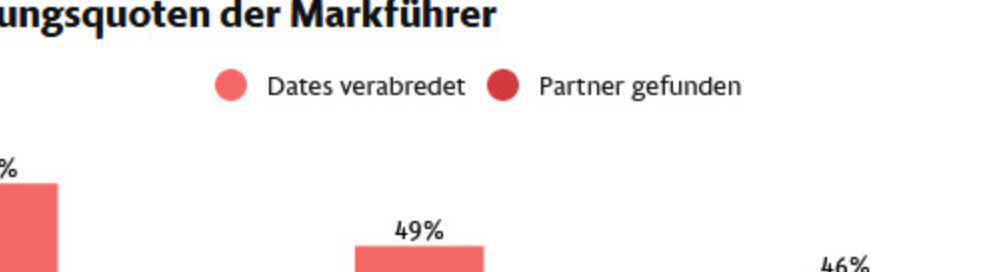


Monatlich aktive Nutzer vs. Mitgliedschaften

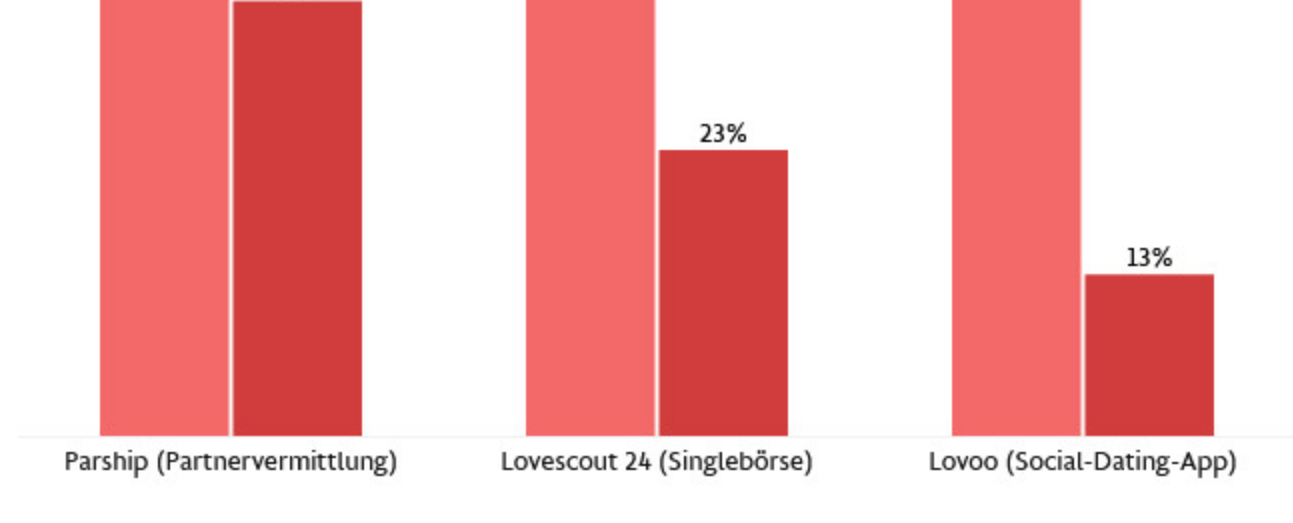
in Millionen



Gerrit Heinemann, Fachmann für Internetmarketing an der Hochschule Niederrhein, wundert es nicht, dass Fragen der Datensicherheit das Projekt ausbremsen. „Gerade Daten zur Partnersuche sind ja sehr privat und deshalb sehr sensibel“, sagt er. Grundsätzlich scheinen die Datenschutzfragen für Dating-Apps aber lösbar zu sein. Das zeigt das Beispiel Tinder. Die App gilt unter jüngeren Erwachsenen als Synonym für Online-Dating und ist bislang die bekannteste Dating-App der Welt. „Tinder hat das Online-Dating mobil gemacht, seitdem spricht man nur noch über Apps“, erläutert Heinemann. Tinders Mutterkonzern Match Group, zu dem auch die ebenfalls populäre Dating-App „Ok Cupid“ gehört, erzielte im vergangenen Jahr einen Umsatz von 1,2 Milliarden Dollar – bei deutlichem Wachstum.



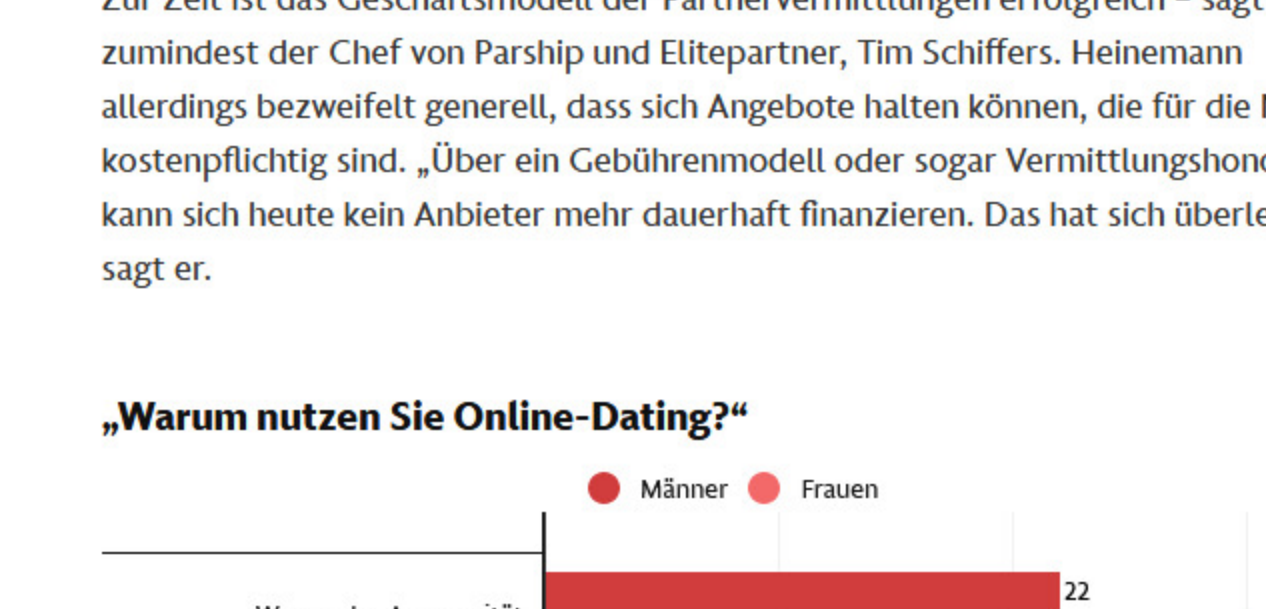
Marktanteile von Online-Dating-Angeboten in Deutschland



- Social-Dating**
z.B. Tinder, Lovoo, bald evtl. auch Facebook Dating
- Singlebörsen**
z.B. Lovescout 24, Dating Café
- Partnervermittlungen**
z.B. Parship, Elitepartner
- Adult-Dating**
z.B. C-Date, Joyclub, poppen.de
- Nischenanbieter**
z.B. für Ü-50-Dating, bestimmte sexuelle Orientierungen, etc.

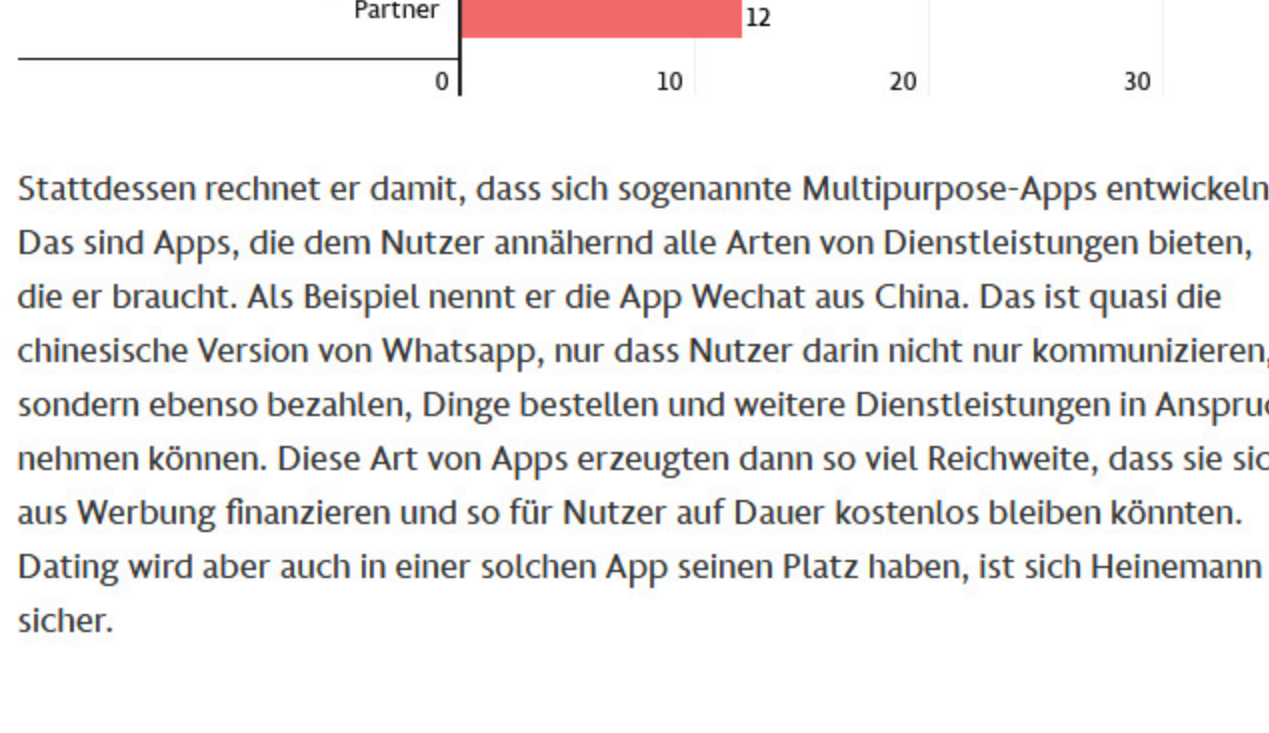
Ob Tinder durch Facebook Dating eine ernsthafte Konkurrenz erwächst, wird sich zeigen. Dass nur noch von Tinder gesprochen wird, stimmt aber auch nur für einen Teil des Marktes – nämlich dem Segment des sogenannten Social-Datings. Es gibt durchaus noch andere Modelle. Die größten Umsätze erzielen zum Beispiel in Deutschland die Partnervermittlungen, deren bekanntestes Beispiel das Portal Parship ist. Sie erheben über einen Fragebogen genauere Informationen über Charakter und Hobbies eines zu Vermittelnden und werben damit, ihm oder ihr den passenden Partner zu finden. Diesen fällt es leichter, Geld zu verdienen, weil sie in der Regel kostenpflichtig sind. Schattenseite dessen ist aber, dass die weitaus meisten Nutzer auf den kostenlosen Social-Dating-Apps unterwegs sind.

Vermittlungsquoten der Marktführer



Zur Zeit ist das Geschäftsmodell der Partnervermittlungen erfolgreich – sagt zumindest der Chef von Parship und Elitepartner, Tim Schiffers. Heinemann allerdings bezweifelt generell, dass sich Angebote halten können, die für einen kostenpflichtig sind. „Über ein Gebührenmodell oder sogar Vermittlungshonorare kann sich heute kein Anbieter mehr dauerhaft finanzieren. Das hat sich überlebt“, sagt er.

„Warum nutzen Sie Online-Dating?“



Stattdessen rechnet er damit, dass sich sogenannte Multipurpose-Apps entwickeln. Das sind Apps, die dem Nutzer annähernd alle Arten von Dienstleistungen bieten, die er braucht. Als Beispiel nennt er die App Wechat aus China. Das ist quasi die chinesische Version von Whatsapp, nur dass Nutzer darin nicht nur kommunizieren, sondern ebenso diese Art von Apps erzeugten dann so viel Reichweite, dass sie sich aus Werbung finanzieren und so für Nutzer auf Dauer kostenlos bleiben könnten. Dating wird aber auch in einer solchen App seinen Platz haben, ist sich Heinemann sicher.

Altersverteilung von Online-Dating-Nutzern

