

FRIEND

SCOUT 24

15 JAHRE FriendScout24

Die Zukunft des Digital Datings



INHALT

4

Editorial

6

15 Meilensteine

**Zukunfts-
studie**

im Auftrag von
FriendScout24

8

OMNI-DATING: DIE ZUKUNFT DES DIGITAL DATINGS

Eine Studie vom
zukunftsInstitut

18

Presseservice

IMPRESSUM

FriendScout24 GmbH
Weihenstephaner Str. 7
81673 München



1 Million Paare haben sich über FriendScout24 verliebt.

*Liebe Leserinnen,
liebe Leser,*

15 Jahre FriendScout24: Nicht nur für uns ist das ein Grund, die Sektkorken knallen zu lassen. **Schließlich haben in dieser Zeit über eine Million Paare durch unseren Service zueinander gefunden.**¹ Dieser Erfolg untermauert unsere Positionierung als Deutschlands Partner-Portal Nr.1. Wir sind stolz darauf, dass wir in den vergangenen 15 Jahren mehr Paare zusammengebracht haben als jeder andere deutschsprachige Anbieter.

Immer wieder erhalten wir Nachrichten von glücklichen Paaren, die sich über FriendScout24 verliebt haben. Wir bekommen Hochzeitsfotos und Bilder von Kindern, die aus den durch uns vermittelten Beziehungen entstanden sind. Dass einige Paare zu ihrer Hochzeit sogar FriendScout24-Luftballons steigen lassen oder die Hochzeitstorte mit einem FriendScout24-Logo verzieren, bestätigt uns jeden Tag in unserer Arbeit. **Darüber hinaus zeigt es, dass das Thema Online-Dating heute fest in der Mitte der Gesellschaft verankert ist.** Das war nicht immer so. Vor 20 Jahren – in den Anfängen des Online-Datings in Deutschland –, als die Plattform, aus der FriendScout24 hervorgegangen ist, noch „People United“ hieß, war die Suche nach einem Partner fürs Leben über das Internet noch eine Randerscheinung. Dass sich Online-Dating so schnell durchgesetzt hat und heute ein alltäglicher Weg zur Partnerschaft ist, hat zwei wesentliche Gründe: Nirgendwo sonst tummeln sich so viele Flirtwillige, und nirgendwo sonst lernen Singles so schnell und effizient andere Singles kennen.

FriendScout24 hat sich dabei als erste Wahl bei Partnersuchenden etabliert. Jeden Monat nutzen rund eine Million Singles aktiv unseren Service. Dass die Singles gerade FriendScout24 zu ihrer Nr. 1 gemacht haben, liegt in der ständigen Optimierung unseres Service begründet. Bereits 2004 machte FriendScout24 den Schritt von der klassischen Online-Dating-Seite zum Mobile-Dating, damals noch über WAP. 2010 führten wir als erster deutscher Anbieter eine Mobile-Dating-App ein. Mit der *Dateroulette*-Funktion starteten wir 2011 unter dem Stichwort Gamification das Zeitalter des spielerischen Datings. **Und heute verabreden sich unsere Mitglieder ganz selbstverständlich über alle Geräte, vom Smartphone über die Tablet-App und bis hin zur Smartwatch.**

1) Hochrechnung auf Basis einer repräsentativen Befragung ab 18 Jahren von Ipsos ASI in Deutschland. Die Daten wurden mit den entsprechenden Altersgruppen der Gesamtbevölkerung (Eurostat 2013) kombiniert. Vier Prozent der Befragten gaben an, dass sie eine Beziehung über FriendScout24 gefunden haben.

Unser Ziel ist es, unseren Mitgliedern alle Optionen an die Hand zu geben, um mit Spaß und ganz nach ihren individuellen Wünschen den passenden Partner zu finden. Deshalb bieten wir auch die meisten Suchmöglichkeiten an: vom *Dateroulette* über die detaillierte Suche nach zahlreichen Suchkriterien bis hin zur Geolokalisierung – und offline als größter Anbieter von Single-Events in ganz Deutschland. Der Erfolg gibt uns recht: **Stiftung Warentest hat FriendScout24 im aktuellen Test der Dating-Portale aller großen Anbieter zum Testsieger gekürt.** Wir freuen uns über die Bestnote 1,8.

Als Marktführer haben wir uns immer wieder neu erfunden – und das stets entlang der Bedürfnisse unserer Nutzer. Daher blicken wir zum 15-jährigen Jubiläum nicht zurück, sondern es ist für uns ein Anlass, nach vorne zu schauen. Wie sieht die Zukunft des Digital Datings aus? Welche Anforderungen muss der Dating-Service der Zukunft erfüllen? Welche Faktoren spielen dabei – gesellschaftlich wie auch technisch – eine Rolle? **Um diese Fragen zu beantworten, haben wir das renommierte Zukunftsinstitut beauftragt, für uns einen Blick auf die Megatrends im Bereich Digital Dating zu werfen.**

Nicht alle in der Studie aufgezeigten Möglichkeiten halten wir für wegweisend. So glauben wir nicht an eine Partnervermittlung auf der Basis eines DNS-Abgleichs oder daran, dass das Flirten mit einer virtuellen Intelligenz jenseits von Filmstoffen für Hollywood eine neue gängige Praxis unter deutschen Singles wird.

Doch wir sehen uns durch die Studie darin bestärkt, dass unsere plattformübergreifende Strategie in die richtige Richtung weist. Der Trend geht demnach immer weiter zum „Omni-Dating“, das Digital Dating wird mehr denn je eine ständig verfügbare, flexible, spontane und beiläufige Begleitung in unserem täglichen Leben. Denn egal, wo wir sind, wir wollen überall und zu jeder Zeit unsere Flirtchancen nutzen. Und wir wollen unsere Suche möglichst individuell gestalten, dabei aber in einem sicheren, geschützten Raum unterwegs sein. Genau das bietet FriendScout24.

Bei allem technischen Fortschritt betont die Studie, dass stets der Mensch im Mittelpunkt der Entwicklung stehen muss. Dies ist eine Philosophie, die FriendScout24 uneingeschränkt teilt. Der Gedanke an die Bedürfnisse unserer Nutzer bestimmt die Weiterentwicklung unseres Service und unserer Marke.

Ihr

MICHAEL PILZEK
Geschäftsführer FriendScout24

Als Marktführer haben wir uns immer wieder neu erfunden.

1996

Der Start vor dem Start: Iris und Silvan Filmer gründen den Online-Dating-Service „People United“. Hier knüpfen Menschen online neue Kontakte. Dabei geht es um Flirts und feste Partner, aber auch um Freizeitkontakte und Freundschaften.

2000

Die Scout24 Holding steigt in das Unternehmen ein: **FriendScout24** ist geboren! Partnersuche und Flirts stehen im Vordergrund.

2001

Das erste FriendScout24-Paar gibt sich das **Ja-Wort** vor dem Traualtar. Ein halbes Jahr später erreicht uns eine weitere frohe Botschaft von einem anderen Paar: Wir erwarten Nachwuchs! Das erste FriendScout24-Baby wird geboren. Viele weitere werden folgen.

2004

Servus Österreich, Grüezi Schweiz: FriendScout24 startet die Expansion.

Der Traumpartner per Handy: FriendScout24 läutet das Zeitalter des Mobile-Datings in Deutschland ein. Alle Kernfunktionen von FriendScout24 sind über i-mode oder WAP-Applikation nun auch mobil nutzbar.

2007

Als **erster deutscher Dating-Service** eröffnet FriendScout24 zum Valentinstag eine Filiale in der virtuellen 3D-Welt „Second Life“. Zur Blütezeit des Netzwerks sind fast zwölf Millionen Menschen bei „Second Life“ unterwegs. Neben FriendScout24 sind z. B. auch BMW, adidas oder die „Bild“-Zeitung hier vertreten.

Intensivierung der Anti-Fake-Maßnahmen: FriendScout24 baut seine Präventionsmaßnahmen unterstützt durch eine innovative Softwarelösung systematisch weiter aus, um Mitgliedern ein Höchstmaß an Sicherheit zu gewährleisten. Durch die permanente Weiterentwicklung schützender Filter und Mechanismen zur schnellen Erkennung von unseriösen Profilen hat sich FriendScout24 nachhaltig als vertrauenswürdige Marke im Online-Dating-Markt etabliert, verbunden mit der konsequenten Verpflichtung zu Integrität und Seriosität.

2010

Mobiles Flirten geht in die nächste Runde: FriendScout24 bringt als erster deutscher Dating-Service eine iPhone-App auf den Markt. Wenig später folgt die FriendScout24-App für Android. In die Weiterentwicklung des mobilen Service fließen seitdem die Wünsche der User konstant mit ein.

2011

FriendScout24 verliebt spielerisch per Dateroulette: Mitglieder entscheiden bei der neuen Funktion spontan über das Profilbild, wen sie gerne treffen würden. Zu jedem angezeigten Profilbild beantworten sie die Frage „Lust auf ein Date?“ mit „Ja“ oder „Nein“. Hat der ausgewählte Flirt ebenfalls Interesse, kommt es zum „Wunschdate“. Der Gamification-Ansatz erweist sich als Hit: Schon am ersten Tag werden über acht Millionen Fotos geklickt.

Es muss nicht immer Liebe sein: Speziell für Abenteuerlustige, die nicht auf der Suche nach einer langfristigen Partnerschaft sind, führt FriendScout24 mit **Secret.de** das erste Premium Casual Dating Portal in Deutschland ein. Als Service von FriendScout24 werden auch bei **Secret.de** Sicherheit, Seriosität und Qualität höchste Standards eingeräumt.

2014

FriendScout24 stößt zur Meetic Group und **wird Teil des europäischen Marktführers**. Durch den internationalen Austausch erwachsen neue Potenziale bei der technischen Weiterentwicklung und der Markenstrategie.

2015

Neue Apps für das Tablet sowie die Smartwatch & Apple Watch: FriendScout24-Singles flirten ab sofort ganz individuell auf dem Gerät ihrer Wahl.

Ode an die kleinen Schwächen: Unter dem Motto „Was du an dir nicht magst, liebt ein anderer“, startet FriendScout24 die #LoveYourImperfections-Kampagne und setzt auf Authentizität. Im Vordergrund stehen keine perfekten Models – denn schließlich sind es gerade die kleinen Eigenheiten, Ecken und Kanten, die einen Menschen so liebenswert, charmant und besonders machen. Eine Botschaft, die sich auch im Service wiederfindet: Singles können nun im Profil neben ihren Stärken auch ihre kleinen Schwächen angeben.

FriendScout24 startet Events: Deutschlands Partner-Portal Nr. 1 rollt eine nationale Eventstrategie aus und wird auf Anhieb größter Organisator von Single-Events.

2016

Die Sektkorken knallen: Beim großen Vergleichstest der Dating-Portale der Stiftung Warentest schneidet FriendScout24 als Testsieger mit der Bestnote (1,8) ab. Besonders lobt die Stiftung Warentest die sehr guten Suchmöglichkeiten und die Passgenauigkeit der gefundenen Profile.

Omni-Dating:
**DIE ZUKUNFT
 DES DIGITAL
 DATINGS**

Eine Studie vom
zukunftsInstitut

im Auftrag von

FRIEND
SCOUT24

1. Digital Dating: What's now, what's next?

Digital Dating ist heute ein fester Bestandteil der sozialen und ökonomischen Realität. In einer zunehmend vernetzten Gesellschaft ist das Kennenlernen über digitale Kanäle so normal wie Internet-Banking oder Online-Shopping. Zugleich ist Digital Dating eine Wachstumsbranche mit hohem Innovations-tempo. Beides macht die Frage umso spannender: Wie wird die Zukunft des Digital Datings aussehen? Welche Potenziale wird die fortschreitende Vernetzung erzeugen? Welche Flirt- und Beziehungsbedürfnisse werden durch neue Lebensstile und Technologien angesprochen – oder neu geweckt?

Um die Umrisse dieser digitalen Dating-Welt von morgen zeichnen zu können, braucht man zunächst ein Verständnis für ihre Entstehungsgeschichte – für das „Wesen“ des Digital Datings. Am Anfang der Reise in die Zukunft des Digital Datings steht deshalb eine Rückkehr zu seinen Ursprüngen: zum Online-Dating der ersten Generation.

DIGITAL DATING 1.0: Online-Dating – Kennenlernen von innen nach außen

Die Geburtsstunde des massenkompatiblen Digital Datings schlug in der zweiten Hälfte der 1990er-Jahre mit der alltagstauglichen Einführung der ersten Online-Dating-Dienste. Das anonyme Kennenlernen über das Internet war ein Novum in der Geschichte der Liebe. Und es sorgte zugleich für eine Renaissance der Romantik. Denn die neuartige Mixtur aus körperlicher Abwesenheit und sinnlicher Präsenz im intimen Mailverkehr begünstigte auch das Entstehen einer intensiven Nähe.

Mit der rasanten Verbreitung der Internetnutzung entstand in kurzer Zeit eine enorme Anzahl an Dating-Portalen und -Services. Dabei gliederte sich das Spektrum bis in die frühen 2010er-Jahre in vier große Bereiche:

- > Singlebörsen
- > Partnervermittlungen
- > Special-Interest-Nischenangebote
- > Casual-Dating

Beim „klassischen“ Online-Dating lernt man sich spiegelverkehrt kennen: von innen nach außen. Im Fokus stehen die „inneren“ Werte. Und das Kennenlernen verläuft stufenweise, über verschiedene Medien-Etappen: vom rein virtuellen Maildialog über den akustischen Telefonkontakt bis hin zum realen Treffen. So werden schon vor dem ersten Date sehr schnell intime Einblicke möglich, die im „echten Leben“ sehr unwahrscheinlich wären. Gerade die mediale Distanz wirkt dabei wie ein Gefühlsverstärker: Sie weckt und stärkt die Sehnsucht nach der Unmittelbarkeit der echten Begegnung. Das macht die Urform des Online-Datings hochgradig romantisch.

Diese Differenzierung spiegelte nicht nur die neue Vielfalt der Lebens- und Liebesformen im 21. Jahrhundert, sondern auch ein neues Verhältnis von Liebe und Sex: Die Sexualität hat sich von der Liebe emanzipiert, für „Sex pur“ gibt es spezielle Casual-, Seitensprung- und Adult-Dating-Seiten. Bei Partnervermittlungen, Singlebörsen und den meisten Nischenservices hingegen regiert die romantische Liebe: Nach einer Studie des Bundesverbands Digitale Wirtschaft sind 71 Prozent der Nutzer von Online-Partnerbörsen auf der Suche nach einer festen Beziehung. Sechs von zehn sagen sogar, sie suchen nach einem Lebenspartner. Daran hat sich bis heute nichts geändert – auch wenn sich der Dating-Kosmos in der Zwischenzeit stark gewandelt hat.

DIGITAL DATING 2.0: Mobile-Dating – Kennenlernen von jetzt auf gleich

Heute hat die Evolution des Kennenlernens über digitale Kanäle eine neue Stufe erreicht. Digital Dating ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Es ist eine Mainstream-Freizeitbeschäftigung geworden, die immer selbstverständlicher über mobile Devices praktiziert wird.

Hinzu kommt eine neue Orientierung in Richtung Realtime-Dating: Über Geolokalisierung werden Flirtwillige in der aktuellen Umgebung angezeigt. Dieser neue Nutzungskontext erweiterte das Dating-Spektrum erneut – es reicht heute von Matchmaking-Services bis zu Hook-up-Apps und beinhaltet zunehmend lifestyle und spielerische Anwendungen, die Flirtwillige via GPS-Ortung dort zusammenbringen, wo sie sich gerade befinden. All das hat den Markt des Digital Datings stark verändert. Das etappenweise Kennenlernen, das prägend ist für das klassische Online-Dating, wird ergänzt durch neue High-Speed-Varianten, die auf mobile Nutzung setzen und Shortcuts zwischen Suchen und Treffen herstellen.

Für Digital Natives sind Mobile-Apps der übliche Weg, um Freunde, Beziehungen und Affären zu finden und zu pflegen. Das klassische Online-Dating der ersten Generation entwickelt sich dabei zum Mobile- und Social-Dating, also dem Dating über mobile Devices oder in Verbindung mit sozialen Netzwerken: Heute erfolgt bereits mehr als jeder zweite Dating-Log-in über mobile Endgeräte, und Dating-Apps werden zunehmend mit Social Media verknüpft.

DIGITAL DATING 3.0: Omni-Dating – Kennenlernen immer und überall

Ausschlaggebend für die Zukunft des Digital Datings sind die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen: die Megatrends, die den gesellschaftlichen Wandel vorantreiben. Eine besondere Rolle spielt dabei der Megatrend Konnektivität: Die fortschreitende Vernetzung unserer Welt lässt eine Fülle von neuartigen Verknüpfungen entstehen – auch zwischen Bereichen, die zuvor als getrennt wahrgenommen wurden. Überall in der Gesellschaft entstehen auf diese Weise neue Wirklichkeiten:

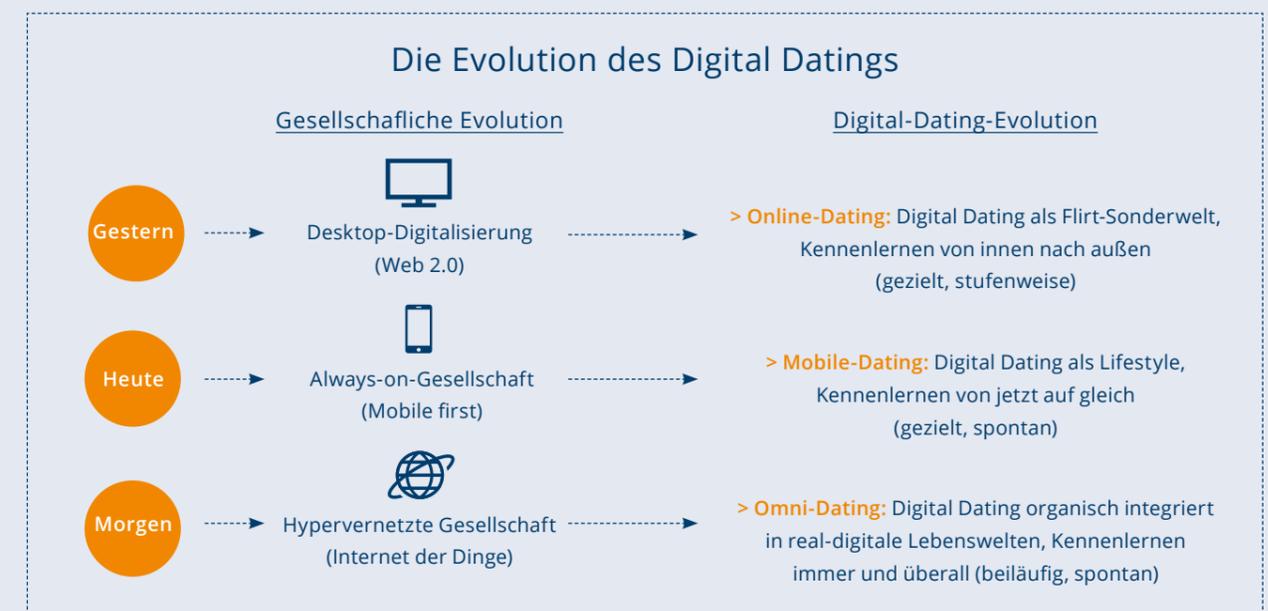
- > eine real-digitale Realität: Mit dem „Internet der Dinge“ erobert das Internet auch die physische Welt. Vom smarten Kühlschrank bis zur Smart City wird die ganze Welt vernetzt.
- > eine neue „Wir-Kultur“: Die Ich-Entfaltung findet immer stärker in kollektiven Kontexten statt. Dies lässt sich in allen Bereichen der Gesellschaft beobachten, von sozialen Netzwerken bis hin zu selbst organisierten Projekten oder Hilfsaktionen wie etwa im Rahmen der Flüchtlingskrise.
- > ein Trend zur „Glokalisierung“: Die zunehmende Vernetzung treibt nicht nur die Globalisierung voran, sondern lässt auch auf lokaler Ebene neue Gemeinschaften entstehen. Dabei wird globales Denken mit lokalem Handeln kombiniert.

Was bedeutet dieses Paradigma der Vernetzung für die Zukunft von Beziehungen, Sex und Flirts? Auf jeden Fall eine neue Vielfalt – und eine neue Flüchtigkeit. Die Romantik von morgen wird eine neue, „flüssigere“ Stufe erreichen: Immer wichtiger wird der „Flow“, das ständige Scannen der maximierten Möglichkeiten und der permanente Abgleich der eigenen Bedürfnisse mit denen des Partners. Und zugleich wird genau diese „Verflüssigung“ den existenziellen Wunsch nach festen romantischen Partnerschaften stärken.

Digital Dating wird dabei weiterhin – und sogar mehr denn je – ein kongeniales Medium für die Beziehungsanbahnung sein. Denn je engermaschiger On- und Offline miteinander verknüpft sind, umso nahtloser und konkreter werden auch Dating-Services in unsere alltäglichen Lebenswelten integriert sein. Das Digital Dating von morgen wird deshalb ein Immer-und-überall-Dating sein, ein Omni-Dating: Es wird nicht mehr nur gezielt am heimischen Laptop oder am Smartphone unterwegs praktiziert, sondern es wird smart eingewoben sein in unseren kompletten Alltag und wird uns auch im Supermarkt oder beim Sport auf Datingpotenziale aufmerksam machen.

Erste Anzeichen dieses Omni-Datings sind schon heute zu beobachten. Angetrieben von der wachsenden Zahl an Digital Natives verbreitet sich die Erkenntnis, dass On- und Offline keine getrennten Welten sind, sondern eine neue 2-in-1-Realität, in deren Zentrum etwas fundamental Menschliches steht: echte Kommunikation. Die wachsende Bereitschaft zu spontanen Treffen, insbesondere unter jüngeren Nutzern, hängt direkt damit zusammen.

Eine wichtige Rolle bei der weiteren Evolution des Digital Datings spielen neue Technologien, die das Kennenlernen über digitale Kanäle immer organischer mit den real-digitalen Lebenswelten verbinden – und auch die direkte Sinneswahrnehmung immer stärker in den Dating-Prozess einbeziehen. Entscheidend ist jedoch letztlich eine ganzheitliche Perspektive auf die Zukunft, die nicht nur die technischen Potenziale betrachtet, sondern vor allem die sozialen Faktoren des menschlichen Miteinanders im Auge behält. Denn diese werden auch künftig im Zentrum des Digital Datings stehen.



2. Omni-Dating: Trends und Megatrends

Welche Herausforderungen müssen Dating-Anbieter in Zukunft meistern? Welche Nutzererwartungen müssen sie erfüllen, um im Dating-Markt der Zukunft erfolgreich zu sein? Entscheidend sind die konkreten menschlichen Bedürfnisse, die – heute wie künftig – mit Liebe, Flirt und Beziehung verbunden sind. Sie lassen sich im Kontext vier relevanter Megatrends verorten, die die Evolution des Omni-Datings von morgen maßgeblich beeinflussen werden:

- > Individualisierung
- > Konnektivität
- > Mobilität
- > Sicherheit

MEGATREND Individualisierung

Der Megatrend Individualisierung bildet die Basis für unsere Vorstellung von Liebe. Das Konzept des Individuums entstand quasi zeitgleich mit dem Konzept der romantischen Liebe im späten 17. und frühen 18. Jahrhundert. Seitdem spielt das, was wir „Liebe“ nennen – und auch beim Digital Dating suchen – eine unschlagbare Rolle bei der persönlichen Selbstverortung. Die wechselseitige Rundum-Bestätigung einer jeweils einzigartigen Individualität kann nur die romantische Liebe leisten. Diese höchstpersönliche Ansprache wird auch das Digital Dating von morgen prägen – verbunden mit neuen technologischen Möglichkeiten.

> BEHAVIORAL MATCHING

Intelligente Algorithmen und lernende Computersysteme werden künftig immer besser in der Lage sein, maßgeschneiderte Partner-vorschläge auf Basis des individuellen Nutzerverhaltens zu machen. Dieses „Behavioral Matching“ kommt den steigenden Kundenerwartungen an eine hochpersönliche Ansprache entgegen. Es handelt sich um eine Komponente des Big-Data-Paradigmas (vgl. „Big-Data-Dating“, Megatrend Konnektivität), die beispielsweise von der Amazon-Empfehlungsfunktion bekannt ist. Künftig wird sich dieses Prinzip auch verbinden lassen mit den Möglichkeiten, die das Internet der Dinge erschließt: Auch in der physischen Welt wird unser individuelles Verhalten künftig getrackt werden können, und die gewonnenen Daten bilden eine Basis für neue Matching-Optionen. Damit eröffnen sich auch Potenziale für neue Erlösmodelle: Digital-Dating-Services könnten beispielsweise mit Restaurants, Event-Locations, Shops oder Hotels kooperieren und ihnen durch die gesammelten Verhaltensdaten Einblicke in die Demografien ihres Zielmarktes ermöglichen (vgl. „Flirt-Hotspots“, Megatrend Mobilität).

> DNS-DATING

Auch die Fortschritte in den Bereichen E-Health und Gen-Analyse fördern eine Individualisierung des Digital Datings. Sie

sorgen für die weitere Ausdifferenzierung der Branche, speziell im Bereich der kostenpflichtigen Partnerbörsen. Dieser Nischen-Trend zielt auf eine Verwissenschaftlichung und Biologisierung der Romantik, basierend auf der Ermittlung von DNA-Kompatibilitäten. Auch wenn fraglich ist, ob ein Matching von Erbsubstanzen wirklich zur Beziehungsbildung beitragen kann: Es zeigt in einer weiteren Facette, wie der Megatrend Individualisierung das Digital Dating der Zukunft beeinflussen wird.

> WIR-KULTUR

In den 2010er-Jahren ist zu beobachten, dass sich die klassische „Ego-Selbstverwirklichung“ immer stärker an gemeinschaftlichen Kontexten ausrichtet. Diese neue „Wir-Kultur“ vereint das Bedürfnis nach Selbstentfaltung mit dem Wunsch nach sozialer Einbindung. Beim Digital Dating äußert sich das unter anderem im Trend zu Gruppentreffen und kollektiven Flirt-Events, die immer mehr Dating-Services anbieten. Die „New York Times“ prophezeite schon 2012, die Dating-Zukunft gehöre jenen Plattformen, die Menschen wieder auf althergebrachte Weise zusammenbringen, indem sie zum Beispiel Single-Partys organisieren. So nimmt das „Ich im Wir“ immer mehr Form an.

MEGATREND Konnektivität

Auch der Megatrend Konnektivität spielt eine elementare Rolle für die Entwicklung des Digital Datings: ohne digitale Medien und Technologien kein digitales Dating. Die Evolution der Netzwerkgesellschaft schafft eine Fülle neuer technologischer Möglichkeiten – und damit vielfältige soziale Realitäten –, die das künftige Digital Dating prägen. Wenn im Internet der Dinge on- und offline verschmelzen, entsteht eine hypervernetzte Welt, die neue Formen und Funktionen des Kennenlernens über digitale Kanäle erzeugt.

> BIG-DATA-DATING

Durch die fortschreitende Vernetzung wächst die Menge an auswertbaren Daten exponentiell an. Zugleich werden Matching-Algorithmen durch bessere Rechenleistungen und komplexere Big-Data-Analysen immer smarter. Beides trägt dazu bei, dass das Internet der Dinge Form annimmt – und es erhöht die Bedeutung verhaltensbasierter Matching-Mechanismen, die individuelle Aktivitäten immer granularer

erfassen und auswerten (vgl. „Behavioral Matching“, Megatrend Individualisierung). Smarte Algorithmen können die (unbewussten) Nutzerwünsche und -bedürfnisse so möglicherweise besser erkennen und deuten als die Nutzer selbst. Auch wenn die Idee eines „perfekten Matchings“ bis auf Weiteres nicht realistisch ist: In einer hypervernetzten Welt wird sich das Digital Dating in Richtung „Big-Data-Dating“ verändern.

> KÜNSTLICHE LIEBESINTELLIGENZ

Spike Jonzes Film „Her“ (2013) zeigt eine ebenso befremdliche wie plausible Vision der Liebe in den Zeiten künstlicher Intelligenz: In einer nahen Zukunft verliebt sich der Protagonist in sein Computer-Betriebssystem „Samantha“. Heute ist der Bereich der künstlichen Intelligenz Schauplatz rasanter Fortschritte, und tatsächlich nähert sich die Technologie immer mehr der menschlichen Kommunikation an. Für das Digital Dating der Zukunft könnten sich hieraus neue Servicepotenziale erschließen. Schon heute lagern wir zahlreiche alltägliche Aufgaben, vom Einkauf bis zur Kinderbetreuung, an externe Dienstleister aus. Künftig könnte es möglich sein, dass smarte Algorithmen die digitale Flirt-Vorarbeit übernehmen: Smarte Personal-Dating-Butler könnten die ersten Schritte der Beziehungsanbahnung erledigen, ohne dass die realen Dater selbst aktiv werden müssten.

> AUGMENTED & VIRTUAL REALITY

Die neuen Technologien rund um Augmented Reality und Virtual Reality eröffnen auch dem Digital-Dating-Sektor neue Dimensionen – und möglicherweise sogar einen nächsten großen Branchenumbruch. Vorstellbar sind zum Beispiel Augmented-ID-Apps, die mittels Gesichtererkennung Informationen über potenzielle Partner anzeigen oder Personen aus dem Dating-

Service im echten Leben wiedererkennen. Augmented-Reality-Kontaktlinsen könnten in der physischen Welt auf potenzielle Partner aufmerksam machen, die biometrisch kompatibel sind. Und Virtual-Reality-Welten könnten das Setting für das erste Date bilden. Auf diese Weise könnten die neuen Technologien durchaus dazu dienen, neue Facetten des Kennenlernens zu erschließen – und damit auch neue romantische Potenziale.

> SLOW-DATING

Eine Reaktion auf die Digitalisierung, die immer deutlicher zutage tritt, ist eine neue Achtsamkeit, auch und gerade in der Nutzung digitaler Devices. Bewusst und sinnvoll verbrachte Zeit, jenseits des Always-on-Modus, wird aufgewertet. Diese „Slow Culture“ eröffnet auch neue Chancen für das Digital Dating, insbesondere für etablierte Datingseiten. Gerade in Zeiten des schnellen, mobilen und geolokalen Live-Datings findet so auch eine Wiederentdeckung der Langsamkeit statt: Die Flüchtigkeit des mobilen Ad-hoc-Datings weckt das Bewusstsein für die romantische Spannung beim etappenweisen Kennenlernen via Laptop oder PC. Hier ist ein Trend zurück zum „handgemachten“, selbstbestimmten Do-it-yourself-Dating zu erwarten: Nutzer wollen das Schicksal wieder selbst in die Hand nehmen – und dem „glücklichen Zufall“, der Serendipity, wieder eine Chance geben.

MEGATREND

Mobilität

Mit fortschreitender Vernetzung wird unser Leben flexibler und mobiler. Standardisierte Lebensläufe existieren nicht mehr, wir wohnen und arbeiten immer öfter in unterschiedlichen Städten, und auch Beziehungen werden dank neuer Technologien immer ortsunabhängiger. Unsere persönlichen Daten begleiten uns in einer „Me-Cloud“, wo immer wir uns aufhalten – und ermöglichen passgenaue Zuschnitte auf spezifische Bedürfnisse, Vorlieben und Situationen. Diese wechselnden Ansprüche und Anforderungen werden künftig auch das Digital Dating prägen.

> HYPERLOCAL-DATING

Der Trend zu spontanen, geolokalisierten Real-Life-Dates führt schon heute zu weiteren Ausdifferenzierungen. In Verbindung mit der neuen Wir-Kultur und der Slow Culture wird sich das Location-based-Dating künftig zum Hyperlocal-Dating weiterentwickeln und verstärkt auf lokale Communitys fokussieren. Auch das Phänomen der Hyperlokalität steht in engem Zusammenhang mit dem Internet der Dinge: Die Verschmelzung von physischer und digitaler Realität verlinkt alle Geräte und Objekte und macht sie lokalisierbar. Zugleich sorgt dieser Trend auch für einen spürbaren Anstieg ganz konkreter Konsumausgaben: Laut Berechnungen des Centre for Economics and Business Research investierten deutsche Singles 2014 rund 4,5 Milliarden Euro in Treffen mit potenziellen Partnern, rund 1,3 Milliarden mehr als im Vorjahr. Vom Restaurant bis zum Verhütungsmittel wird Dating so zum handfesten Wirtschaftsfaktor.

> FLIRT-HOTSPOTS

Das Dating über mobile Devices wird in Zukunft stärker mit speziellen Locations verknüpft sein. Durch den Einsatz moderner Kommunikationstechnologien, wie sie etwa im stationären Handel für die Kommunikation mit dem Kunden oder für das bargeldlose Bezahlen mittels Smartphone zum Einsatz kommen, können sich Bars, Restaurants oder Supermärkte als Hotspots für spontane Dates positionieren. Push-Nachrichten werden Besucher über potenzielle Partner informieren, die sie ad hoc im Raum kontaktieren können. Beim Betreten einer Bar könnte dann die Nachricht erscheinen: „Diese 3 Personen von FriendScout24 sind ebenfalls hier!“ Eine entsprechende Datenauswertung könnte zugleich neue Erlösmodelle auf lokaler Ebene eröffnen. Etwa über den Vorschlag, einem der anwesenden Dater einen Drink auszugeben – mit Spezialrabatt.

> WEARABLES

Um durch einen hypervernetzten Alltag zu navigieren, brauchen wir intelligente mobile Geräte. Heute ist das Smartphone unsere Nabelschnur zur digitalisierten Welt – künftig werden Wearable Computing Devices eine wichtigere Rolle spielen. Auch wenn sich Entwicklungen wie Google Glass und Apple Watch noch nicht massentauglich durchsetzen konnten, bestehen im Bereich des

Digital Datings durchaus Nischenpotenziale – Flirt Alerts auf Smartwatches sind dafür ein erstes Signal. Über die Kombination mit Location-based-Matching erschließen sich auch hier neue Serendipity-Optionen für spontane Real-Life-Dates. Spätestens wenn eine wirklich massentaugliche Device-Innovation den Markt erobert, werden Wearables zu einem essenziellen Bestandteil von Digital-Dating-Angeboten.

MEGATREND

Sicherheit

Im August 2015 erbeuteten Hacker 33 Millionen persönliche Daten von Nutzern des Seitensprung-Portals Ashley Madison, mit denen sie anschließend die Betroffenen zu erpressen versuchten: nur ein Beispiel für die Sicherheitsrisiken, denen Digital-Dating-Anbieter heute und künftig entgegentreten müssen. Die zunehmende Vernetzung erhöht die Angriffsflächen für Datenmissbrauch – und sie steigert die gefühlte Orientierungslosigkeit angesichts immer komplexer und fluider werdender Lebenswelten. Vor diesem Hintergrund werden sich neue Anforderungen an individuelle Sicherheitsbedürfnisse herausbilden, sowohl im Hinblick auf zuverlässigen Datenschutz als auch bezüglich einer gefühlten Sicherheit und Geborgenheit. Verbunden mit dem Wunsch nach individueller Selbstentfaltung, mündet dieses wachsende Schutzbedürfnis in den Flexicurity-Trend: die Kombination aus Flexibilität und Security. Diese Entwicklung wird auch das Digital Dating der Zukunft vor neue Herausforderungen stellen.

> CYBERSECURITY

Erfolgreiche Hackerangriffe auf persönliche Daten von Digital-Dating-Nutzern belegen: Für Digital-Dating-Anbieter besteht heute und künftig eine zentrale Aufgabe darin, Sicherheitsrisiken zu eliminieren. Nutzer wünschen sich sowohl den sicheren Schutz persönlicher Daten als auch umfassende Transparenz und Selbstbestimmung. Gerade für etablierte Singlebörsen und Partnervermittlungen wird der sichere Schutz der Anonymität künftig ein wachsender Attraktionsfaktor sein.

> FEMALE SHIFT

Das Internet eröffnet insbesondere für Frauen neue Flirtpotenziale: Studien zufolge fällt es Frauen im Schutz der Online-Anonymität leichter, eigene Wünsche und Fantasien offensiv zu verfolgen – und so eine Domäne zu erobern, die bislang vor allem männlich dominiert war. Wie die Soziologin Evelina Bühler-Ilieva belegen konnte, sind Frauen erfolgreicher beim Digital Dating als Männer, weil sie beziehungsorientierter, kooperativer und offener kommunizieren. Zudem experimentieren sie mitunter aktiver als Männer mit neuen Erfahrungen, Lebensstilen, Partnern und Praktiken. So ist das Premium-Casual-Dating-Portal Secret mit stilvollem Design und subtiler Erotik klar für Frauen konzipiert. Und gerade beim Casual-Dating steht für Frauen auch die Sicherheit im Vordergrund. Anonymität und Kontrolle werden deshalb auch künftig stark

im Zentrum weiblicher Dating-Bedürfnisse stehen. Zusätzlich gestärkt wird die Female-Dating-Power durch die Korrekturfunktion sozialer Netzwerke, etwa spezielle Instagram- oder Tumblr-Accounts, auf denen frauenfeindliches Dating-Verhalten öffentlich angeprangert wird.

> LIEBE ALS BASTION

In einer hochkomplexen, unübersichtlichen Gesellschaft ist die romantische Liebe, so der Soziologe Günter Dux, ein „Ersatz für den Wegfall einer bedeutungsvollen Welt“, eine Bastion der Sicherheit. Das ist ein wichtiger Grund für die aktuelle Renaissance der Romantik: Zwei Drittel der Deutschen (68 Prozent) sind der festen Überzeugung, es gäbe „die eine Liebe, die ein Leben lang hält“, wie eine repräsentative Umfrage der GfK ergab. Treue rangiert in Umfragen unter Singles wie unter Paaren nach wie vor ganz oben auf der Werteskala. Laut einer FriendScout24-Befragung bezeichnen sich neun von zehn Frauen und Männern als romantisch. Digital-Dater sind besonders romantikaffin – auch deshalb heiraten Paare, die sich online kennengelernt haben, im Durchschnitt schon nach anderthalb Jahren – doppelt so schnell wie „konventionelle“ Paare. Sogar die Fraktion der Casual-Dater ist letztlich auf der Suche nach Liebe: Mehr als ein Drittel der Männer und über die Hälfte der Frauen hoffen, dass sich aus einem „Hook-up“ eine romantische Beziehung entwickelt.

FAZIT und Ausblick

Entscheidend für ein plausibles Bild der Digital-Dating-Zukunft ist ein ganzheitlicher, systemischer Blick auf den Gesellschaftswandel, der sowohl technologische Trends als auch die sozialen Reaktionen darauf einbezieht. Virtual Reality wird zwar künftig eine wichtigere Rolle beim Digital Dating spielen, und auch das „perfekte Matching“ auf Big-Data-Basis rückt näher. Doch das Digital Dating von morgen wird keine Immer-weiter-Virtualisierung sein, ebenso wenig wie der Prozess des digitalen Kennenlernens künftig vollautomatisiert ablaufen wird.

Fest steht jedoch: Wir werden in einer hypervernetzten Welt leben, in der auch das Digital Dating immer nahtloser in unseren Offline-Alltag eingebunden wird. Apps und Devices werden mit Bars, Clubs und Shops kommunizieren und sich als „Dating-Hotspots“ positionieren. Wearables werden uns helfen zu entscheiden, mit wem wir wann und wie interagieren.

In diesem Sinne ist die Zukunft des Digital Datings das Real-Digital-Dating: Wir werden künftig nicht mehr „ins Internet gehen, um zu daten“, sondern die Prozesse werden nahtlos

integriert sein in unsere natürliche Lebenswelten und Technologien. Die Partnersuche wird weniger bewusst betrieben, sondern geschieht beiläufig, latent, quasi natürlich. Eben deshalb ist das Digital Dating von morgen ein Omni-Dating: omnipräsent, immer und überall verfügbar und immer smarter verknüpft mit den Menschen, die uns nahe sind, geografisch wie sozial.

Für das Flirten und Kennenlernen in hypervernetzten Lebenswelten wird das Internet weiterhin ein kongeniales Liebes-Medium sein. Denn auch künftig wird das Dating über digitale Kanäle den Wunsch nach Unabhängigkeit mit dem Bedürfnis nach Nähe vereinen – und Kalkül und Gefühl kombinieren. Im Zentrum des Digital Datings von morgen steht deshalb auch künftig – und mehr denn je – der Mensch. Nicht nur, weil der letzte, entscheidende Schritt bei der Partnersuche immer von der menschlichen Interaktion abhängt. Sondern auch aufgrund der neuen Technologien, die dazu beitragen werden, unsere Grundbedürfnisse immer detailgenauer und persönlicher anzusprechen.

zukunftsInstitut

Das ZukunftsInstitut wurde 1998 gegründet und hat die Trend- und Zukunftsforschung in Deutschland von Anfang an maßgeblich geprägt.

Heute gilt das ZukunftsInstitut mit Standorten in Frankfurt am Main und Wien als einer der einflussreichsten Think-Tanks der europäischen Trend- und Zukunftsforschung. Das Forscher- und Beraterteam geht der Frage nach, welche Veränderungen – welche Trends und Megatrends – unsere Gegenwart prägen und welche Schlüsse sich daraus für die Zukunft von Gesellschaft, Wirtschaft und Kultur ziehen lassen.

Oberstes Ziel ist es, den Wandel begreifbar zu machen, ihn zu moderieren und Zukunft als Chance zu verstehen. Auf Basis von Trendanalysen und Studien erschließt das ZukunftsInstitut die Potenziale von Veränderungsprozessen und unterstützt Unternehmen bei der Entwicklung trendbasierter Strategien und Innovationen.

Neben Studien, Trend-Reports und dem Online-Service „Trend-Update“ ist das ZukunftsInstitut auch durch seine Referenten präsent, die in inspirierenden Vorträgen Trends erlebbar machen und spannende Einblicke in das Abenteuer Zukunft geben.

3. Fünf Thesen zur Zukunft des Digital Datings

1 Omni-Dating

In der Netzwerkgesellschaft verschmelzen analoge und digitale Sphären zu einer hybriden, hypervernetzten Wirklichkeit. Digital Dating findet künftig nicht mehr „im Netz“ statt, sondern ist nahtlos in unsere real-digitalen Lebenswelten eingebettet. Es bringt Menschen dort zusammen, wo sie sich gerade aufhalten. Das Digital Dating von morgen ist ein Omni-Dating, das uns immer und überall begleitet.

2 Love at First Byte

Mit fortschreitender Vernetzung entwickelt sich das Digital Dating zunehmend zum Automated-Dating. Dank lernender Algorithmen und verhaltensbasierter Datenanalysen werden Apps selbstständig entscheiden können, wann, wo und mit wem ein Datingprozess initiiert wird. Auf Wunsch werden sie in der Lage sein, selbst die Datingarbeit zu übernehmen, indem sie automatische Flirt-Dialoge starten oder Realtime-Dating-Tipps liefern.

3 DIY-Dating

Die Automatisierung stärkt zugleich den Gegentrend in Richtung „Do it yourself“ und „real-digital“. Anstatt sich von vermeintlich „smarten“ Maschinen bevormunden zu lassen, zelebrieren Nutzer das Dating als selbstbestimmte, individuelle Erfahrung – und öffnen ganz bewusst einen Raum für glückliche Zufälle, für Serendipity. Das DIY-Dating wird zu einer Renaissance klassischer Dating-Formate führen. Und im Sinne der neuen „Wir-Kultur“ wird es auch die Nachfrage nach Dating-Events im Real Life ansteigen lassen.

4 Romantic Gamification

Neue Technologien wie Augmented und Virtual Reality, die sich heute noch in der Frühphase befinden, werden in Zukunft neue Dating-Welten eröffnen. Das Kennenlernen im virtuellen Raum entfaltet neuartige Imaginationspotenziale – und nähert das Digital Dating immer stärker dem Gaming an. Partnersuchende werden künftig auch auf „Shared Virtual Experiences“ setzen, bei denen persönliche Wünsche und Bedürfnisse in virtuellen Welten neuartig inszeniert werden.

5 „Flexicurity Flirts“

Je komplexer sich unsere Lebenswelten gestalten, umso mehr wächst auch das persönliche Bedürfnis nach Sicherheit. Diese Schutzfunktion muss auch das Digital Dating der Zukunft erfüllen. Dabei gilt es nicht nur, private Daten verlässlich zu schützen, sondern auch, die Sicherheitsgefühle zu stärken – ohne dabei persönliche Freiräume einzuschränken. Die Dating-Nutzer von morgen erwarten Sicherheit und Flexibilität: Flexicurity.

PRESSESERVICE

Sie recherchieren eine Geschichte zum Thema Digital Dating oder einen Beitrag rund ums Flirten und die Liebe? Gerne unterstützen wir Sie mit Hintergrundinformationen, Interviewpartnern und Zahlen. Unser Service für Sie:

ERFOLGSPAARE

Wie ist es, sich online kennenzulernen? Oder: Jedes Wochenende Hunderte Kilometer zu fahren, um sich endlich wieder in die Arme zu schließen? Und wie fühlt es sich an, als Patchwork-Familie zusammenzuwachsen? Die Geschichten unserer Paare sind so aufregend und vielfältig wie das Leben. Viele unserer ehemaligen Mitglieder haben Lust, ihr Glück mit anderen zu teilen, und geben gerne ein Interview.



YVONNE UND ROBERT

Dem Schicksal auf die Sprünge geholfen

„Wir lebten in der Nähe, mit ihren Eltern und ihrem Bruder habe ich regelmäßig Golf gespielt. Aber Yvonne habe ich nie kennengelernt. Und ich hatte keine Ahnung, wer sie war, als ich Yvonne angeschrieben habe. Was für ein verrückter Start in unser glückliches gemeinsames Leben.“

NICOLE UND MICHAEL

Fernbeziehung

„Wann immer es geht, fahren wir die 400 Kilometer, um uns zu sehen. Mittlerweile haben wir Abertausende von Sekunden miteinander verbracht. Und keine Millisekunde davon wollen wir missen. Denn wir sind trotz der Entfernung seit sechs Jahren sehr glücklich zusammen. Und unendlich froh, dass wir uns durch euch gefunden haben. Wir danken euch so sehr.“



IRIS UND THOMAS

Patchwork-Familie

„Wer hätte gedacht, dass man im Internet tatsächlich die große Liebe finden kann? Inzwischen sind wir eine fünfköpfige Patchwork-Familie und überglücklich!“



SINGLES

Rund eine Million Singles suchen bei FriendScout24 jeden Monat aktiv ihr Glück. Gerne vermitteln wir Ihnen Frauen und Männer, die über ihre Erfahrungen sprechen.

EXPERTENTIPPS

Gerne stehen wir Ihnen als Experten rund um die Themen Dating, Singlezeit und Verlieben zur Verfügung. Wir geben Tipps für mehr Spaß und Erfolg beim Flirten, Sicherheit beim On-line-Dating und Glück in einer Partnerschaft.

STUDIEN

LoveGeist ist die bedeutendste europaweite Studie zum Thema Singles und Dating, die jährlich vom Marktforschungsinstitut TNS im Auftrag von FriendScout24 unter rund 10.000 Singles im Alter von 18 bis 65 Jahren erhoben wird.

Darüber hinaus arbeiten wir regelmäßig mit Marktforschungsinstituten wie der GfK zusammen, um neue Trends aufzuspüren und die Meinung der Frauen und Männer zu aktuellen Themen einzuholen. Gerne prüfen wir, ob wir Zahlen haben, die zu Ihrem Thema passen.

SINGLE-ANALYSEN

Was sucht sie, was sucht er? Über anonymisierte Auswertungen der Nutzerprofile können wir spannende Zahlen und Fakten zusammenstellen. Gerne gehen wir für Sie in die Recherche.

JOURNALISTEN-ZUGANG

Sie möchten FriendScout24 testen? Melden Sie sich kostenlos an und schicken Sie uns Ihre E-Mail-Adresse, mit der Sie sich registriert haben, sowie eine Kopie Ihres Presseausweises. Dann schalten wir Sie für eine kostenlose einmonatige Premium-Mitgliedschaft frei.

PRESSEVERTEILER

Gerne nehmen wir Sie in unseren Presseverteiler auf. So sind Sie über aktuelle Entwicklungen und Studien immer auf dem Laufenden.

PRESSEKONTAKT

Marit-Andrea Meineke

Senior PR Manager

(tel) +49 89 89 65 - 4120

(fax) +49 89 12 501 - 2940

pressestelle@friendscout24.de





TESTSIEGER

Stiftung
Warentest

GUT (1,8)

test



Im Test:
6 Online-Singlebörsen
und 5 Online-Partner-
vermittlungen
Ausgabe 2/2016
www.test.de

16EC87

**FriendScout24 ist Testsieger
bei Stiftung Warentest**

www.friendscout24.de