

27.02.2020 – 09:58 Uhr

Persönlichkeit und Suchmotive bei Dating-Apps und Partnervermittlungen



Hannover (ots) -

Unterscheiden sich die Suchmotive und die Persönlichkeiten von Personen, die Dating-Apps oder Partnervermittlungen präferieren?

Die Dating-Plattform www.Gleichklang.de hat hierzu eine Umfrage unter 750 männlichen und weiblichen Singles durchgeführt und eine Reihe von interessanten Unterschieden gefunden:

- besonders die Umfrage-Teilnehmer, die nach schnellen Kontakten und Ablenkung suchten, äußerten sich positiv über die Dating-Apps. Ein positives Urteil über die Dating-Apps fällten aber auch diejenigen Befragten, die angaben, Online-Plattformen für Täuschung und Belästigung zu nutzen
- Umfrage-Teilnehmer, die nach langfristigen Beziehungen suchten, äußerten sich besonders positiv zu den Partnervermittlungen

Es zeigten sich deutliche Persönlichkeits-Unterschiede zwischen den Befragten in Abhängigkeit von ihrer Präferenz für Dating-Apps oder Partnervermittlungen:

- eine Präferenz für Dating-Apps ging einher mit erhöhter Extraversion, aber verminderter Gewissenhaftigkeit und sozialer

Verträglichkeit

- eine Präferenz für Partnervermittlungen ging einher mit erhöhter Offenheit für Erfahrungen, erhöhter Gewissenhaftigkeit und erhöhter emotionaler Stabilität.

Hintergrund

Dating-Apps sind Chat-Plattformen im Internet, über die Menschen in direkter Wohnortnähe sofort miteinander in Kontakt treten können. Im Vordergrund steht das Äußere, wobei die Profile abgesehen vom Äußeren nur minimale weitere Informationen erhalten.

Partnervermittlungen im Internet sind Kennenlern-Plattformen, bei denen partnersuchende Singles einander auf der Grundlage einer Übereinstimmung ihrer Persönlichkeiten und Werthaltungen vorgeschlagen werden. Die Profile enthalten vielfältige Informationen, die über eine reine Präsentation des Äußeren hinausgehen.

Dating-Apps sind einen weltweiten Siegeszug angetreten und machen Milliarden-Umsätze, aber auch Online-Partnervermittlungen werden oft genutzt.

Wie aber unterscheiden sich die Suchmotive von Nutzern von Dating-Apps und von Nutzern von Partnervermittlungen?

Neigen Menschen mit bestimmten Persönlichkeiten eher zu Dating-Apps und Menschen mit anderen Persönlichkeiten eher zur Nutzung von Partnervermittlungen?

Zur Beantwortung dieser Fragen stellte die psychologische Online-Partnervermittlung Gleichklang.de 750 männlichen und weiblichen Singles im Alter von 21 bis 77 (Durchschnittsalter: 51,4 Jahre) folgende Fragen im Rahmen einer Online-Umfrage:

Wie positiv, neutral oder negativ bewerten Sie Dating-Apps und Partnervermittlungen?

Wie stark treffen folgende Motive für die Nutzung von Angeboten des Online-Dating auf Sie zu?:

- langfristige Beziehung
- unverbindliche erotische Kontakten
- Ablenkung
- Thrill und Abenteuer
- reiner Online-Chat ohne Begegnung
- Kommunikationsfertigkeiten trainieren
- den eigenen Marktwert testen
- attraktive Fotos anschauen
- vorgaukeln und täuschen
- belästigen und stalken

Zusätzlich wurde ein validierter Fragebogen mit 240 Fragen zur Erfassung der fünf Persönlichkeits-Faktoren Neurotizismus (emotionale Labilität), Extraversion, Offenheit für Erfahrungen, Gewissenhaftigkeit und soziale Verträglichkeit eingesetzt.

Alle Antworten der Teilnehmenden erfolgten auf einer fünfstufigen Antwort-Skala (starke Ablehnung, Ablehnung, weder noch, Zustimmung, starke Zustimmung). Zusätzlich wurden Alter, Geschlecht und Bildungsstand erfragt.

Ergebnisse

Es zeigten sich nur geringfügige Einflüsse von Geschlecht, Alter und Bildungsstand. Männer suchten stärker als Frauen nach schnellen Kontakten. Personen mit höherem Bildungsstand suchten eher nach langfristigen Beziehungen als Personen mit geringerem Bildungsstand.

Unabhängig von Geschlecht, Alter und Bildungsstand ergaben sich folgende Haupt-Ergebnisse:

3 Grundmotive bestimmen das Online-Dating

Die verschiedenen Such-Motive für die Nutzung von Dating-Plattformen ließen sich statistisch zu drei Grundmotiven zusammenfassen:

- (1) Schnelle Kontakte und Ablenkung
- (2) Täuschung und Belästigung

(3) Langfristiger Beziehungswunsch

Verschiedene Motive für Nutzung von Dating-Apps und Partnervermittlungen

- je positiver Dating-Apps bewertet wurden, desto stärker dominierte das Motiv "schnelle Kontakte und Ablenkung". In geringerem Ausmaß war auch das Motiv "Täuschung und Belästigung" mit einer positiven Bewertung von Dating-Apps korreliert
- je positiver Online-Partnervermittlungen bewertet wurden, desto stärker ausgeprägt war das Motiv "langfristiger Beziehungswunsch". Die anderen beiden Grundmotive wiesen keinen signifikanten Zusammenhang zur Bewertung von Online-Partnervermittlungen auf.

Einflüsse der Persönlichkeit

- je positiver die Teilnehmenden Online-Partnervermittlungen bewerteten, desto gewissenhafter, offener für Erfahrungen und emotional stabiler (geringer Neurotizismus) schilderten sie sich
- je positiver die Teilnehmenden Dating-Apps bewerteten, desto extravertierter, weniger gewissenhaft und weniger sozial verträglich schilderten sie sich

Psychologische Bewertung

Die Studie wurde durch den Psychologen Dr. Guido F. Gebauer für die Online-Plattform durchgeführt. Er schließt aus den Befunden, dass Online-Dating ein weites Feld sei, das verschiedene Motive anspreche.

Die weltweit boomenden Dating-Apps sprächen besonders das Motiv des schnellen Kontaktes und der Ablenkung an. Es gehe hier um sofortige Belohnung durch Online-Chatten und schnelle Verabredungen. Aber auch Täuschung, Belästigung und Stalking spielten bei Dating-Apps eine gewisse Rolle, wobei das schnelle Kontakt- und Ablenkungsmotiv allerdings eindeutig vorrangig sei.

Diese Befunde passe gut zu der erhöhten Extraversion im Sinne von höheren Geselligkeits- und Abwechslungsbedürfnissen, die mit einer positiven Bewertung von Dating-Apps in dieser Studie korrelierten. Aber auch die geringere Gewissenhaftigkeit und die geringere soziale Verträglichkeit sei plausibel, weil in den mit Dating-Apps verbundenen Suchmotiven stärker impulsive und selbstbezogene Motive deutlich würden.

Umgekehrt sprächen die Online-Partnervermittlung vorwiegend das Motiv der Suche nach einer langfristigen Beziehung an. Anders als bei schnellen Kontakte sei hierfür auch eine Veränderungsbereitschaft im Sinne von Offenheit für Erfahrungen und ein prosozialer Bezug im Sinne von sozialer Verträglichkeit hilfreich. Es sei daher nicht erstaunlich, dass die positive Bewertung von Online-Partnervermittlungen mit erhöhter Offenheit für Erfahrung und sozialer Verträglichkeit der Persönlichkeiten einhergehe. Die erhöhte emotionale Stabilität von Personen, die Online-Partnervermittlungen positiv bewerten, hält Gebauer ebenfalls für plausibel, da die Suche nach einer dauerhaften Beziehung durch eine gute Emotionsregulation unterstützt werden könne.

Natürlich seien diese Befunde nur Durchschnittstendenzen und in Wirklichkeit würden sich bei Dating-Apps und Partnervermittlungen die verschiedensten Suchmotive und Persönlichkeiten einfinden. Dennoch lasse sich aber im Durchschnitt eine klare Aufgabenteilung zwischen Dating-Apps und Partnervermittlungen erkennen:

Die Ergebnisse der Umfrage legen nach Gebauer nahe, dass für die Suche nach einer langfristigen Partnerschaft die Partnervermittlungen besser geeignet seien. Das Terrain der Dating-Apps sei demgegenüber die Suche nach Unterhaltung und eher unverbindlichen Kontakten.

Beide Angebote des Online-Dating stehen insofern nach Ansicht von Gebauer in nur mittelbarer Konkurrenz zueinander und könnten sich nicht wechselseitig ersetzen. Trotz explosionsartigem Aufstieg der Dating-Apps werde es daher auch künftig die Online-Partnervermittlungen geben.

Kontakt:

Dr. Guido F. Gebauer
Gleichklang limited
Marienstr. 38
30171 Hannover

Tel.: 0152 28973672
E-Mail: gebauer@gleichklang.de

Medieninhalte



Persönlichkeit und Suchmotive bei Dating-Apps und Partnervermittlungen / @ in public domain / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/71147 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/Gleichklang Limited"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100015842/100842761> abgerufen werden.