

So viel kostet die Liebe

Repräsentative Online-Studie belegt: 2006 gaben die Deutschen 54 Milliarden für die Liebe aus

Hamburg, 13. Februar 2007 – Die Liebe kann man nicht kaufen. Dennoch kostet sie die Bundesbürger 54 Milliarden Euro jährlich – so viel wie rund 240 Airbus-Passagierflugzeuge. Auf der Suche nach dem passenden Partner geben deutsche Singles vier Milliarden Euro aus, während Paare rund 50 Milliarden Euro in die Beziehung stecken. Zu diesem Ergebnis kommt die PARSHIP Single- und Partnerstudie 2007. Befragt wurden mehr als 1.000 Personen in einer repräsentativen Interneterhebung von Europas führender Online-Partneragentur PARSHIP in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsinstitut Innofact.

Wenn deutsche Singles aktiv auf Partnersuche gehen, geben sie pro Nase rund 448 Euro im Jahr aus, um die große Liebe zu finden. Davon investieren sie 63 Prozent in Ausgehende, 33 Prozent in erste Dates und 3,5 Prozent in professionelle Dating-Services. Deutsche Paare investieren hingegen mit rund 2.300 Euro jährlich mehr als fünfmal so viel in ihre Partnerschaft.

Singles und Paare anderer Länder sind da spendabler. Den Spaniern zum Beispiel ist die Suche nach der Liebe rund 987 Euro wert. Ihre Beziehung lassen sie sich ganze 3.618 Euro kosten. „Unsere Umfrage zeigt, dass die Deutschen erst dann bereitwillig Geld für einen potenziellen Partner ausgeben, wenn sie wissen, dass die Beziehung Zukunft hat“, bemerkt Sabine Wery v. Limont, Paar- und Single-Coach bei PARSHIP. „Dieses Verhalten ist sehr sicherheitsorientiert. Aber Liebe gibt es nicht ohne Risiko“, gibt die Diplompsychologin zu bedenken.

Wer zahlt beim ersten Date?

Ganz die alte Schule: Männer investieren grundsätzlich mehr Geld in die Liebe. So ist lediglich für ein Prozent der Befragten denkbar, dass die Frau beim ersten Date zahlt. 61 Prozent der Männer und 46 Prozent der Frauen sehen diese Aufgabe klar beim Mann. 44 Prozent befürworten die Gleichberechtigung und würden die Rechnung teilen.

Wenn Liebe zerbricht

Auch das Ende einer Liebe gibt es nicht umsonst. Sieben Prozent der Ex-Partner behalten Gegenstände ein, fünf Prozent zerstören diese. CDs und Kleidungsstücke führen dabei die Liste der gefährdeten Habseligkeiten an. Die Wahrscheinlichkeit, dass das eigene Auto bei der Trennung auf der Strecke bleibt, ist mit 7: 1.000 relativ niedrig. Worin sich beide Geschlechter einig sind: 60 Prozent von ihnen würden den Verlobungsring nicht zurückgeben.

Über die PARSHIP Single- und Partnerstudie 2007

Für die PARSHIP Single- und Partnerstudie 2007 arbeitet PARSHIP.de mit dem Düsseldorfer Marktforschungsinstitut Innofact AG zusammen. Die unabhängige internet-repräsentative Online-Erhebung fand zwischen Dezember 2006 und Januar 2007 statt. Befragt wurden rund 1.000 Personen mit und ohne Partner im Alter von 16 bis 60 Jahren. Die Studie umfasst unterschiedliche Fragenkomplexe zu den Geldausgaben vor, während und nach einer Beziehung.

In Deutschland hat PARSHIP im Januar 2005 die erste bevölkerungs-repräsentative Untersuchung zu Soziodemographie und Einstellungen der deutschen Singles vorgelegt. Unter anderem wurde erstmals die Zahl der Singles in Deutschland ermittelt: 11,2 Millionen (Singles zwischen 18 und 69 Jahren). Journalisten können unter <http://www.parship.de/main/docs/public/press/singlestudie.xhtml> eine kostenfreie Kurzfassung der Studie sowie weitere Studien bestellen.

Über PARSHIP

PARSHIP ist die größte Online-Partneragentur für langfristige Beziehungen in Deutschland (PARSHIP.de) und Europa (PARSHIP.com). Europaweit gibt es über 2,2 Millionen PARSHIP-Mitglieder, die an einer dauerhaften Partnerschaft interessiert sind. Sie sind aktive, dynamische Frauen (52%) und Männer (48%) vorwiegend im Alter zwischen 28 und 55 Jahren. Allen Mitgliedern bietet PARSHIP maßgeschneiderte Services und Informationen sowie das anonyme und sichere Umfeld für die seriöse und erfolgreiche Partnersuche. Das PARSHIP-Prinzip des schrittweisen Zusammenfindens basiert auf dem rund 80 Fragen umfassenden wissenschaftlichen PARSHIP-Test. Mit seiner Hilfe werden jedem Mitglied die detaillierten Profile besonders gut zu ihm passender Mitglieder angeboten. Bei Interesse können dann mit komfortablen Online-Tools gezielt E-Mails und Fotos ausgetauscht werden. Zu den rund 90 Kooperationspartnern in Deutschland zählen unter anderem Die Zeit, Der Spiegel und die Frankfurter Allgemeine Zeitung. Das in Hamburg ansässige und zur Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck gehörende Unternehmen bietet seinen Service unter PARSHIP.com in derzeit elf europäischen Ländern an.

Weitere Informationen finden Sie unter www.parship.de

Ihre Ansprechpartner

PR Managerin PARSHIP.de
Tanja Knott
Brandstwierte 1
20457 Hamburg
Telefon: 040-460026-221
E-Mail: tanja.knott@parship.de

PARSHIP-Pressestelle
c/o Klenk & Hoursch
Gregor Schreiber
Hedderichstraße 108 / 60596 Frankfurt
Telefon: 069-719168-21
E-Mail: gregor.schreiber@klenkhoursch.de