

Partnersuche im Internet

Ohne Fotos besser im Bilde

Umfrage: Am Anfang steht das Wort / Partnersuchende Singles lassen sich Zeit mit dem ersten Blick

Hamburg, 13. November 2003 – Worte sagen mehr als 1000 Bilder. Singles, die im Internet wirklich nach einem Partner und nicht nach dem flüchtigen Date oder dem schnellen Flirt suchen, haben kein Interesse an bunt bebilderten Kontaktangeboten. So das Ergebnis einer Mitgliederbefragung von PARSHIP.de, dem Marktführer unter den seriösen Online-Partneragenturen, an der sich im Oktober über 400 Singles beteiligten. Die Umfrage bestätigt, dass Singles, die sich eine dauerhafte Partnerschaft wünschen, im ersten Schritt viel weniger auf Äußerlichkeiten achten, als vielfach angenommen. 60 Prozent der Singles verzichten in der ersten Phase des kennen lernens vollständig auf den Austausch von Fotos. Erst nachdem ein paar Mails hin und her geschickt worden sind, werden Bilder ausgetauscht. Weitere 10 Prozent der Singles geben an, ein Foto erst nach intensivem E-Mail-Kontakt zu zeigen – und dann auch nur, um auszuschließen, dass man sich beim ersten Treffen in der realen Welt nicht verfehlt – oder, um gerade noch rechtzeitig die Notbremse zu ziehen. Tatsächlich möchten nur 10 Prozent der Singles ein Foto sehen, bevor sie ersten E-Mail-Kontakt mit anderen aufnehmen.

Auch eine Umfrage des Düsseldorfer Marktforschungsinstituts INNOFACT vom September 2003 bestätigt diese Ergebnisse. Bei der Befragung von 1.008 Internetnutzern zeigte sich, dass das Vorhandensein von Fotos für nur 14 Prozent aller Singles ein

relevantes Kriterium für die Wahl eines Web-Angebots aus dem Bereich Online-Dating bzw. -Partnersuche ist.

Anders die Situation in den Chatrooms der Flirt- und Datingbörsen, wo der Schwerpunkt klar auf Spaßorientierung liegt. Internetnutzern auf der Suche nach der unverbindlichen Bekanntschaft oder der lockeren Affäre ist das Vorhandensein vieler Fotos wichtig. So werden nach Aussagen von Experten bebilderte Profile in solchen Kontaktbörsen etwa zehnmal häufiger angeklickt als Unbebilderte.

„In den Flirt- und Datingbörsen entsteht schnell der Druck, ein möglichst vorteilhaftes Foto für alle Nutzer sichtbar einzustellen – um überhaupt wahrgenommen zu werden. Worte sind aber ein viel stärkerer Ausdruck der Persönlichkeit, als ein unscharfes Urlaubsfoto in einer peinlichen Pose“, so die Psychologin Dr. Sandra Spreemann von PARSHIP.de. „Unsere Funktion zum individuellen Fotoaustausch entspricht auch dem Bedürfnis der meisten Singles, die ihre Privatsphäre in dem sehr persönlichen Vorgang der Partnersuche gern wahren möchten.“

Über PARSHIP.de:

PARSHIP.de ist die größte Online-Partneragentur im deutschsprachigen Raum. Über 480.000 Menschen, die an einer dauerhaften Partnerschaft interessiert sind, sind Mitglieder bei PARSHIP.de. Sie sind aktive, dynamische Frauen (52%) und Männer (48%), vorwiegend im Alter zwischen 28 und 55 Jahren. Ihnen bietet PARSHIP.de maßgeschneiderte Services und Informationen sowie das anonyme und sichere Umfeld zur seriösen und erfolgreichen Partnersuche. Das PARSHIP-Prinzip des schrittweisen Zusammenfindens basiert auf dem 80 Fragen umfassenden 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 Mails und Fotos ausgetauscht werden. Laut einer Umfrage unter abgemeldeten Mitgliedern liegt die Erfolgsquote bei 47 Prozent.

Zu den rund 60 Kooperationspartnern von PARSHIP.de zählen unter anderen DIE ZEIT, Der Spiegel und die Wirtschaftswoche. Die in Hamburg ansässige PARSHIP GmbH ist eine 87-prozentige Tochtergesellschaft der holtzbrinck networXs AG, eines zur renommierten Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck gehörenden Unternehmens. Weitere Informationen unter www.parship.de.

Ansprechpartner für weitere Informationen:

**Klenk & Hoursch
Partner für Public Relations**

Stephan Hoursch
Niederuau 43
D60325 Frankfurt am Main
Telefon: 069-719168-10
Telefax: 069-719168-28

presse@parship.de