

Romantik nach Kalenderblatt? Neue Umfrage zum Valentinstag

PARSHIP.de und INNOFACT fragten 1.000 Internetnutzer nach ihren Einstellungen zum Brauchtum des 14. Februar

Hamburg, 12. Februar 2004 – Die Meinungen der Deutschen zum nahenden Valentinstag sind geteilt: Während sich knapp 30 Prozent der Bevölkerung klar zum Tag der Liebe bekennen, stehen 70 Prozent dem Datum skeptisch gegenüber. Um herauszufinden, wie es genau um die Einstellungen zum 14. Februar steht, hat die führende Online-Partneragentur PARSHIP.de, Expertin in Sachen langfristige Partnerschaft, ihr drittes Online-Jubiläum zum Anlass genommen und gemeinsam mit dem Düsseldorfer Marktforschungsinstitut INNOFACT 1.000 Internetnutzer befragt. Parallel gaben 465 Singles auf PARSHIP.de ihre Meinung zum Thema ab.

Rund 28 Prozent der repräsentativ Befragten sagen: „Schön, dass es den Valentinstag gibt - man nimmt sich sonst viel zu wenig Zeit für die Liebe“. Von den Singles stehen 42 Prozent dem Tag der Liebe ausgesprochen positiv gegenüber. Seine Kommerzialisierung allerdings geht fast zwei Dritteln der Deutschen gegen den Strich: Rund 66 Prozent sprechen sich klar gegen die Geschäftemacherei rund um den Valentinstag aus.

Kaum einer will Romantik auf Kommando: Mehr Zeit für Liebe und Gefühle ist gefragt

Deutlich das Statement von fast 90 Prozent der von PARSHIP.de und INNOFACT Befragten, die angaben, sich den richtigen Zeitpunkt, um ihre bessere Hälfte zu verwöhnen, lieber selbst auszusuchen. Echte Liebe heißt in den Augen von 94 Prozent der Deutschen, immer zu versuchen, dem Partner oder der Partnerin eine Freude zu bereiten. Weitere 69 Prozent meinen sogar, dass Liebe und Romantik in ihrem Leben eine so große Rolle spielen, dass der valentinstägliche Ausschlag des Beziehungsbarometers aufs Jahr gesehen nicht

besonders stark ins Gewicht fällt. „Ein rosaroter Tag im Jahr reicht nicht“, findet auch Sabine Wery von Limont, Psychologin und Single-Coach bei PARSHIP.de. Sie empfiehlt allen Paaren und Singles, dem 14. Februar entspannt entgegenzusehen. „Letztlich“, so Wery von Limont, „sind in einer werdenden oder bestehenden Beziehung viele andere Faktoren von Bedeutung – Pflichtblumensträuße, die spürbar nicht von Herzen kommen, kann man sich getrost schenken.“

Gelegenheit zum Beziehungsdoping

Auch richtet sich die Liebe in den seltensten Fällen nach dem Kalender. So ist der 14.2. vielleicht nicht immer der beste Zeitpunkt, um Partner oder Partnerin zu verwöhnen, eingeschlafene Beziehungskisten mit romantischen Ideen zu neuem Leben zu erwecken und den einen oder anderen Fehler „wieder gutzumachen“. Dennoch ist der Valentinstag für die meisten ein willkommener Anlass, die Beziehung mit Blumen zu bestäuben oder mit Parfum zu beduften – auch für 31 Prozent der PARSHIP-Singles.

Legende um Leidenschaft: Die ungewisse Herkunft des Valentinstages

Fast 70 Prozent der Befragten gaben an, nichts Genaues über den Ursprung des Valentinstages zu wissen. Wer nun aber denkt, das sei eine Bildungslücke, der irrt. Denn auch die Wissenschaft tappt über die Ursprünge des Tages im Dunkeln. Ob die Tradition auf einen römischen Priester, einen Märtyrer oder Jahrtausende alte heidnische Bräuche zurückgeht, konnte auch die professorale Eminenz bislang nicht abschließend klären. Eines ist jedoch sicher: Nach Deutschland kam der Valentinstag, wie wir ihn heute kennen, gegen Ende der 1940er Jahre im Gepäck amerikanischer GIs.

Für die bevölkerungsrepräsentative Umfrage von PARSHIP.de und der INNOFACT AG wurden zwischen dem 28. und 30. Januar eintausend Verbraucher im Alter von 14 bis 59 Jahren online befragt. Eine Übersicht der Ergebnisse finden Sie unter www.innofact.de.

Über PARSHIP.de

PARSHIP.de ist die größte Online-Partneragentur im deutschsprachigen Raum. Über 565.000 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 Frankfurter Allgemeine Zeitung.

Über die INNOFACT AG

Die INNOFACT AG ist ein Full-Service Marktforschungsinstitut aus Düsseldorf und verbindet die bewährten Methoden der klassischen Marktforschung mit hoher methodischer Expertise und den innovativen Möglichkeiten des Online-Research. Das Unternehmen realisiert Marktforschungsstudien für Kunden aus unterschiedlichsten Branchen. Kompetenzschwerpunkte liegen u.a. in den Bereichen Markenartikel, Handel, Telekommunikation, Pharma/Health und Medien/Verlage. Mit dem 24h-Konzepttest können Auftraggeber innerhalb von 24 Stunden eine professionelle Marktforschung realisieren – vom Erstkontakt bis zur Ergebnislieferung. Mit diesem Service beschleunigt INNOFACT die Entscheidungsprozesse bei seinen Auftraggebern und liefert tagesaktuelle Informationen für Medienpartner.

Ihr Ansprechpartner für weitere Informationen

PARSHIP-Pressestelle
Stephan Hoursch
c/o Klenk & Hoursch Partner für Public Relations
Niederuau 43
D-60325 Frankfurt am Main
Telefon: 069-719168-10
Telefax: 069-719168-28