

PARSHIP.de

**Single- und
Partnerstudie**

2007



Die Kosten der Liebe

Grußwort

Im Jahr 2007 ist Geld ein großes Thema: Man redet über die Mehrwertsteuererhöhung, den Aufschwung und die Altersvorsorge. Wir bei PARSHIP arbeiten für die Liebe – da liegt es nahe, dass wir bei den vielen Diskussionen auch einmal die finanzielle Seite der Liebe ins Bild rücken. In der vorliegenden PARSHIP.de Single- und Partnerstudie 2007 steht deshalb die Frage im Mittelpunkt, wie viel Geld wir Deutschen für die Liebe ausgeben.

Es gibt Menschen, die behaupten, dass sich die Themen Geld und Liebe nicht vertragen, da sie in Kombination miteinander unromantisch seien. Eine bekannte TV-Sendung brachte es einmal auf den Punkt: „Geld oder Liebe“ hieß es da. Wir aber wissen: Geld ist ein Thema – vor, während und nach einer Beziehung. Es gibt Beziehungen, die in „dünnen Jahren“ zusammenwachsen. Andere entzweien sich an der Geldfrage. Außerdem gibt es zahlreiche Redewendungen, die sich um Liebe und Geld drehen: Da heißt es, Geld mache sexy oder die wirklich wertvollen Dinge des Lebens könne man nicht mit Geld erwerben.

Zwar sollte die Liebe – und nicht die Kosten der Liebe – im Mittelpunkt stehen, trotzdem waren wir neugierig, wie viel Geld in Deutschland für die Liebe ausgegeben wird. So fragen wir: Ist der Betrag, den wir in die Liebe investieren, hoch – oder eher gering? Zahlen Männer mehr als Frauen? Macht Liebe großzügig? Wie gehen wir mit Geld um, wenn die Liebe zerbricht?

Die Antworten auf die Fragen finden Sie auf den folgenden Seiten.

Wir wünschen Ihnen eine interessante Lektüre.



Ihr Arndt Roller

Dr. Arndt Roller
Geschäftsführer Parship GmbH



I. Eckdaten zur Untersuchung

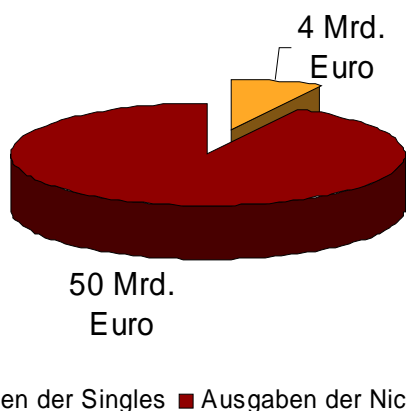
Methode

Der vorliegende Band der PARSHIP.de Single- und Partnerstudie 2007 ist Teil einer mehrbändigen Reihe. Für die Studie hat PARSHIP.de gemeinsam mit dem Düsseldorfer Marktforschungsinstitut Innofact AG insgesamt rund 1.000 Singles und Nicht-Singles im Alter zwischen 16 und 60 Jahren befragt. Die Stichproben sind hinsichtlich Alter und Geschlecht gleich strukturiert, das heißt 50 Prozent der Befragten sind männlich, 50 Prozent weiblich, jeweils 50 Prozent stammten aus der Altersgruppe 18-35 Jahre und 36-60 Jahre. Damit ist die Studie internet-repräsentativ und erlaubt Vergleiche mit früheren Studien. Die Studie umfasst unterschiedliche Fragenkomplexe zu den Geldausgaben vor, während und nach einer Beziehung. Die Probanden wurden in zwei Gruppen, Singles und Nicht-Singles, unterteilt und erhielten teilweise unterschiedliche Fragen. Die unabhängige internet-repräsentative Online-Erhebung fand im Dezember 2006 und Januar 2007 statt.

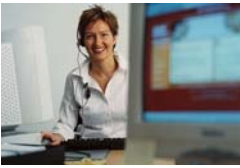
1. Investitionen zu Beginn und während der Liebe

Singles sparen bei der Partnersuche – Paare investieren in die Liebe

Die Kernzahl der Studie lautet 54 Milliarden. Dies ist der Gesamtbetrag, den die Deutschen pro Jahr für die Liebe ausgeben. Dabei zeigen sich Paare wesentlich spendabler als Singles: Wenn deutsche Singles aktiv auf Partnersuche gehen, zahlen sie pro Person rund 448 Euro im Jahr, in der Hoffnung, Mr. oder Mrs. Right zu finden. Von diesem Betrag investieren sie 63 Prozent in Ausgeh-Abende, 33 Prozent in erste Dates und 3,5 Prozent in professionelle Dienstleistungen rund um das Thema Partnersuche. Deutsche Paare hingegen investieren mehr als fünfmal so viel in ihre Partnerschaft als Singles in die Partnersuche. Im Schnitt wenden sie pro Nase rund 2.300 Euro jährlich auf. Damit legen liierte Personen einen Gesamtbetrag von rund 50 Milliarden Euro an, um die Liebe zu erhalten. Singles lassen sich ihre Partnersuche hingegen lediglich vier Milliarden Euro jährlich kosten.



Grafik 1: Ausgaben deutscher Singles und Nicht-Singles für die Liebe



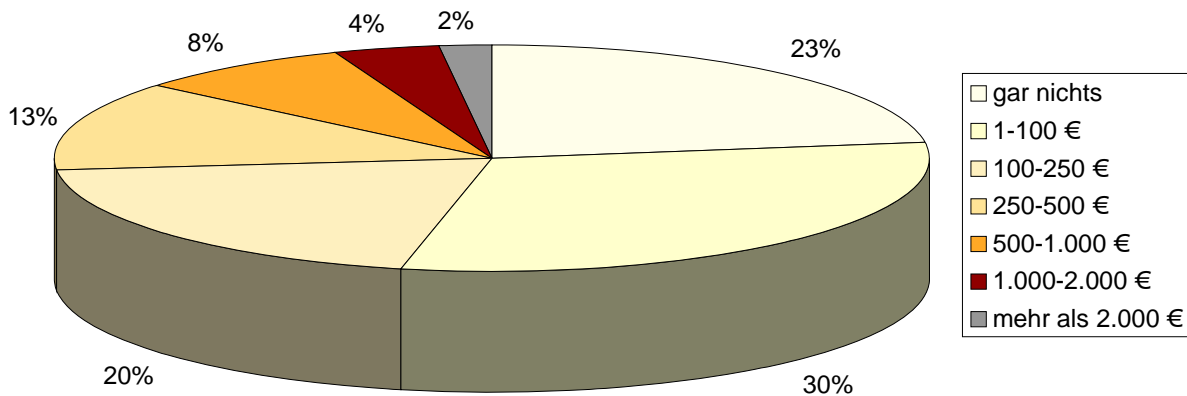
PARSHIP.de Mitglieder-Coach Sabine Wery von Limont kommentiert

Liebe als Anlageberatung: „Die Deutschen neigen zu traditionellen Investitionen – sicher ist sicher. Auf den ersten Blick mag das sinnvoll klingen, aber ‚no risk no fun‘ ist ein wichtiger Grundsatz, wenn sich etwas ändern soll im Leben. So investieren Paare in ihre Partnerschaft deutlich mehr Geld als Singles in die Partnersuche. Ist die Investition in eine potenzielle Partnerschaft Risikokapital? Wer als Single denkt ‚Wenn aus der Liebe schon nichts geworden ist, dann habe ich wenigstens keinen finanziellen Schaden‘, für den ist die Investition in die Liebe per se vergeudetes Geld.“

Single-Ausgaben für Diskos, Kneipen & Co.

23 Prozent der deutschen Singles gaben in den letzten zwölf Monaten gar nichts aus für „die Pirsch“, also für Abende, an denen sie alleine oder mit Freunden unterwegs sind, in der Hoffnung, jemanden kennen zu lernen. Sechs Prozent investieren hingegen 1.000 Euro und mehr. Im Schnitt lassen sich die deutschen Singles die Partnersuche in Kneipen, Diskos etc. etwa 283 Euro im Jahr kosten. Herunter gerechnet auf die Woche sind das gerade einmal 5,44 Euro – das entspricht ungefähr dem Preis für zwei Bier.

Wenn Sie alles berücksichtigen, wie viel Geld geben Sie im Durchschnitt bei einem ersten Date aus?

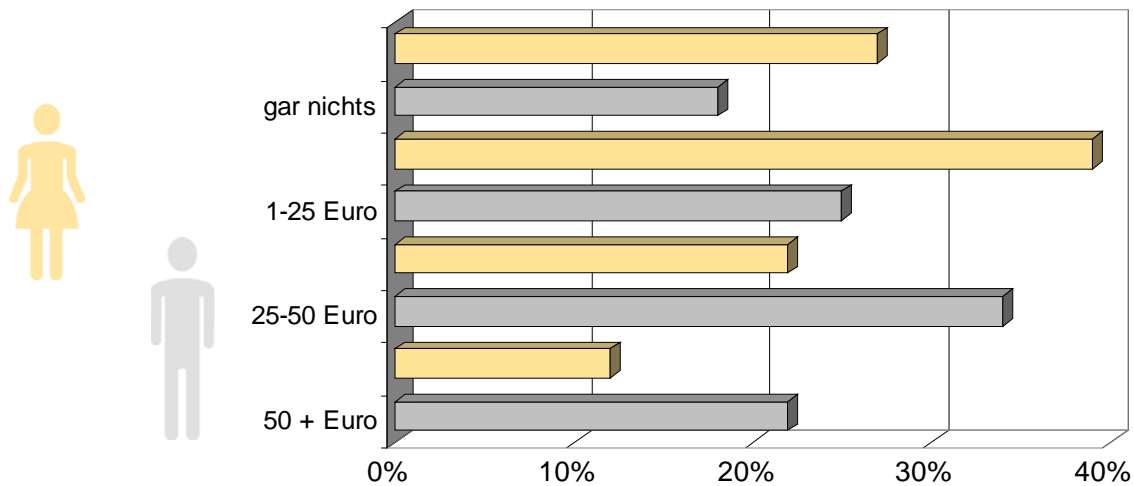


Grafik 2: Ausgaben deutscher Singles für die Partnersuche in Diskos, Kneipen & Co.

Wer zahlt beim ersten Date?

Im Schnitt haben deutsche Singles 4,32 Dates im Jahr. Wenn es zum Zahlen kommt, sind die Deutschen sehr traditionell eingestellt: 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 betrachten diese Aufgabe klar als Männersache. Damit ist auch die Frage beantwortet, ob Männer grundsätzlich mehr Geld in die Liebe investieren. Die Antwort lautet: ja. So zahlen Single-Männer im Durchschnitt 43 Euro pro Date, Frauen hingegen nur 23 Euro. Trotz aller Emanzipation sind die Deutschen, die die Gleichberechtigung befürworten und die Rechnung teilen würden, mit 44 Prozent in der Minderheit.

Wie viel Geld geben Sie im Durchschnitt bei einem ersten Date aus?



Grafik 3: Männer geben im Schnitt mehr fürs erste Date aus als Frauen



PARSHIP.de Mitglieder-Coach Sabine Wery von Limont kommentiert

Wenn die Rechnung kommt beim ersten Date: „Emanzipation ist keine Frage des Geldes, zumindest nicht beim Zahlen der ersten gemeinsamen Rechnung. Es geht hierbei nicht um das Bezahlen an sich, denn dazu sind finanziell gesehen meist beide in der Lage. Es geht um Höflichkeit, Großzügigkeit und Entlastung. Das Zahlen der Date-Rechnung durch den Mann zeigt an, dass er der Frau volle Entspannung und Entlastung angedeihen lassen möchte – keine Sorgen um Scheine, Kreditkarten oder EC. Wer von den Männern denkt, er habe neben dem Essen noch etwas anderes gekauft, irrt sich aber gewaltig. Was dann kommt, ist eine ganz andere Entscheidung!“

Hinweis zur Berechnung: Die Kosten der Liebe

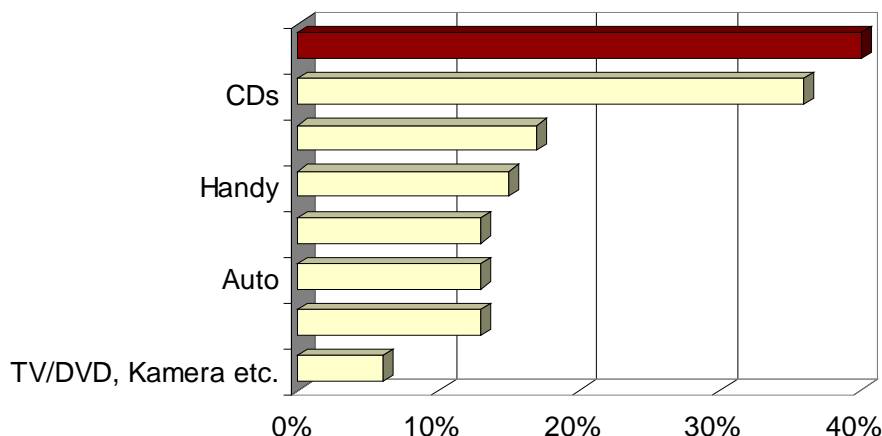
Die Kosten, die entstehen, um die Liebe zu finden, berechnen sich aus der Zahl der deutschen Singles, die aktiv auf Partnersuche sind (Es leben insgesamt 11,2 Millionen Singles in Deutschland, davon geben 76 Prozent an, aktiv nach einem Partner zu suchen, also etwa 8,5 Millionen Singles) und deren jährlichen Datingkosten, also Ausgaben für On- und Offline Services, erste Dates, Ausgehen etc. (447,73 Euro). Die Gesamtsumme beträgt 3.811.077.700 Euro, also rund vier Milliarden Euro.

Die Kosten, die entstehen, um die Liebe zu erhalten berechnen sich aus der Zahl der Menschen, die in einer festen Partnerschaft leben (43.128.000 laut Statistischem Bundesamt) und deren jährlichen Ausgaben rund um die Liebe (1.151,41 Euro). Die Gesamtsumme beträgt 49.658.010.000 Euro, rund 50 Milliarden Euro.

2. Die Kosten der Trennung

Der Deutsche: Rosenkrieger oder ehrliche Haut?

Die gute Nachricht vorweg: Die große Mehrheit der Deutschen gibt an, nach dem „Aus“ das Eigentum des Partners ehrenhaft zurückzugeben. Doch unsere Studie zeigt auch, dass das Ende einer Beziehung ins Geld gehen kann. So haben sich sieben Prozent aller befragten Deutschen schon einmal geweigert, nach dem Ende einer Beziehung ihrem Expartner persönliche Gegenstände zurückzugeben. Dabei wird vor allem auf CDs, Kleidung und Schmuck ein Besitzanspruch erhoben. Fünf Prozent der Deutschen haben sogar schon einmal Gegenstände der oder des Verflrossenen zerstört statt sie zurückzugeben. So mussten vor allem Kleidung und CDs „dran glauben“. Zum Schluss noch eine Beruhigung für alle Autoliebhaber: Die Wahrscheinlichkeit, dass das eigene Auto bei der Trennung auf der Strecke bleibt, ist mit 7:1.000 relativ niedrig.

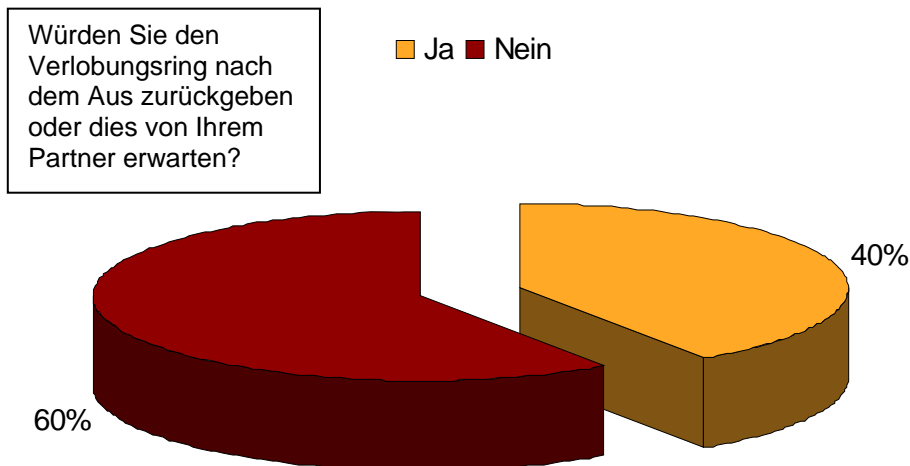


Falls Sie am Ende einer Beziehung schon einmal etwas zerstört haben, welche Gegenstände des Expartners waren dies?

Grafik 4: Gegenstände, die am Ende einer Beziehung bevorzugt zerstört werden

Verlobungsring – ein Ding für die Ewigkeit?

Und was passiert nach dem Ende einer Beziehung mit dem Symbol der gegenseitigen und endlosen Liebe, dem Ehe- oder Verlobungsring? Männer wie Frauen, Singles wie Nicht-Singles sind sich einig: 60 Prozent von ihnen würden den Ring nicht zurückgeben bzw. von ihrem Partner nicht erwarten, dass er ihn zurückgibt.



Grafik 5: Was tun mit dem Verlobungsring?



PARSHIP.de Mitglieder-Coach Sabine Wery von Limont kommentiert

Der Ring: „Der Ehe- oder Verlobungsring hat für ein Paar meistens einen sehr hohen Wert. Er ist Symbol für eine große Entscheidung, für gemeinsame Erfahrungen und für tiefe Verbundenheit. So ist es nicht überraschend, dass Ex-Partner nach dem Ende der Partnerschaft diese Erinnerungen nicht einfach zurückgeben möchten. Dieses Zeichen, auch einer ‚alten‘ Beziehung, gehört oft zu den erhaltenswerten Dingen. Es reicht vielen schon, von dem Partner getrennt zu sein, da behält jeder gern das Erinnerungsstück zurück.“

Kontakt für weitere Informationen

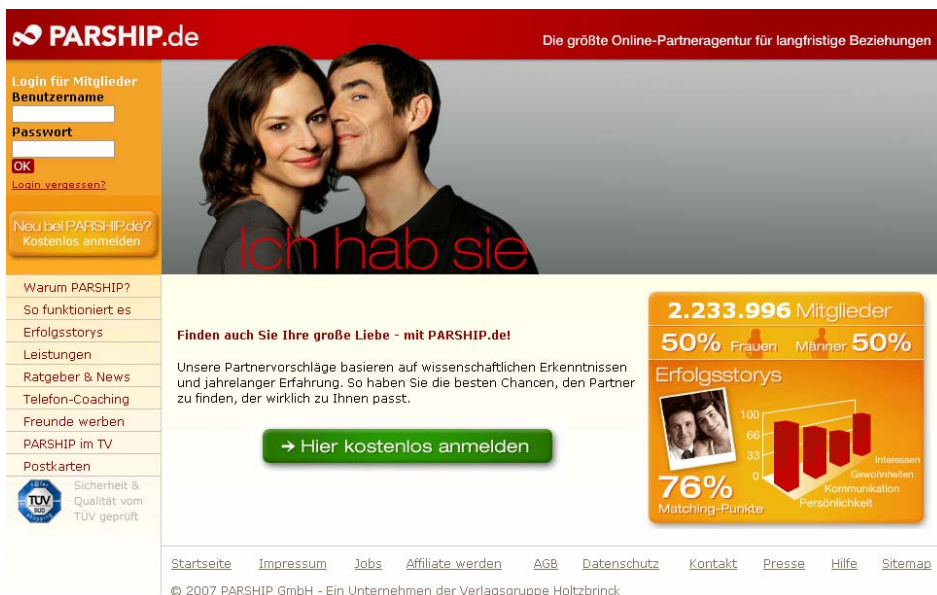
Für konkrete Fragen zu bestimmten Aspekten der PARSHIP.de Single- und Partnerstudie 2007 sowie zu Details, die über die hier publizierten Ergebnisse hinausgehen, stehen Ihnen die PARSHIP-Experten gerne zur Verfügung. Sprechen Sie uns an:

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

Über PARSHIP.de

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 83 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.



The screenshot shows the PARSHIP.de homepage. At the top, it features the logo and the tagline 'Die größte Online-Partneragentur für langfristige Beziehungen'. Below this is a login section for members with fields for 'Benutzername' and 'Passwort', and a 'Hier kostenlos anmelden' button. A central image shows a couple with the text 'Ich hab sie'. To the right, a statistics box displays '2.233.996 Mitglieder' and '50% Frauen 50% Männer'. Below this is a bar chart titled 'Erfolgsstorys' showing '76% Matching-Punkte' and categories for 'Interessen', 'Gewohnheiten', 'Kommunikation', and 'Persönlichkeit'. The footer contains navigation links like 'Startseite', 'Impressum', and 'Jobs', along with the copyright notice '© 2007 PARSHIP GmbH - Ein Unternehmen der Verlagsgruppe Holtzbrinck'.

Weitere PARSHIP-Studien unter www.parship.de