

Single-Klischees müssen revidiert werden

Studie: Viel weniger Singles als angenommen / Selbstbewusst und optimistisch, aber verunsichert / Zweisamkeit ist viel wichtiger als Sex

Hamburg, 27. Januar 2005 – Nicht 14 Millionen, sondern 11,2 Millionen Singles leben in Deutschland. Das zeigt jetzt die PARSHIP.de Single-Studie 2005. Die Studie, für die das Marktforschungsinstitut Innofact AG mehr als 2.500 Personen in der relevanten Altersgruppe von 18 bis 69 Jahren zu insgesamt rund 100 Aspekten befragt hat, widerlegt viele gängige Klischees: Singles sind nicht grundsätzlich frustriert. Sie sind sogar optimistischer als in Partnerschaft Lebende. Singles sind keine verantwortungslosen Egozentriker. Zwei Drittel sind sogar mit den finanziellen Lasten für Singles zugunsten von Familien einverstanden. Sie sind nicht oberflächlich, sondern sehnen sich nach Verbindlichkeit und langfristiger Partnerschaft.

Anders als die bisherige Statistik, die die Zahl der Singles von der Zahl der Ein-Personen-Haushalte ableitete, definiert die PARSHIP.de Single-Studie den „Single“ anhand der Frage „Besteht eine Partnerschaft oder nicht?“. Erstmals ist somit auch eine Einteilung von Singles in Altersgruppen und die genaue Betrachtung ihres Lebensgefühls möglich.

Die deutschen Singles: Alter, Geschlecht und Wohnort

Die größte Single-Gruppe stellen mit 3,6 Millionen die 18- bis 30-Jährigen. Nur 69 Prozent der Personen in dieser Altersgruppe leben in einer festen Partnerschaft. Mit zunehmendem Alter sinkt dann der Anteil der Singles: So gibt es gut 2,7 Millionen Singles zwischen 31 und 40 Jahren (Singleanteil in dieser Altersgruppe: 20 Prozent). Am geringsten ist der Anteil von Singles in den Altersgruppen der 41- bis 50- und 51- bis 60-Jährigen mit 14 bzw. 16 Prozent. Bei den Über-60-Jährigen steigt der Singleanteil dann wiederum auf knapp 20 Prozent.

Es gibt insgesamt etwa gleich viele Singlemänner wie Singlefrauen. Bei den jüngeren Singles ist ein leichter Männerüberschuss zu verzeichnen, bei den über 50-jährigen Singles ist der Frauenanteil überdurchschnittlich hoch.

Singles sind Stadtmenschen, darauf ließen schon die Schätzungen anhand der Ein-Personen-Haushalte schließen. Dennoch ist der Anteil der Singles in Großstädten mit über 500.000 Einwohnern überraschend hoch: Hier machen Singles mit 34 Prozent ein gutes Drittel der Bevölkerung aus. In ländlicheren Gebieten liegt der Singleanteil zum Teil unter 14 Prozent.

Wie sind sie – die Singles?

Die meisten Singles bleiben länger als ein Jahr allein. Nur etwa 11 Prozent finden innerhalb von drei Monaten nach dem Ende einer Beziehung einen neuen Partner.

Singles sind selbstbewusst. Eher als in Partnerschaft Lebende beschreiben sie sich als charmant, attraktiv und schlank. Mit ihrer momentanen Situation sind die Singles aber eher unzufrieden: 69 Prozent der in Partnerschaft Lebenden geben an, „sehr zufrieden oder zufrieden“ zu sein – im Vergleich dazu nur 54 Prozent der Singles. Interessant: Männer, die in einer Partnerschaft leben, sind wesentlich unzufriedener als (ihre) Frauen.

Als störend an ihrem Singledasein empfinden die meisten Singles vor allem die Einsamkeit und den fehlenden Austausch mit einem Partner. Nur ganz wenigen fehlt der Sex.

Freizeit: Singles verbringen viel Zeit allein und meiden Paare

In Bezug auf ihre Freizeitaktivitäten unterscheiden sich Singles kaum von in Partnerschaft Lebenden. Weder gehen sie mehr aus, „um unter Menschen zu kommen“, noch sind sie weniger aktiv, weil vielleicht die passende Begleitung fehlt. Generell verbringen Singles viel Zeit allein, schauen etwas weniger TV als Personen, die in Partnerschaft leben, lesen weniger Zeitung und hören weniger Radio. Sie lesen mehr Zeitschriften und Bücher, treiben etwas mehr Sport und sind tendenziell eher an kulturellen Dingen interessiert.

Viele Singles, vor allem die 41- bis 50-Jährigen, genießen die Freiheit, tun und lassen zu können, was sie wollen. Gefragt nach den positiven Aspekten des Singledaseins ist dies die einzige häufiger genannte Antwort.

Nur ungern verbringen Singles Zeit mit Paaren. Über 50 Prozent stört es, dass sie sich bei solchen Gelegenheiten wie „das 5. Rad am Wagen“ fühlen. Knapp 20 Prozent der Singles sind von guten Ratschlägen und Kuppelversuchen befreundeter Paare genervt. 13 Prozent gestehen, dass sie eifersüchtig auf das Glück von Paaren sind.

Kaum „Sex-and-the-City-Singles“: Nur acht Prozent möchten eine Affäre

Nur etwa 14 Prozent der befragten Singles bezeichnen sich als „überzeugte Singles“ – die große Mehrheit ist unfreiwillig Single. 46 Prozent wünschen sich ausdrücklich eine feste Partnerschaft. Nur acht Prozent aller Singles hoffen auf eine unverbindliche Affäre. Überraschend ist, dass gerade die jüngeren Singles eine langfristige Partnerschaft suchen: 40 Prozent der Altersgruppe der 18- bis 30-Jährigen äußern diesen Wunsch explizit. Allerdings haben erstaunlich viele junge Singles bereits Zweifel, ob sie jemals den richtigen Partner finden. Singles sind aber keineswegs gefrustete Pessimisten: 53 Prozent sehen die Zukunft insgesamt „sehr positiv“ oder „positiv“. Nur 45 Prozent der in Partnerschaft Lebenden sind ähnlich optimistisch.

Singlemännern ist vor allem politische Informiertheit wichtig. Bei den Singlefrauen fällt dieser Wert etwas geringer aus. Sie geben dafür etwas häufiger an, gerne shoppen zu gehen und Wert auf Mode, Styling und Accessoires zu legen. Dennoch entsprechen auch die Singlefrauen nicht wirklich dem Bild des „Sex-and-the-City-Singles“. So sind

Singles insgesamt tendenziell sparsam und in finanziellen Dingen weniger risikofreudig als vielfach angenommen.

Ziele der PARSHIP.de Single-Studie 2005

„Es war überfällig, dass die Singles als Bevölkerungsgruppe genauer untersucht werden“, meint Dr. Arndt Roller, Geschäftsführer der PARSHIP GmbH. „Wir verstehen Singles noch besser und können unser Angebot für sie optimieren. Die Studie hilft Singles, ihre eigene Situation besser zu beurteilen und leichter zu verändern. Der Politik liefert sie Anhaltspunkte dafür, wie Singles der Weg in die Partnerschaft und Familie erleichtert werden kann.“ Die PARSHIP.de Single-Studie soll künftig jährlich mit unterschiedlichen Schwerpunkten erhoben werden.

Journalisten können unter www.parship.de/singlestudie2005/ eine kostenlose Kurzfassung der Studie bestellen.

Der vollständige Studienband ist ab 1. Februar im Studienshop unter www.innofact.de erhältlich.

Über PARSHIP.de

PARSHIP.de ist die größte Online-Partneragentur im deutschsprachigen Raum. Über 900.000 Menschen, die an einer dauerhaften Partnerschaft interessiert sind, sind Mitglieder bei PARSHIP. Sie sind aktive, dynamische Frauen (51%) und Männer (49%), 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. Zu den über 90 Kooperationspartnern von PARSHIP zählen unter anderem DIE ZEIT, Der Spiegel und die Frankfurter Allgemeine Zeitung.

Über die INNOFACT AG:

Die INNOFACT AG ist ein Full-Service Marktforschungsinstitut und verbindet die bewährten Methoden der klassischen Marktforschung mit hoher methodischer Expertise und den innovativen Möglichkeiten des Online-Research. Neben der langjährigen Kompetenz zu Offline-Befragungen verfügt INNOFACT seit 1998 über verschiedene eigene Onlinepanel aus dem Consumer- und B2B-Bereich. Hier stehen bereits mehr als 70.000 Verbraucher für Umfragen zur Verfügung.

Ihre Ansprechpartner für weitere Informationen

PARSHIP-Pressestelle
Georg Lahme
c/o Klenk & Hoursch Partner für Public Relations
Niederuau 43
D-60325 Frankfurt am Main
Telefon: 069-719168-13
E-Mail: georg.lahme@klenkhoursch.de