

Tinder: The Future of Dating

Auf Tinder, wo mehr als die Hälfte der Mitglieder weltweit der Gen Z (18 - 25 Jahre) angehören, konnten wir bereits vor der Pandemie beobachten, wie die jungen Erwachsenen die Regeln des Datings immer wieder neu definierten. 2020 war dann plötzlich alles anders. Der Verlust, die Sehnsucht und die Einsamkeit, die die Pandemie im Leben dieser jungen Menschen geschaffen hat, hat auch in ihrer Art zu Daten eine neue Normalität beschleunigt. Die Gen Z hat Wege gefunden, noch besser in Verbindung zu bleiben, mehr Gründe zu haben sich (digital) zu treffen und anderen auf Tinder offener zu begegnen.

Es war das ereignisreichste Jahr in unserer Geschichte.

Und es wird ein völlig neues Jahrzehnt des Datings.

Die Gen Z löst sich beim Dating von traditionellen Zwängen und bricht Tabus. Die Generation der 18- bis 25-Jährigen überspringt die Phase des langsamen Umwerbens, stattdessen sind sie flexibler geworden in Bezug auf Erwartungen (mal sehen, wie sich die Dinge entwickeln), Emotionen (ehrlich und authentisch) und Erlebnisse (mehr Action statt Smalltalk). In echtem Gen Z-Stil jonglieren sie mühelos mit Widersprüchen - sie erweitern ihren Dating-Horizont während sie gleichzeitig den Suchradius eingrenzen, um sich mit Menschen in ihrer Nähe zu verabreden.

The Future of Dating: Top Daten zu Engagement und Aktivitäten

- Im Februar 2021 wurden pro Tag 19 % mehr Nachrichten gesendet als im Februar 2020.
- Die Länge der Unterhaltungen nahm während der Pandemie um 32 % zu.
- Wir konnten 11 % mehr Swipes und 42 % mehr Matches pro Mitglied beobachten.
- Gen Z wandte sich Videochats zu. Fast die Hälfte der Tinder-Mitglieder hatte während der Pandemie Video-Chats mit einem Match und 40 % planen, auch nach der Pandemie das Feature weiterhin zu nutzen.

The Future of Dating: Top Trends

#1 Authentizität und Ehrlichkeit sind Trumpf

Die Pandemie half vielen, die Dinge ins rechte Licht zu rücken. Tinder-Mitglieder tauschten sich ehrlicher und verletzlicher darüber aus, wer sie sind, wie sie aussehen und was sie gerade durchmachen. In den Bios der Tinder-Mitglieder nahmen beispielsweise die Erwähnungen der Worte „Angst“ und „normalisieren“ während der Pandemie stark zu - „Angst“ wuchs um 31 Prozent; „normalisieren“ stieg um mehr als das 15-fache.

#2 Grenzen werden transparenter

Die Pandemie brachte mehr Diskussionen über persönliche Grenzen hervor. Tinder-Mitglieder nutzten ihre Bios,

um ihre Erwartungen deutlich zu machen: Der Ausdruck „eine Maske tragen“ stieg im Laufe der Pandemie um das 100-fache. Sehr viel häufiger als noch vor der Pandemie findet man auch die Begriffe „Grenzen“ (plus 19 %) und „Zustimmung“ (11 %). Diese Praxis wird zukünftige Gespräche über das Einverständnis alltäglicher und einfacher machen.

#3 Erst einmal „sehen, wie sich die Dinge entwickeln“

In einer kürzlich durchgeführten Umfrage unter Tinder-Mitgliedern stieg die Zahl derjenigen, die nach „keine bestimmte Art von Beziehung“ suchen, um fast 50 Prozent. Die Pandemie führt also nicht automatisch zum Wunsch nach Hochzeit und fester Bindung, die junge Generation ist vielmehr offen für Beziehungen ohne bereits festgelegtes Muster.

#4 Digitale Dates = neue Normalität

Da persönlicher Kontakt riskant wurde, wandten sich die Gen Z virtuellen Möglichkeiten zu, um in Verbindung zu bleiben. Und obwohl es vielleicht aus der Not heraus begann, ist das digitale Date gekommen, um zu bleiben. Laut einer kürzlich durchgeführten Tinder-Umfrage sehen die Mitglieder darin eine gute Möglichkeit, ganz ohne Druck erst einmal ein Gefühl für jemanden zu bekommen. 40 Prozent der Tinder-Mitglieder im Alter von 18 bis 25 sagen, dass sie auch weiterhin digitale Verabredungen wahrnehmen wollen, selbst wenn sich die Date-Spots wieder öffnen.

#5 Event-Dates statt Smalltalk

Da Bars und Restaurants geschlossen sind, waren viele der üblichen Dating-Spots keine Option mehr. Wenn es also ans erste Treffen ging, wurden die Aktivitäten kreativer, individueller und zwangloser als in der Vergangenheit. Tinder verzeichnete beispielsweise einen dreifachen Anstieg des Begriffs „Rollerskating“ in Bios. Außerdem tauchten die verschiedensten Date-Aktivitäten auf, von Fort Building bis hin zu Schneeballschlacht.

#6 Kleine Dinge, große Wirkung

Die Auswirkungen des Kontaktverbots im Jahr 2020 zeigen sich deutlich auf Tinder - die unschuldigsten Arten von Körperkontakt stehen hoch im Kurs. Viele sehnen sich Händchenhalten, Kuschneln oder einfach jemandem, der ihre Haare berührt: Die Verwendung des Wortes „kuscheln“ stieg um 23 Prozent, und „Händchenhalten“ um 22 Prozent. Nach Monaten ohne körperlichen Kontakt wissen Singles die kleinsten Momente der körperlichen Zuneigung sehr zu schätzen.

#7 In der Nähe daten, statt in die Ferne schweifen

Für viele Tinder-Mitglieder kam das Jahr 2020 mit einem durch das Coronavirus ausgelösten Umzug. Die Möglichkeit auf Tinder mittels Geo-Lokalisation jemanden in der Nähe zu finden, war dabei von großer Bedeutung. Die Nennung des Wortes „umziehen“ in der Bio ist 2020 um 28 Prozent gestiegen. Während also die Technologie es den Menschen weiterhin ermöglicht, überall zu leben oder zu arbeiten, kommen sie immer noch

zu Tinder, um jemanden zu finden, der in ihrer Nähe lebt.

#8 Ein „Sommer der Liebe“ könnte kommen

Im Oktober 2020 hatten mehr als 40 Prozent der Tinder-Mitglieder unter 30 Jahren noch kein Match persönliches getroffen*. Aber das könnte sich bald ändern. „Geh auf ein Date“ erreichte im Februar 2021 ein Allzeithoch in US-Bios. Und während die Partnersuche im Jahr 2020 eher in Slow Motion stattfand (54 % der Singles teilten YPulse* mit, dass „COVID-19 mein Liebesleben erheblich verlangsamt hat“), sind sie bereit wieder mehr auszugehen, sobald Impfungen (oder Antikörper) vorhanden sind.

Klicken Sie hier, für den ganzen ‘The Future of Dating’ Report.

Bedingungen: Alle oben genannten Daten stammen aus Tinder-Profilen oder aggregierten Tinder-App-Aktivitäten. Die Daten wurden von Januar 2020 bis Februar 2021 erhoben.

Nachrichten: die durchschnittliche Anzahl der gesendeten Nachrichten pro Mitglied

Bio-Updates: die durchschnittliche Bearbeitung der eigenen Bio pro Nutzer, pro Monat

WAV / survey data comes from **Ergebnisse basieren auf einer Umfrage unter ~5.000 Tinder-Mitgliedern in den USA zwischen 6. und 12. Mai 2020 und 14. bis 24. August 2020

Swipe, Tinder und das Flammenlogo sind eingetragene Marken der Match Group, LLC .

YPulse [Finding Love Post-COVID Trend Report](#). Basierend auf einer Umfrage unter 1000 13-39-Jährigen in den USA, durchgeführt im Dezember 2020

Additional assets available online:  [Fotos \(1\)](#)

<https://de.tinderpressroom.com/2021-03-23-Tinder-The-Future-of-Dating>