

## Future of Dating Report 2023

Gen Z startet Dating-Renaissance – angeführt von Authentizität



**Berlin, 23. Mai 2023** – Tinder stellt heute seinen „Future of Dating“ 2023 vor, der zeigt, dass die 18- bis 25-Jährigen (Gen Z) das Dating in einer Weise verändern, wie es keine Generation vor ihnen getan hat. 69 %<sup>3</sup> der Gen Z glauben, dass sie die Dating-Standards für die Zukunft auffrischen werden, und mehr als die Hälfte der Millennials stimmt zu, dass Dating für 18- bis 25-Jährige heutzutage gesünder ist.<sup>2</sup>

„Eine Renaissance des Datings, angeführt von Authentizität“ ist der zweite Future of Dating Report von Tinder. Er folgt auf den ursprünglichen Bericht von 2021, der erstmals neue Dating-Trends unter dem Einfluss der Pandemie aufzeigte. Mit der Rückkehr zu einer neuen Normalität, hebt der diesjährige Bericht neun Trends hervor, die auf drei großen Themen aufbauen: Inklusivität, Technologie und das übergreifende Thema Authentizität.

„2023 wird Tinder hauptsächlich von der Gen Z genutzt – eine Gruppe, die die Gesellschaft fortlaufend beeinflusst und restriktive Normen auf tiefgreifende Art und Weise in Frage stellt. Keine andere Generation hat einen so großen Einfluss auf den Arbeitsplatz, den Konsum im Einzelhandel, die Technologie, die Politik und die Kultur ausgeübt“, sagt Faye Iosotaluno, COO bei Tinder. „Wir glauben, dass diese Generation den größten Wandel in der Bedeutung von Dating und der Art und Weise, wie und wen wir daten, vorantreibt, den wir je gesehen haben.“

### Authentizität mit einem großen A

Authentizität steht heute im Mittelpunkt beim Dating: Offenheit, seelisches Wohlbefinden, Ehrlichkeit und Respekt sind die wichtigsten Faktoren in diesem neuen Bereich. 80 % der 18- bis 25-Jährigen sind der Meinung, dass ihre eigene Selbstfürsorge beim Dating oberste Priorität hat, und 79 % wünschen sich, dass ihr:e potenzielle:r Partner:in dasselbe tut<sup>1</sup>. Noch interessanter ist, dass fast 75 % der jungen Singles sagen, dass sie ein Match attraktiver finden, wenn dieses bereit ist, an ihrem/seinem geistigen Wohlbefinden zu arbeiten<sup>3</sup>.

Die Generation Z bevorzugt wertebasierte Qualitäten wie Loyalität (79 %), Respekt (78 %) und Aufgeschlossenheit (61 %) gegenüber dem Aussehen (56 %). Mit einer „Take-it-or-leave-it“-Einstellung sind sie bereit, jede Situation zu verlassen, um sich selbst treu zu bleiben. Der Tinder-Experte für globale Beziehungsfragen, Paul Brunson, bezeichnet dies als „Alles-oder-Nichts-Dating“.

Der Wert einer echten Verbindung und die Präsentation ihres „wahren Ichs“ stehen bei der Gen Z ganz oben auf der Tagesordnung, wenn es um Dating geht. Lebenseinstellungen müssen klar kommuniziert werden, und deshalb spielt Alkohol, oder dessen Verzicht, heute eine entscheidende Rolle beim Dating. 72 % der Tinder-Mitglieder geben in ihrem Profil selbstbewusst an, dass sie nicht oder nur gelegentlich trinken<sup>5</sup>.

Unter dem Einfluss der Pandemie ist Zeit ein wichtiges Gut. Von „Errand Dating“ (gemeinsam Erledigungen machen) bis hin zu „Stack Dating“ (mehrere Dates am Tag): 51 % der Gen Z stimmen zu, dass sie offen für neue Möglichkeiten sind, Dating in ihren Tagesplan einzubauen<sup>3</sup>. Mehr als zwei Drittel (68 %) der befragten Tinder-Mitglieder geben an, dass sie die App während der Arbeit nutzen. Im „Desk Mode“ wird Tinder alle vier Sekunden geöffnet<sup>8</sup>.

Dating-Spielchen sind definitiv nichts für die Gen Z! Tinder hat aus erster Hand erfahren, dass die 18- bis 25-Jährigen 32 % seltener jemanden ghosten als die über 33-Jährigen<sup>7</sup>. Außerdem antworten 77 % der Tinder-Mitglieder ihrem Match innerhalb von 30 Minuten, 40 % antworten innerhalb von fünf Minuten und mehr als ein Drittel antwortet sofort<sup>7</sup>. Dies wird noch deutlicher, wenn man vergleicht, wie Millennials Dating vor 10 Jahren sahen: Drei von vier 33- bis 38-Jährigen (73 %) stimmten zu, dass Dating-Spielchen – wie z. B. sich absichtlich rar zu machen, widersprüchliche Signale zu geben, oder sich mit mehreren gleichzeitig zu treffen – als „normal“ akzeptiert wurden, als sie zwischen 18 und 25 Jahre alt waren<sup>2</sup>.

Was bedeutet das nun für die Ehe? Obwohl diese nicht ganz oben auf der Wunschliste der Gen Z steht, glaubt Paul Brunson, dass „die Generation Z die erfolgreichsten Ehen aller Zeiten haben wird. Und warum? Weil sie in emotionales Wohlbefinden und klare Kommunikation investieren.“

### Inklusivität ist grenzenlos

Die Gen Z stellt altmodische Vorstellungen von Sexualität, Geschlecht und auch von Herkunft, Kultur und geografischen Einschränkungen in Frage. Polyamorie, Monogamie und das Aufkommen der „Situationship“ haben aus gutem Grund Aufmerksamkeit erregt.

Für die Gen Z ist die Person und ihre Persönlichkeit entscheidend. 80 % der befragten Tinder-Mitglieder geben an, dass sie schon einmal ein Date mit einer Person einer anderen ethnischen Herkunft hatten<sup>1</sup>. Auf die Frage, ob sie eine Person mit einer Behinderung oder Neurodivergenz daten würden, antwortet die Hälfte, dass sie dafür offen wären. Zwei Drittel (66 %) der befragten Mitglieder sind der Meinung, dass Tinder es ihnen ermöglicht, mehr Menschen außerhalb ihres Freundeskreises zu daten oder sie mit jemandem verbindet, den sie sonst nie im Alltag getroffen hätten<sup>3</sup>. Dies ist besonders wichtig für die LGBTQIA+ Mitglieder, da Tinder oft der erste Ort ist, an dem sie sich sicher fühlen, sich zu outen, bevor sie es ihren Freund:innen und ihrer Familie erzählen.

**Paul Brunson** sagt dazu: „Auf Tinder sind LGBTQIA+-Mitglieder derzeit die am schnellsten wachsende Gruppe, wobei die Zahl der Personen, die sich als nicht-binär identifizieren, im letzten Jahr um 104 % gestiegen ist<sup>9</sup>. Die Akzeptanz von Unterschieden durch die Gen Z und ihr inklusiver Ansatz in Bezug auf Geschlecht und Sexualität sind die treibenden Kräfte hinter einer neuen Ära. Sie ebnen den Weg für künftige Generationen, die ihr wahres Selbst annehmen und ihr bestes Leben leben können.“

#### Und die Rolle von Technologie?

Die Technologie verändert die Art und Weise, wie sich Menschen kennenlernen, weiterhin positiv: Die Mehrheit der unter 30-Jährigen nutzt Dating-Apps. Mehr als die Hälfte (55 %) hatte bereits eine ernsthafte Beziehung mit jemandem, den sie auf Tinder kennengelernt haben, während 37 % jemanden kennen, bei dem das der Fall ist<sup>1</sup>.

Aber wie sieht die Generation der digital vernetzten 18- bis 25-Jährigen Technologie und Dating heute? Es wird immer die Erwartung geben, dass Technologie einfach und intuitiv sein sollte. Tinder hat das Dating einfach, sicher und unterhaltsam gemacht. Das Rätselraten darüber, wer dich mögen könnte (oder nicht), wurde beendet, indem den Menschen die Macht in die Hand gegeben wurde, es selbst zu kontrollieren.

Die Gen Z ist der Meinung, dass Technologie überflüssig wird, wenn sie kein Bedürfnis erfüllen kann. Diese junge Generation von Singles ist zwar begeistert von den Möglichkeiten, die KI mit sich bringen kann, aber nicht auf Kosten der Authentizität. Die Gen Z lässt sich gerne von KI bei der Erstellung eines Datingprofils helfen (34 %), hat aber gleichzeitig wenig Interesse an generischen, automatisch ausgefüllten Profilen, denen es an der so hoch geschätzten Authentizität fehlt<sup>4</sup>. Der vielleicht nützlichste Vorteil der KI wird die Funktion als „digitaler Wingman“ sein. Die meisten 18- bis 25-Jährigen sind sich einig, dass die KI als erster Anstoß hilfreich sein könnte, um die Hürde beim Erstellen eines Profiltextes zu überwinden, oder für Eisbrecher, um ein Gespräch zu beginnen.

[Den kompletten Report gibt es hier.](#)

###

#### Hinweise:

Tinders Future Of Dating Report 2023 „Eine Renaissance des Datings, angeführt von Authentizität“ Der zweite Trend-Report der weltweit beliebtesten Dating-App. Der Report stützt sich auf Daten der App sowie auf Umfragen unter 18- bis 25-Jährigen und 33- bis 38-Jährigen in Großbritannien, den USA, Kanada und Australien. Der Bericht enthält neun Kernaussagen zum Thema Dating sowie einen Kommentar zur Zukunft von Paul Brunson, Tinders Experte für Beziehungen. Den vollständigen Bericht gibt es [hier](#).

#### Über Tinder

Tinder wurde 2012 gegründet und ist die weltweit beliebteste App, um neue Leute kennenzulernen. Die App wurde bereits mehr als 530 Millionen Mal heruntergeladen. Tinder ist in 190 Ländern und mehr als 45 Sprachen verfügbar. Mehr als die Hälfte aller Tinder-Mitglieder ist zwischen 18 und 25 Jahre alt. Im Jahr 2022 wurde Tinder von Fast Company zu einem der innovativsten Unternehmen der Welt ernannt.

#### Über Paul Brunson

Paul Brunson ist wohl einer der berühmtesten und angesehensten Partnervermittler der Welt. Er hat seine angesehene Karriere aufgebaut, indem er mit Oprah Winfrey zusammengearbeitet hat, einige der beliebtesten Dating- und Beziehungssendungen moderiert und Expertenkommentare für Medien auf der ganzen Welt abgegeben hat. Paul C. Brunson hat sich nun mit Tinder, der beliebtesten App zum Kennenlernen neuer Leute, zusammengetan, wo er sein branchenführendes Wissen in einem Spektrum von Veranstaltungen und Projekten zur Verfügung stellen wird.

<sup>1</sup> Eine Studie, die von OnePoll im Auftrag von Tinder zwischen dem 21. Januar 2023 und dem 7. Februar 2023 unter 4.000 aktiven Singles im Alter von 18 bis 25 Jahren in den USA, Großbritannien, Australien und Kanada durchgeführt wurde.

<sup>2</sup> Eine Umfrage unter 4000 33-38-Jährigen in den USA, Großbritannien, Kanada und Australien zwischen dem 21. April 2023 und dem 25. April 2023, durchgeführt von Opinium im Auftrag von Tinder.

<sup>3</sup> Eine Umfrage unter 4000 18-25-Jährigen in den USA, Großbritannien, Kanada und Australien zwischen dem 21. April 2023 und dem 25. April 2023, durchgeführt von Opinium im Auftrag von Tinder.

<sup>4</sup> Tinder In-App-Umfrage unter Tinder-Nutzer:innen im Alter von 18-24 Jahren in Großbritannien, den USA und Australien. Die Daten wurden zwischen dem 18.10.22 und dem 28.10.22 erhoben.

<sup>5</sup> Angaben aus Tinder Bios zwischen April 2022 und April 2023.

<sup>6</sup> Tinder In-App-Umfrage unter Tinder-Nutzer:innen im Alter von 18-24 Jahren in Großbritannien, den USA und Australien. Die Daten wurden zwischen dem 1. und 7. September 2022 erhoben.

<sup>7</sup> Tinder interne Daten aus dem Jahr 2023.

<sup>8</sup> Tinder interne Daten des „Desk Mode“-Features aus dem Jahr 2023.

<sup>9</sup> Tinder interne Daten des Features „Mehr Geschlechter und sexuelle Orientierungen“ von 2020 bis 2023.

Für nähere Informationen: Für nähere Informationen: Tinder Medienbüro | Schröder + Schömbs PR GmbH | Torstraße 107 | 10119 Berlin | [tinder@schroederschoembs.com](mailto:tinder@schroederschoembs.com) | 030.349964-50

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

<https://de.tinderpressroom.com/fod-report-2023>