Tinder Newsroom

Endlose Möglichkeiten – Tinder definiert das Dating neu

Tinder bietet jungen Singles eine Welt der Dating-Möglichkeiten und veröffentlicht erstmals Zahlen darüber, was die Mitglieder wirklich suchen. Aber ganz egal, wie die Geschichten verlaufen – bei allen gilt: „Es beginnt mit einem Swipe"!

Berlin, 28. Februar – Das Abendessen als Date-Aktivität ist out und die Situationship wird immer beliebter – junge Erwachsene definieren Beziehungen heute auf vielfältige und integrative Weise neu. Vor diesem Hintergrund startet Tinder seine allererste globale Markenkampagne „Es beginnt mit einem Swipe™", um die modernen Dating-Meilensteine zu feiern und eine romantisch stilisierte Reflexion der heutigen Dating-Erfahrungen zu teilen. Denn nichts ist so, wie es anfangs scheint. Während nur 14 % der Mitglieder nach nichts Festem suchen, ist der Großteil an ernsthaften Beziehungen interessiert (31 %) oder sich einfach noch nicht sicher, was sie wollen und dabei aber offen für alles (26 %)[1].

*„Die Tinder-Mitglieder haben den Status Quo beim Dating verändert, indem sie traditionelle Ansichten über Bord geworfen haben und sich auf Erfahrungen zu ihren eigenen Bedingungen einlassen, ganz zu schweigen von einem ganz neuen Vokabular," **sagt Melissa Hobley, Global Chief Marketing Officer bei Tinder.** „Während ein Hook-Up vor zehn Jahren noch als One-Night-Stand definiert wurde, wird er heute nur noch von 25 % der jungen Leute als solcher angesehen.[2] Tinder schreibt dir nicht vor, mit wem oder wie du daten sollst, wir unterstützen alle Möglichkeiten. Wir heißen alle Menschen und Formen von Beziehungen willkommen, egal ob nur für ein paar Nachrichten auf der App oder ob sie einen Tag, eine Nacht oder ein ganzes Leben halten. Und welche Art von Verbindung du auch suchst, sie beginnt hier. Es beginnt mit einem Swipe™."*

Hook-Ups – 2023 ein veraltetes Dating-Konzept

Junge Erwachsene sind heute auf der Suche nach neuen Erfahrungen, Verbindungen und Selbstentdeckung. Ihnen geht es um den richtigen Vibe, sich treffen, Situationships... Tinder beflügelt dabei weiterhin die Vorstellungskraft dieser Menschen, wie aufregend es sein kann, sich auf jemanden oder etwas Neues einzulassen. Für 56 % der jungen Dater ist der Begriff „Hook Up" veraltet oder bedeutet für sie etwas anderes als für ältere Generationen.[2] Egal wie junge Singles den Begriff definieren, er ist einfach Teil des Dating-Prozesses und eine Möglichkeit, eine Verbindung ohne den Druck von Labels zu erkunden, nichts, wofür man sich schämen oder was man geheim halten müsste.

Junge Singles definieren die Möglichkeiten der Partner:innensuche auf vielfältige und integrative Art und Weise neu

Tinder ist nach wie vor die erste Anlaufstelle beim Dating und die von 18-Jährigen am häufigsten heruntergeladene App, wobei die Mehrheit der Tinder-Mitglieder zwischen 18 und 25 Jahre alt ist. Mitglieder aus der LGBTQIA+-Community sind derzeit die am schnellsten wachsende Gruppe auf Tinder, und die Anzahl der Mitglieder im Alter von 18-25 Jahren, die sich auf Tinder als LGBTQIA+ identifizieren, hat sich in den letzten zwei Jahren mehr als verdoppelt.[3] Tatsächlich sagen ca. ⅓ der Tinder-Nutzer:innen dass ihre Sexualität (33 %) und ihre Geschlechtsidentität (29 %) in den letzten drei Jahren fließender geworden sind.[2]

Für eine Generation, die mehr will

Tinder hat auch herausgefunden, dass die drei wichtigsten Dinge, nach denen 18- bis 25-jährige Singles im Moment suchen, Gesellschaft, Freundschaft oder eine Situationships sind. 84 % der Befragten gaben an, dass sie hoffnungsvoll und optimistisch sind, wenn es um Dating und Beziehungen geht, und zeigen eine Offenheit für Möglichkeiten, die sich aus neuen Verbindungen ergeben.[2] Auch Selbstliebe und Selbstverwirklichung spielen bei jungen Singles eine immer wichtigere Rolle: 80 % der 18- bis 25-Jährigen geben an, dass Self-Care beim Dating für sie oberste Priorität hat, und 79 % wünschen sich, dass ihr:e potenzielle:r Partner:in das auch tut.[2]

Diese neue Generation von Datern hat Tinder dazu inspiriert, mit „Es beginnt mit einemSwipe™" ihre erste globale Markenkampagne zu starten. Die Kampagne zelebriert nicht nur die Vielfalt an Möglichkeiten, sondern auch Geschlechter, Orientierungen und den Multikulturalismus. Sie wurde mit einer diversen Besetzung und Crew produziert, die die fließende und integrative Haltung widerspiegelt, für die Tinder steht.

Paul Brunson, Dating-Experte bei Tinder, sagt: *„Es ist immer aufregend, jemand Neues kennenzulernen. Ich finde es interessant, wie geschickt junge Menschen einen Weg ebnen, für Dating ohne Druck, Stereotypen und Labels, und sich so für neue Arten von Beziehungen öffnen. Tinder hat den weltweit größten Pool an Singles, und diese Singles setzen auf Authentizität. Es ist erfrischend, dass Singles heute starke Freundschaften genauso schätzen wie romantische Beziehungen – die Zeit der Hook-Ups ist vorbei, denn diese neue Generation hat das Thema grundlegend neu definiert und neu besetzt."*

Bildmaterial gibt es hier.

Legende

[1] Tinder interne Daten zur Profilfunktion Relationship Goals von 2023

[2] Studie mit 4.000 Befragten, im Alter von 18-25 Jahren in den USA, Großbritannien, Australien und Kanada, die aktiv daten, zwischen dem 21. Januar und dem 7. Februar 2023, durchgeführt von OnePoll im Auftrag von Tinder

[3] Registrierungsdaten der Tinder-Mitglieder von 2022

[4] Studie Pew Research Center, Feb 2023; ergänzt durch interne Daten der Tinder-Mitglieder von Januar 2023

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.

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

Additional assets available online: Fotos (4)

https://de.tinderpressroom.com/tinder-definiert-das-Dating-neu