

Tinder präsentiert neue Sicherheitskampagne "Green Flags Only"



Tinder-Kampagne "Gre

Tinder, die größte Dating-App der Welt, startet eine neue europäische digitale Kampagne –**Green Flags Only**. Sicherheit kann oft als die weniger glamouröse Seite des Online-Datings angesehen werden. Besonders für die Zielgruppe der 18- bis 24-Jährigen, die die Hälfte der Mitglieder von Tinder ausmacht, wenn ihnen gesagt wird, was sie nicht tun sollten. Diese Kampagne stellt das auf den Kopf und wirft ein Schlaglicht auf eine Reihe von Tinders Sicherheitsfunktionen, um sicherzustellen, dass das Dating nie seinen Zauber verliert.

Statt zu predigen, Red Flags zu vermeiden, stellt Tinder die Green Flags vor, auf die Singles achten sollten, dass sie bei der Nutzung der App immer die Kontrolle behalten. Tinders Sicherheitsfunktionen schlüpfen dabei in die Rollen der Green Flags. Hierzu gehört zum einen die Foto-Verifizierung, die überprüft, dass die Mitglieder auch die sind, für die sie sich ausgeben. Oder das Blockieren von Kontakten, um Kollegen oder Ex-Freunde aus dem Weg zu gehen, und der Video-Chat, der von Tinders Sicherheitsteam entwickelt wurde, um ein Date vor der ersten realen Verabredung zu ermöglichen, bei dem Komfort an erster Stelle steht.

In Zusammenarbeit mit der Agentur CPB London und der Regisseurin India Harris wurde für diese auffällige Kampagne bewusst ein energiegeladener, aber erfrischend ehrlicher Ton gewählt, um zu vermitteln, dass es cool sein kann, auf Nummer sicher zu gehen. Dynamische Grafiken, ein auffälliges Voiceover im Social-Media-Stil und ein eingängiger Track erwecken die Magie des Datings zum Leben und verdeutlichen die Sicherheitsfunktionen von Tinder.

Die Kampagne richtet sich an die Generation Z (18- bis 24-Jährige) und antwortet auf deren Wunsch nach Authentizität und der Möglichkeit, ein Match vor einem Treffen zu checken. Mehr als die Hälfte (57 %) haben angegeben, dass sie ihre Verabredungen auf einer tieferen Ebene kennenlernen wollen, und 48 % beabsichtigen, Videochats und ausführliche Gespräche mit ihren Partnern zu führen, bevor sie sich persönlich treffen.*

Die Green Flags Only-Kampagne läuft ab heute für vier Wochen in vier Märkten (Großbritannien, Deutschland, Frankreich und Spanien) über die sozialen Medien – TikTok, Snapchat, Instagram, YouTube und Pinterest.

Die Kampagne hebt die folgenden drei Sicherheitsfunktionen hervor:

- **Foto-Verifizierung** Alle, die ihr Tinder-Profil erstellt haben – und ihre Fotos während des Anmeldeprozesses hinzugefügt haben – werden ermutigt, die Foto-Verifizierungs Funktion von Tinder zu nutzen. Sie hilft dabei, zu bestätigen, dass sie die Person in ihrem Profil sind, indem sie Profilfotos mit einer Reihe von gestellten Fotos vergleicht, die in der App aufgenommen wurden. Mitglieder, die ihr Profil verifizieren, erhalten ein blaues Häkchen und haben eine höhere Wahrscheinlichkeit, auch ein Like zu erhalten.
- **Kontakte blockieren** Mit der Funktion "Kontakte blockieren" können Mitglieder in ihren Einstellungen angeben, welche ihrer Kontakte sie lieber nicht auf Tinder sehen wollen oder wer sie nicht sehen soll. Unabhängig davon, ob diese Kontakte bereits auf Tinder sind oder sich später entscheiden, die App mit denselben Kontaktdata herunterzuladen, werden sie nicht als potenzielles Match angezeigt. Egal, ob Mitglieder einen Kollegen oder einen Ex vermeiden wollen, die Funktion gibt mehr Kontrolle über das Daten.
- **Video-Chat** Bei der Entwicklung der Video-Chat-Funktion von Tinder standen Kontrolle und Komfort an erster Stelle. Die im Chatfenster integrierte Video-Chat-Funktion ermöglicht es den Mitgliedern, sich digital zu treffen, die Echtheit ihres Matches zu überprüfen und besser einzuschätzen, ob die Chemie zwischen ihnen stimmt, bevor es zu einem realen Date kommt – und das alles, ohne persönliche Kontaktinformationen preiszugeben.

Tinders langjähriges Engagement für die Sicherheit begann mit dem Swipe, der ein gegenseitiges Interesse voraussetzt, um eine Nachricht zu senden. In den letzten Jahren hat die App immer wieder erstklassige Funktionen im Bereich der Sicherheit entwickelt. Diese drei Funktionen sind Teil der umfassenderen Vertrauens- und Sicherheitsmaßnahmen von Tinder, zu denen zuletzt ein [aktualisiertes Reporting-Verfahren](#) sowie weitere Produktfunktionen wie [Does This Bother You and Are You Sure](#) gehören.

*Umfrage durchgeführt von Opinium - Befragung von 1.001 Erwachsenen der Generation Z in Großbritannien (18-24) vom 14. bis 17. September 2021

Über Tinder

Tinder wurde 2012 auf einem College-Campus vorgestellt und ist die weltweit beliebteste App, um neue Leute kennenzulernen. Sie ist in 190 Ländern und über 40 Sprachen verfügbar und ist damit die umsatzstärkste Nicht-Gaming-App der Welt. Tinder wurde mehr als 450 Millionen Mal heruntergeladen und hat bereits zu mehr als 65 Milliarden Matches geführt.

Instagram: [@tindergermany](#)

Facebook: [@tindergermany](#)

Tinder und Year in Swipe sind Marken der Match Group, LLC.

Für nähere Informationen: Tinder Medienbüro | Schröder + Schömb's PR GmbH | Torstraße 107 | 10119 Berlin | tinder@schoederschoembs.com | 030.349964-50

<https://de.tinderpressroom.com/tinder-green-flags-only>