

**ZEIT Nr. 02/2022** 5. Januar 2022

## **Onlinedating: Anständig Geld verdienen**

**Im Januar boomt das Online-Dating. Aber die Manieren beim digitalen Flirten verlottern und schaden dem Geschäftsmodell der Vermittlungsplattformen. Der Chef von Parship will das nun ändern**  
Von [Sebastian Kempkens](#) und [Marc Widmann](#)

Dating-Plattformen sind populär und bringen vielen Singles neue Begegnungen – Nicht alle Suchenden halten sich jedoch an die Regeln. Die Branche muss umdenken. © Caroline Tompkins

**DIE ZEIT:** Herr Schachtel, ist für Dating-Plattformen wie Parship gerade Hochsaison?

Marc Schachtel 37, hat Informatik studiert und ist seit 2021 Co-CEO der ParshipMeet Group (weltweiter Umsatz rund 500 Millionen Euro).

**Marc Schachtel:** Auf jeden Fall. Nach Weihnachten gehen unsere Nutzungszahlen jedes Jahr deutlich nach oben, im zweistelligen Prozentbereich.

**ZEIT:** Sie haben jetzt auf Plakaten, im Fernsehen und in sozialen Netzwerken eine Kampagne gestartet, dass Ihre Nutzer sich beim Flirten im Internet besser benehmen sollen. Ist die Lage so schlimm?

**Schachtel:** Es geht um ein gesamtgesellschaftliches Phänomen, nicht nur um unsere Kunden. Früher war Online-Dating ein Nischenthema, jetzt kennt fast jeder ein Paar, das sich im Internet kennengelernt hat. Aber wir sehen auch: Trotz dieser Popularität gibt es in unserer Branche echte Schattenseiten, die schon einige Zeit geschwelt haben und durch Corona verstärkt wurden. Das hat uns im vergangenen Jahr sehr umgetrieben. Uns ist klar geworden: So kann unsere Industrie nicht weitermachen!

**ZEIT:** Was genau meinen Sie?

**Schachtel:** Menschen haben auf allen Kanälen mehr unfreundliche Nachrichten erhalten als früher. Auf Dating-Portalen ist das aber besonders verletzend. Wir haben deshalb eine große, branchenweite Marktforschung gemacht, mit Umfragen, Interviews und Diskussionsrunden. Die Ergebnisse fand ich zum Teil erschreckend. Zum Beispiel wurden 25 Prozent aller Singles schon einmal gehostet.

**ZEIT:** Das müssen Sie erklären.

**Schachtel:** Ghosting beschreibt eine Kehrseite des Online-Datings: Ich fange an, mit jemandem zu schreiben, dann habe ich keine Lust mehr und melde mich einfach nie wieder, verschwinde wie ein Geist und verletze die Gefühle eines Menschen, der sich vergeblich Hoffnungen gemacht hat. In einer Bar könnte das so kaum passieren, da verschwinden die wenigsten durchs Toilettenfenster und melden sich nie wieder.

**ZEIT:** Welche Probleme gibt es noch?

**Schachtel:** Auch das sogenannte Benching hat deutlich zugenommen. Dieses Phänomen hat etwa jeder fünfte Single schon einmal erlebt. Es geht darum, dass ich

mir potenzielle Dates warmhalte, sie also auf eine sichere Bank setze, während ich weiter nach Mr. oder Mrs. Perfect suche. Für die, die so in der Luft hängen, kann das sehr frustrierend sein. Aber das ist nicht alles. Knapp die Hälfte der weiblichen Millennials, der jungen Frauen also, haben bereits *dick pics* bekommen.

### **70 Prozent der Nutzer von Dating-Plattformen sagen, sie hätten ohne die Portale in der Pandemie keine neuen Leute kennengelernt**

**ZEIT:** Also unerbetene Fotos von männlichen Genitalien. Auch über Parship?

**Schachtel:** Nein, bei uns werden solche Bilder automatisch aussortiert. Aber unabhängig von der Plattform weichen die Leute schnell auf [WhatsApp](#) oder SMS aus. Und sie werden ungeduldiger. Manche schreiben eine Nachricht und fragen: Wollen wir uns mal treffen? Wenn das Gegenüber nicht innerhalb von zwei Minuten zurückschreibt, kommt gleich: Warum antwortest du mir nicht? Wiederum eine Minute später: Was ist denn los mit dir? Und dann gehen gleich die Beschimpfungen los.

**ZEIT:** Also das Gegenteil von Ghosting.

**Schachtel:** Genau. Aber diese Person wurde vorher vielleicht schon zehnmal gehostet und ist so frustriert, dass sie schon mit einer Grundaggression anfängt. So schaukeln sich diese Trends hoch.

**ZEIT:** Liegt es an der Pandemie, dass viele Singles dünnhäutiger geworden sind?

**Schachtel:** Ja, da nehmen wir einen Trend wahr.

**ZEIT:** Wie erklären Sie sich das?

**Schachtel:** Vor allem Frauen sind in der Corona-Zeit mit Treffen deutlich vorsichtiger geworden. Sie wurden zum Teil von Männern überrannt und haben am Tag Dutzende neue Nachrichten und Anfragen bekommen, die sie gar nicht alle beantworten konnten. Das führt zu Frust auf beiden Seiten. Und das hat Folgen. 68 Prozent der Singles sagen, dass sie sich datungsmüde fühlen und eine Pause herbeisehnen. Das ist echt beängstigend! Man nennt das auch Swipe-Fatigue: wenn man keine Lust mehr hat, die Profile einer extrem großen Auswahl anderer Singles ständig von rechts nach links zu swipen, also zu wischen.

### **Alle elf Minuten frustriert ein Single den anderen?**

**ZEIT:** Müssen Sie Ihren Werbespruch jetzt umtexten: Alle 11 Minuten frustriert ein Single den anderen?

**Schachtel:** Tatsächlich sind wir heute sogar schneller als 11 Minuten. Aber nimmt man alle Dating-Plattformen zusammen, ist an diesem Befund möglicherweise etwas dran. Dem wollen wir entgegenwirken.

**ZEIT:** Was muss sich ändern?

**Schachtel:** Wir wollen Online-Dating wieder angenehmer und vor allem wertschätzender machen. Deshalb haben wir beschlossen, neue Regeln einzuführen. Um zu verhindern, dass Nutzer unzählige Anfragen in kürzester Zeit raushauen, haben wir eine Deckelung eingeführt – bei 60 neuen Kontakten am Tag ist jetzt Schluss.

**ZEIT:** 60 ist immer noch eine Menge, warum nicht weniger?

**Schachtel:** Wenn wir das so drastisch machen, dass viele Menschen keine Lust mehr haben, dann würden wir unseren Service für alle schlechter machen. Wir wollen ja viele Leute zusammenbringen, das ist unser zentrales Versprechen.

**ZEIT:** Was unternehmen Sie noch?

**Schachtel:** Wir haben seit Kurzem Copy-and-Paste in der ersten Nachricht technisch unterbunden. Jetzt kann man nicht mehr denselben Text einfach schnell an viele weitere Profile verschicken. Und die Nachrichten müssen mindestens sieben Wörter lang sein, damit sie auch etwas Gehalt haben und die Leute nicht immer nur "Hey" schreiben.

**ZEIT:** Sieben Wörter, das ist immer noch kürzer als viele Tweets.

**Schachtel:** Aber das setzt schon mal einen Denkprozess in Gang! Wir wollen niemanden zu etwas zwingen, aber dazu motivieren, mehr für einen Kontakt zu tun. Die Schritte, die wir jetzt gehen, sind mutig, auch aus betriebswirtschaftlicher Sicht. Das macht sonst niemand. Und natürlich werden wir erst einmal herausfinden müssen, welche der neuen Funktionen in der Praxis langfristig funktionieren. Das erste Feedback stimmt mich allerdings optimistisch, dass wir einen Nerv getroffen haben.

**ZEIT:** Könnten Sie nicht auch Ghosting technisch verhindern? Wer sich ständig nicht mehr zurückmeldet, wird sanktioniert, das wären nur ein paar Zeilen Programmcode.

**Schachtel:** Ich schließe nicht aus, dass wir solche Dinge auch noch machen, das sind genau die Richtungen, in die wir überlegen.

**ZEIT:** Aggressive Kommunikation gibt es im Netz an vielen Stellen. Können Sie das überhaupt lösen?

**Schachtel:** Die Lösung hat noch niemand. Aber wir können ein Produkt bauen, welches das Problem angeht und abschwächt. Wenn ich Ghosting und anderes schlechtes Verhalten weniger wahrscheinlich mache, lassen sich die Nutzer auch wieder mehr auf ihr Gegenüber ein. Wir wollen mehr echte Nähe und Verbindlichkeit zurück ins Online-Dating bringen. Dass man nicht ständig parallel schaut, was es sonst noch gibt. Und dass man Online-Dating nicht mehr nebenbei macht, während man auf dem Klo sitzt, wie wir das in unserer Umfrage oft gehört haben. Das ist doch ein absurdes Bild!

**ZEIT:** Sie haben große Konkurrenz. Wollen Sie Ihrer Kundschaft mit Ihrer Initiative für besseres Benehmen signalisieren, dass es bei Parship gesitteter zugeht als anderswo?

**Schachtel:** Ich glaube, dass das heute schon so ist. Wir haben weder das Swipen noch Swipe-Fatigue in den Markt gebracht. Und wir unterscheiden uns auch durch einen Kundenservice, an den man sich jederzeit wenden kann. Wer sich danebenbenimmt, bekommt eine Gelbe Karte oder eine Rote. Dann wird er gesperrt, ganz egal, ob er Premium-Kunde ist.

**ZEIT:** Ist die Online-Dating-Branche mit schuld daran, dass Singles heute womöglich unglücklicher sind als vor Parship und Co.?

**Schachtel:** Ich bin überzeugt, dass die Nettoglücklichkeit, die wir als Industrie verursachen, unterm Strich positiv ist: Allein über Parship haben sich in 20 Jahren mehr als eine Million Menschen verliebt. Aber ich glaube auch, dass die Negativtrends dazu beitragen können, dass Menschen mit unerfülltem

Partnerwunsch langfristig unglücklich sind. Daran hat Online-Dating einen Anteil. Mittlerweile sind Millionen Singles auf den Plattformen unterwegs. Diese Omnipräsenz suggeriert, dass man – wie am Buffet – ganz einfach und schnell an einen Partner kommt. Das hat zu einer gewissen Oberflächlichkeit und Austauschbarkeit geführt, die nicht förderlich ist, um jemanden wirklich als Person wertzuschätzen. Wir haben gewissermaßen das Kennenlernen verlernt. Als einzelne Plattform können wir das leider nicht allein reparieren, sondern hoffen, dass die anderen mitziehen. Als Industrie haben wir da ziemlich viel aufzuholen.

**ZEIT:** Ihre Eigentümer von ProSiebenSat.1 Media und dem Finanzinvestor General Atlantic denken angeblich über einen Börsengang nach. Dazu dürfen Sie nichts sagen. Aber hat der Online-Dating-Markt noch Wachstumspotenzial?

**Schachtel:** Auf jeden Fall! Heute gibt es 800 Millionen Singles auf der Welt. Bis 2025 werden es fast eine Milliarde sein. In den USA starten 40 Prozent aller neuen Beziehungen über eine Online-Dating-Plattform. Das ist weltweiter Rekord, aber noch weniger als die Hälfte. In Deutschland sind es laut einer repräsentativen Studie erst 36 Prozent.

**ZEIT:** Wird es in Zukunft DNA-Matching geben, also Partnervorschläge nach einem DNA-Test?

**Schachtel:** Diese Frage kommt tatsächlich regelmäßig auf. Auch so etwas wie Geruchs-Matching war für manche Start-ups immer mal wieder ein Thema, ohne dass es je marktreif geworden wäre. Aber ich glaube nicht, dass wir uns dahin entwickeln werden. Das ist praktisch kaum umsetzbar. Die meisten Menschen wollen nicht massenhaft Blut- oder Geruchsproben irgendwohin schicken. Ihnen ist es viel wichtiger, dass sie jemanden im echten Leben treffen, riechen und dann entscheiden können, ob sie mit dieser Person eine Beziehung eingehen wollen.

### "Elf Minuten reichen eben nicht"

**ZEIT:** Gibt es andere Zukunftsszenarios, die Sie für wahrscheinlicher halten?

**Schachtel:** Virtual Reality wird irgendwann eine Rolle spielen. Dann kann man auch virtuelle erste Dates haben.

**ZEIT:** Wie könnte das aussehen?

**Schachtel:** Man trifft sich in einer virtuellen Umgebung, ob als digitales Abbild seiner selbst oder als Avatar, also als Kunstfigur. Aber auch das wird das echte Kennenlernen nie ersetzen können.

**ZEIT:** Kommen wir zu Ihrem Lieblingsthema, den Verbraucherzentralen.

**Schachtel:** Die machen eine wichtige Arbeit.

**ZEIT:** Und sie kritisieren Parship immer wieder für die Vertragskonditionen: Die Laufzeiten der Verträge seien zu lang und verlängerten sich zu früh. Die Nutzer suchten durchaus eine langfristige Bindung – aber doch nicht zu Ihnen.

**Schachtel:** Die Kritik kennen wir natürlich. Aber bei der Vertragslaufzeit glauben wir fest daran, dass man sich die Zeit nehmen sollte. Elf Minuten reichen eben nicht, der Anspruch sollte nicht sein, sofort jemanden zu finden und sich Druck zu machen.

**ZEIT:** Ist es nicht kundenunfreundlich, dass sich Ihre Abos immer automatisch um dieselbe Laufzeit von sechs bis 24 Monaten verlängern?

**Schachtel:** Das ist ja das Konzept eines Abos, dass es sich automatisch verlängert.

**ZEIT:** Aber mit einer Kündigungsfrist von zwölf Wochen? Liebe zu finden ist doch oft eine ziemlich kurzfristige Angelegenheit.

**Schachtel:** Wir investieren sehr viel, um neue Kunden an Bord zu holen und vor allem die richtigen Leute auf der Plattform zu haben, die nach einer Beziehung suchen. Das kostet viel, und unser Service ist ab einem gewissen Punkt eben auch nicht gratis. Ab dem 1. März tritt außerdem ein neues Gesetz zu fairen Verbraucherverträgen in Kraft. Neu abgeschlossene Verträge verlängern sich dann am Ende ihrer Laufzeit automatisch auf unbestimmte Zeit, können aber monatlich gekündigt werden.

**ZEIT:** Ärgert Sie das?

**Schachtel:** Nein. Wenn ein Service sein Geld wert ist, werden die Leute auch dafür bezahlen.

**ZEIT:** Kann man bei Parship eigentlich angeben, ob man geimpft ist und nur geimpfte Menschen kennenlernen möchte?

**Schachtel:** Wir haben das diskutiert. Aber wir sind weder eine Politik- noch eine Gesundheitsplattform. Deshalb haben wir uns, Stand jetzt, dagegen entschieden, diese Angabe zur Pflicht zu machen. Viele unserer Nutzerinnen und Nutzer schreiben ihren Impfstatus aber in ihren Profiltext, das ist natürlich völlig okay. Und wer es nicht preisgeben will, lässt es eben.