

# (Online) Dating als gesellschaftliches Phänomen im digitalen Wandel

Fabian Danegger

Seminararbeit im Interdisziplinären Lehrangebot  
des Instituts für Informatik

Leitung: Prof. Hans-Gert Gräbe, Ken Pierre Kleemann

<http://bis.informatik.uni-leipzig.de/de/Lehre/Graebe/Inter>

Leipzig, 18.05.2019

## Gliederung

|   |            |
|---|------------|
| <b>Gliederung</b> .....                           | <b>I</b>   |
| <b>Abbildungsverzeichnis</b> .....                | <b>II</b>  |
| <b>Abkürzungsverzeichnis</b> .....                | <b>III</b> |
| <b>1 Einleitung</b> .....                         | <b>1</b>   |
| <b>2 Einordnung der zentralen Begriffe</b> .....  | <b>1</b>   |
| 2.1 Dating .....                                  | 1          |
| 2.2 Online Dating .....                           | 2          |
| 2.3 Digitaler Wandel.....                         | 3          |
| <b>3 Dating im romantischen Sinne</b> .....       | <b>4</b>   |
| 3.1 Kritik am Online Dating .....                 | 5          |
| 3.2 Andere Meinungen .....                        | 8          |
| 3.3 Motive der Nutzer.....                        | 11         |
| 3.4 Zusammenfassung .....                         | 12         |
| <b>4 Dating im nicht romantischen Sinne</b> ..... | <b>13</b>  |
| <b>5 Fazit</b> .....                              | <b>16</b>  |
| <b>Literaturverzeichnis</b> .....                 | <b>VII</b> |

## **Abbildungsverzeichnis**

Abbildung 1: Wie sich heterosexuelle Paare treffen [Rosenfeld et al. 2019, 17]..... 4

Abbildung 2: Gründe für die Nutzung von Online Dating Angeboten [Statista 2019]..... 11

## Abkürzungsverzeichnis

|       |  |
|-------|--|
| F2P   | Free-to-play   |
| GAFAM | steht für die Konzerne Google, Amazon, Facebook, Apple und Microsoft |
| MOO   | MUD, Object Oriented   |
| MUD   | Multi-User Dungeon   |
| P2P   | Peer-to-Peer, bzw. Rechner-Rechner-Verbindung                        |

## 1 Einleitung

Von den einen als Sex-Apps verschrien, die Aussehen und oberflächliche Kriterien überbewerten und durch ihr unendlich scheinendes Angebot zu einer Shoppingmentalität bei der Partnersuche führen. Auf der anderen Seite als Fundort der „wahren Liebe“ bekannt, der die Partnersuche ungemein erleichtert und ungeahnte Chancen bietet.

Um die kontroversen Meinungen um das Online Dating zu beleuchten soll diese Arbeit zuerst einen Überblick über die Diskussion verschaffen. Anschließend werden die Motive der Nutzer anhand aktueller Daten genauer analysiert, um eine Aussage über den Stand der Debatte zu ermöglichen. Dabei wird deutlich, dass Aussagen über die Folgen des Online Datings nicht an einer gesamtgesellschaftlichen Analyse der Auswirkungen des digitalen Wandels vorbeikommen und so soll am Ende die Thematik erweitert und ein gesamtgesellschaftlicher Blick auf das Thema der Online-Kommunikation geworfen werden.

In der Erarbeitung dieser Seminararbeit habe ich mich intensiv mit den Texten aus dem Buch „dating.21 Liebesorganisation und Verabredungskulturen“ [Fraueneder et al. 2007] befasst. Der Band ist eine Sammlung von Texten unterschiedlicher Autoren, die im Zusammenhang mit dem Basics Festival 2006 entstanden sind, welches unter der Thematik „Suchen und Finden“ stattfand. An dieser Stelle möchte ich mich für die zahlreichen Denkanstöße bedanken, die ich aus diesem Buch mitgenommen habe und für alle Leser, welche die Thematik über den Rahmen dieser Arbeit hinaus interessiert, eine Empfehlung aussprechen ebenfalls diesen Band zu lesen.

## 2 Einordnung der zentralen Begriffe

Zu Beginn sollen die zentralen Begriffe dieser Arbeit definiert und eingeordnet werden. Dafür werde ich zu Beginn auf das Dating und die Unterscheidung in Dating im romantischen und nicht romantischen Sinne eingehen. Darauf aufbauend soll kurz der Begriff des Online Datings beschrieben werden. Abschließend soll das Phänomen des digitalen Wandels kurz umrissen werden.

### 2.1 Dating

Immer mehr englische Begriffe werden in den deutschen Sprachgebrauch übernommen, dazu gehört unter anderem der Begriff „Dating“. Der Duden definiert „Dating“ als „das Sichverabreden [mit möglichst vielen wechselnden Partnern]“ [Duden 2020]. Was bei dieser Definition auffällt: es wird nicht genauer beschrieben wer sich verabredet, ob dies reale Menschen, virtuelle oder juristische Personen sind. Im allgemeinen Sprachgebrauch orientiert man sich an der Herkunft des Worts „Dating“. Dieses stammt vom englischen Verb

„to date“ ab, welches „mit jemandem [aus]gehen“ bedeutet (vgl. [Duden 2020]). Daraus entwickelte sich das „Date“: Ein geplantes Treffen, besonders zwischen zwei Menschen die eine romantische Beziehung haben oder haben könnten (vgl. [Cambridge English Dictionary 2020]). Dies werde ich im Folgenden als das Dating im „romantischen Sinne“ bezeichnen: Ein Treffen zwischen zwei Personen, die eine romantische Beziehung, bzw. eine Liebesbeziehung haben oder anstreben.

Für den zweiten Teil dieser Arbeit werde ich den Dating-Begriff etwas aufweichen und aus einem weiteren Blickwinkel betrachten. Dabei beziehe ich mich auf die Definition des Duden, bei der das „Sichverabreden“ im Mittelpunkt steht. „Dating im nicht romantischen Sinne“ soll folgend die Verabredung mindestens zweier Parteien mit gleichem Interesse thematisieren. [Ries 2007] beschreibt diesen Prozess als „Produktion von Verhältnissen“, wobei er das Verhältnis als „das am reinsten soziologische Wort, das es gibt“ versteht. Es meint „absolut nichts Substantielles oder Individuelles, sondern eine bloße Beziehungsform“ und geht zurück auf [Simmel 1992, 710]. Genauer eingegangen werden soll später auf das Zusammenfinden gleicher Interessen, die Verabredung und die wirtschaftliche Dienstleistung der Vermittlung.

## 2.2 Online Dating

Der Begriff „Online Dating“ beschreibt eine mit der Erfindung des Internets entstandene Form des Datings „im romantischen Sinne“. Das Präfix „Online“ bedeutet dabei ans Internet angeschlossen, bzw. innerhalb des Internets stattfindend (vgl. [Duden 2020]). Meistens bietet eine Plattform die Kontaktmöglichkeit für Menschen, die Interesse daran haben mit anderen Menschen in Verbindung zu kommen. Dabei ist die Motivation für den Kontakt und die möglichen Beziehungen zwischen den Personen ebenso vielschichtig wie das daraus resultierende Angebot an unterschiedlichen Plattformen mit individuellen Zielgruppen.

Grob unterteilt werden kann dieses in Single-Börsen, Partnervermittlungen und Nischenplattformen. Die größten und wahrscheinlich bekanntesten Anbieter wie Tinder und Lovoo lassen sich den Single-Börsen zuordnen, bei denen die Nutzer nach der Erstellung eines eigenen Profils mit den Profilen anderer Nutzer in ihrer Nähe kommunizieren können. In manchen Fällen ist dafür ein vorheriges „Matching“, also ein gegenseitiges „Liken“ notwendig. Für die Suche nach einem festen Lebensgefährten bieten sich die sog. Partnervermittlungen wie beispielsweise Parship und ElitePartner an. Auf Basis eines Persönlichkeitstests werden passende Partner vorgeschlagen, zu denen anschließend Kontakt aufgenommen werden kann. Für Nischen existieren zahlreiche Plattformen, beispielsweise auch das Casual-Dating, welches auf Seitensprünge und Affären ausgelegt ist.

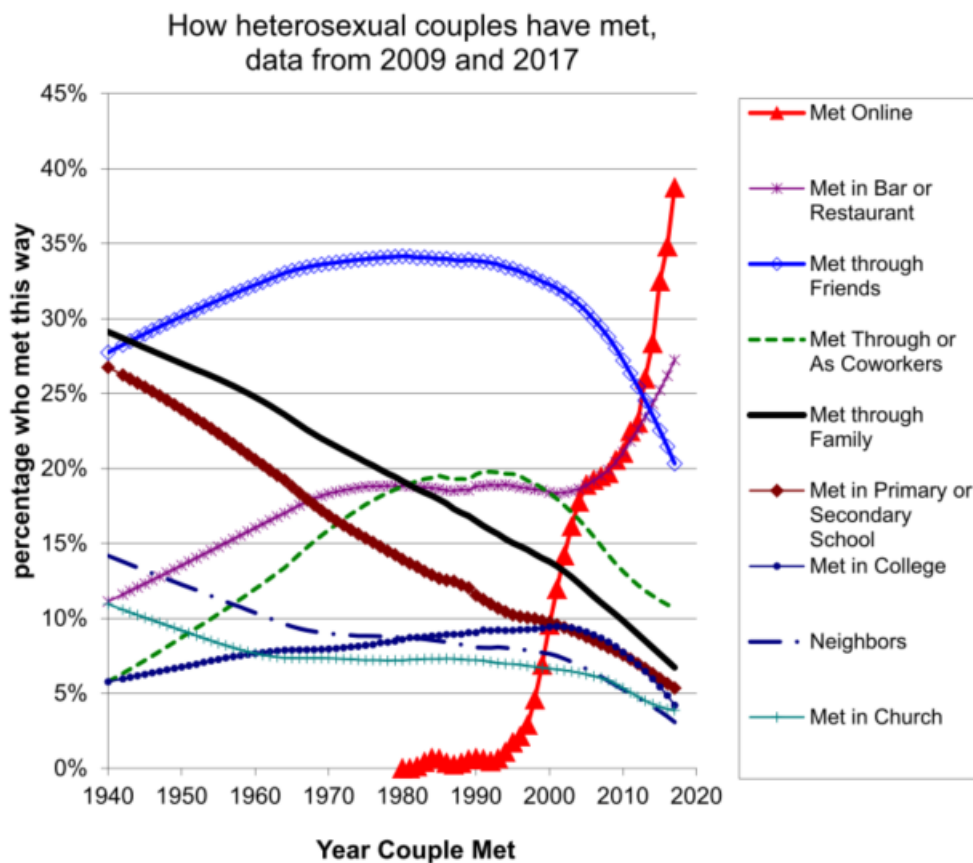
## 2.3 Digitaler Wandel

„Der digitale Wandel beschreibt die durch die Digitalisierung ausgelösten Veränderungsprozesse in der Gesellschaft inklusive Wirtschaft, Kultur, Bildung und Politik.“ [Luber 2019]

Obwohl mit der Digitalisierung unterschiedliche Phänomene beschrieben werden können, ist die Bedeutung des Begriffs hier am ehesten mit dessen Ursprung: der Umwandlung analoger Daten in digitale Formate, zu verstehen (vgl. [ibid.]). Diese veränderte Behandlung von Daten, die zudem eine umfassendere Sammlung, Speicherung und Verarbeitung ermöglicht, ist der Treiber für eine nahezu vollständige Umwälzung des alltäglichen Lebens in den letzten Jahrzehnten. Die zugrundeliegende technische Entwicklung wird von vielen mit der Industrialisierung verglichen und häufig auch als dritte industrielle, bzw. digitale Revolution bezeichnet. Die technischen Neuerungen beeinflussen beinahe alle Lebensbereiche unserer Gesellschaft und verändern diese mit hoher Geschwindigkeit. Genau dies spiegelt sich auch in folgender These wider: „Der digitale Wandel wird geprägt durch eine schnell wachsende „Welt der digitalen Daten“, durch deren Analyse und Aufbereitung Einfluss auf realweltliche Prozesse genommen wird.“ [Gräbe 2020]. Was die These jedoch ebenfalls gut in Worte fasst, ist die Unterscheidung zwischen einer „Welt der digitalen Daten“ und einer realen Welt. Insbesondere die Wechselwirkung zwischen diesen beiden Welten ist interessant und das Thema „Online Dating“ stellt eine hervorragende Grundlage für weitere Analysen dar.

### 3 Dating im romantischen Sinne

Dass die Liebe auch im Internet ihren Platz findet, ließ sich schon früh absehen. Nur wenige Jahre nach der Veröffentlichung des World Wide Webs entwickelten sich die ersten Dating-Websites „Kiss.com“ und „Match.com“. Durch das Web 2.0 entstehen neue Möglichkeiten Informationen über das Internet zu teilen und zahlreiche Portale erweitern den Markt. Mit der fortschreitenden Entwicklung der Handys in den folgenden Jahren entstanden die Apps Grindr (2009) und Tinder (2012), deren Konzept auf der Lokalisierung ihrer Nutzer basiert. Mittlerweile gehört Tinder zu den umsatzstärksten Apps (vgl. [Statista 2018]) und erwirtschaftete 2019 einen Umsatz von über 1 Mrd. US-Dollar (vgl. [Lewanczik 2020]). Bis heute scheint der Erfolg des Onlinedatings unaufhaltsam, das zeigt sich beispielsweise daran, dass sich ein Großteil der Paare heutzutage online findet.



**Abbildung 1: Wie sich heterosexuelle Paare treffen [Rosenfeld et al. 2019, 17]**

Friends, Family and Coworkers kann entweder auf den Befragten oder seinen Partner zutreffen. Die Prozentsätze lassen sich nicht zu 100% zusammenaddieren, da die Kategorien sich nicht gegenseitig ausschließen; es kann mehr als eine Kategorie zutreffen.

Doch mit seiner Verbreitung und seinem offensichtlichen Erfolg steigt auch die Kritik am Onlinedating, auf welche im Folgenden genauer eingegangen werden soll. Der Kritik sollen anschließend differente Meinungen gegenübergestellt werden, um mit einem Fazit abzuschließen.



### 3.1 Kritik am Online Dating

„Je größer und unübersichtlicher das Kollektiv, die Welt, je anonym und partikularisierter der Einzelne, umso mehr bedarf es Techniken des Sichtbarmachens der Anderen und Techniken der Verabredung mit Anderen. Anders gesagt: Je massiver der Zwang zur Individualisierung (*individere*) im globalen Feld, um so dringlicher werden raffinierte Strategien der Teilung (*dividere*), des sich Sich-Mitteilens und des Sich-Treffens, werden subjektive wie politische Strategien temporärer Entindividuation und Exteriorisierung, mit denen das Gemeinsame, das Zusammen wichtiger wird als das Alleinsein, die ‚konstruierte Selbstverwirklichung‘“ (Axel Honneth, zitiert nach [Ries 2007, 11]).

Ries verweist darauf, dass das deutsche Wort „teilen“ zwei konträre Bedeutungen beinhaltet, die sich in anderen Sprachen deutlicher unterscheiden lassen: im Lateinischen *dividere* und *participere*, im Englischen *divide* und *share*. Um Teilzunehmen muss sich der Benutzer auf ein Geteiltwerden einlassen, die Partialisierung ist die Voraussetzung für Partizipation (vgl. [Ries 2007, 18]). Die Problematik der Teilung, die mit dem Eintritt eines Menschen in das Internet einhergeht, weckt vielseitige Kritik an den Formen und Folgen des Online Datings. Dabei gibt es wohl kaum ein schöneres praktisches Beispiel der realweltlichen Auswirkungen des digitalen Wandels als das Online Dating. Die Aufteilung und die gegenseitige Beeinflussung der realen Welt und einer ‚Welt der digitalen Daten‘. Ein realer Mensch erstellt sich auf einer Plattform im Internet ein virtuelles Profil, das einen Teil seiner selbst zeigt. Anschließend bekommt er die virtuellen Profile, Teile anderer realer Menschen gezeigt. Wenn alles zusammenpasst, bilden zwei Menschen, die sich online über Teile ihrer selbst kennengelernt haben, im realen Leben ein Paar.

Doch beim Übergang in die ‚Welt der digitalen Daten‘ kommt es zu einer Parzellierung des Individuums: über die Erstellung eines Profils werden die Eigenschaften und Präferenzen der Menschen objektiviert, um ein matching passender Profile zu ermöglichen (vgl. [Ries 2007, 19]). Ebendiese Reduktion komplexer Persönlichkeiten aus der realen Welt auf ein vereinfachtes und vergleichbares Format bietet Anlass zu Kritik. Bereits mit Erstellung des Profils beginnen die Abweichungen: „die Lüge von Profilen besteht [...] darin, dass nicht wenige Menschen sich selbst nicht kennen“ [Eigner/Ritter 2007, 121]. Die standardisierten Profile, die meistens aus Daten wie Körpergröße und Alter, einem Bild und einem kurzen Text bestehen, bieten nur begrenzte und oberflächliche Möglichkeiten einen Menschen darzustellen. Tatsächlich gibt es erste Untersuchungen, die zeigen, dass Nutzer von Tinder deutlich höheren Wert auf Äußeres legen und gleichzeitig unzufriedener mit ihrem eigenen Körper sind. Besonders bei Männern scheint außerdem das Selbstbewusstsein unter einer

aktiven Nutzung von Tinder zu leiden (vgl. [Strubel/Petrie 2017]). Doch auch wenn sich der Suchende in diesem Rahmen selbst gelungen darstellen kann, bedeutet dies nicht, dass auf der anderen Seite dieselbe Person wahrgenommen wird. „Die Frage, ob man vom Anderen getäuscht wird oder gar in die Fallen der Selbsttäuschungen gerät und allzu bereit ist, sich in wohligen Illusionen zu wiegen, kommt fast unweigerlich auf und lässt sich nicht befriedigend beantworten“ [Ellrich/Funken 2007, 68]. Aus diesem Grund sei es notwendig die Schritte der medialen Annäherung zügig „bis zur direkten Begegnung zu durchschreiten, ohne der Fantasie mehr Nahrung als nötig zu bieten [...]. Dass auch bei diesem Vorgehen Enttäuschungen nicht ausbleiben können, liegt auf der Hand.“ [ibid., 69] Patrick Kranzlmüller kritisiert die limitierten Möglichkeiten der Selbstdarstellung zudem, weil diese nur selten eine persönliche und unterscheidbare Aussage erlauben (vgl. [Kranzlmüller 2007]). „Im Netz sind folglich diejenigen am erfolgreichsten, die sich über ihre sprachliche Originalität und ihre physische Konventionalität auszeichnen“ [Illouz 2016, 125]. Man könnte deshalb meinen, dass alle Menschen, die nicht gerade durch gutes Aussehen auf Bildern oder Wortwitz herausstechen, im Einheitsbrei der Profile untergehen. „Weggeswiped“ als eines von hunderten Profilen, die sich ein durchschnittlicher Tinder-Nutzer täglich ansieht (vgl. [Verhage 2016]).

Diese „Ökonomie der Fülle“ [Illouz 2016, 134] und ihre Auswirkungen, die Schaffung eines virtuellen Marktplatzes, der die Beobachtung potentielle Partner erlaubt (vgl. [Alexopoulos et al. 2020]), erscheinen in bisherigen Untersuchungen meist in einem schlechten Licht. Es kommt zu einer „Kommodifizierung des Selbstseins“ [Illouz 2016, 160], einem „Verkauf“ an mögliche Partner. „Die romantischen Beziehungen werden nicht nur im Rahmen von Märkten organisiert, sie sind selbst zu Fließbandprodukten geworden, bestimmt zu schnellem, effizientem, billigem und reichlichem Konsum“ [ibid., 135]. [Žakelj et al. 2015] kommt zu dem Ergebnis, dass die Nutzer des Online Datings sich seiner ökonomischen Natur bewusst sind und diese durchaus positiv sehen. Größere Effizienz, Zeitersparnis, Flexibilität und mehr Reichweite werden als Vorteile genannt.

Das Überangebot, welches dadurch entsteht, dass Singles an einem Tag die Profile von mehr potenziellen Partnern angezeigt bekommen, als sie ohne Online Dating in Wochen, Monaten, wenn nicht gar Jahren kennenlernen würden, wird allerdings auch mit negativen Effekten in Verbindung gebracht. Ein „Rejection Mind-Set“ könne entstanden sein; durch den unendlichen virtuellen Zugang zu potentiellen Partnern würden Menschen diesen gegenüber pessimistischer und ablehnender (vgl. [Pronk/Denissen 2019]). [Rosenfeld 2017] diskutiert in diesem Zusammenhang die Theorie des „Choice Overload“, einem Überangebot an Wahlmöglichkeiten, welche auf einem Experiment mit Marmeladen (vgl.

[Iyengar/Lepper 2000]) beruht. Kunden, die weniger unterschiedliche Marmeladen zum Probieren angeboten bekommen hatten, kauften am Ende mehr Marmelade als die Kunden mit einem größeren Angebot. Eine größere Auswahl mache es schwieriger sich für das beste Angebot zu entscheiden und führe deshalb dazu, dass gar keine Entscheidung getroffen wird. Ähnliche Ergebnisse gibt es auch im Bereich des Datings: Studenten, welche ihren Partner aus einem größeren Angebot auswählen konnten, waren weniger zufrieden mit ihrer Wahl und es war außerdem wahrscheinlicher, dass sie sich nochmal umentscheiden würden (vgl. [D'Angelo/Toma 2017]). Eine mögliche Erklärung für dieses Verhalten bietet Rusbult's Investment Model of Commitment [Rusbult 1980] nach welchem ein gewichtiger Faktor für die Stabilität von Beziehungen die Wahrnehmung der Verfügbarkeit alternativer Partner ist. Wer denkt, dass es genügend Alternativen gibt, ist eher nicht bereit mehr in eine Beziehung zu investieren, folglich leidet die Stabilität dieser. Außerdem wird kritisiert, dass Partner in festen Beziehungen weiterhin Dating Apps nutzen - besonders gefährdet für das weitere Suchen sind Beziehungen, die online entstanden sind (vgl. [Alexopoulos et al. 2020]). Online Dating, so seine Kritiker, fordert bestehende und entstehende Beziehungen heraus, da sich die Partner aufgrund des Überangebots an alternativen Partnern weniger fest einer Beziehung verschreiben und eher in Versuchung geraten fremdzugehen.

„Wo Anziehung normalerweise dem Wissen vom anderen vorausgeht, geht [im Netz] Wissen der Anziehung oder zumindest der physischen Präsenz und Verkörperung romantischer Interaktionen voraus“ [Illouz 2016, 120]. Genau dieses charakteristische Merkmal des Online Datings, welches [Ellrich/Funken 2007] als auf den Kopf stellen der üblichen Verlaufsformen, bzw. „Umdisposition einer üblichen Praxis“ beschreibt, scheint größere Auswirkungen zur Folge zu haben, als der erste Anschein es vermuten lässt. Das „Kennenlernen von innen nach außen (anstatt von außen nach innen)“ [Döring 2003, 244f] sorgt damit für eine Veränderung der gewohnten Abläufe, an die sich erst gewöhnt werden muss.

### 3.2 Andere Meinungen

„Von dem her passen die Liebe und das Netz wunderbar zusammen; als zwei Unbestimmbare, die in ihrer Wandelbarkeit und Beweglichkeit mehr mit dem Diskurs, der über sie geführt wird, spielen als dieser mit ihnen. Treffen deshalb Liebe und Netz aufeinander, passiert weniger die große »Neuformierung« des einen durch den anderen, als sich nun vielmehr zwei im Duett jeder Bestimmung entziehen: Die beiden verschwinden jetzt gemeinsam, konkret in einem Feld der unmöglich vorzudenkenden Möglichkeiten, die vom »perfect match« auf der Dating-Site bis hin zum Streit, der mit einem kleinen E-Mail beginnt und in realiter fortgesetzt wird, reichen können.“ [Eigner/Ritter 2007, 118]

So unterschiedlich und einzigartig jeder Mensch ist, so verschieden ist auch die Liebe, die uns Menschen verbindet. „[Z]wei Menschen [können] ernsthaft und in tiefster Überzeugung gemeinsam über Liebe reden, aber jeweils ganz andere Gefühlsgefüge meinen“ [ibid.]. Dementsprechend schwierig ist es den „richtigen“ Partner an seiner Seite zu finden. Das Internet mit seiner Möglichkeit Menschen anhand bestimmter Kriterien zu verbinden, die sich ohne Online Dating niemals getroffen hätten, bietet hier einen entscheidenden Vorteil. Dem Kritikpunkt des „Choice Overload“ stellt [Rosenfeld 2017] deshalb die Theorie des „Advantage of Choice“ gegenüber. Anstatt von der großen Auswahl überfordert zu werden, kann es dank der umfassenden Auswahl gelingen genau den einen, richtigen Partner zu finden. So ist häufig die Rede von einer erfolgreicheren und effizienteren Suche: es muss weniger Zeit investiert werden, da man meistens direkt mit anderen Suchenden in Verbindung tritt. Zudem spart man sich jede Menge psychischer Belastung und es ist leichter zu verkraften, wenn es eben doch nicht passt. Ferner kann man flexibel genau dann suchen, wenn man selbst gerade Zeit und Lust hat und hat eine enorme Reichweite bei seiner Suche. Erste Untersuchungen zeigen, dass Online Dating Menschen häufiger in neue soziale Kreise bringt und die Gesellschaft von diesen neuen Verbindungen profitiert. Besonders in Amerika finden verstärkt Partner unterschiedlicher Rassen zusammen, was die soziale Abgrenzung verringert und größere Chancen für die Beteiligten (und deren Kinder) bietet (vgl. [Ortega/Hergovich]).

Ein Beispiel dafür, dass die große Reichweite dabei hilft genau den „richtigen“ Partner zu treffen, gibt auch das Ergebnis von [Rosenfeld 2017], der feststellte, dass das Treffen online dazu führt, dass Paare schneller heiraten. Besonders religiösen Menschen, die häufig an einer Ehe interessiert seien, helfe die Möglichkeit gleichdenkende gläubige Partner einfacher zu finden. Es ist jedoch gut möglich, dass es dabei zu einer Stichprobenverzerrung kommt, da besonders viele an einer Hochzeit interessierten Personen online auf die Suche nach einem

geeigneten Partner gehen. Dennoch scheinen sich in diesem Fall Menschen mit gleichem Interesse besser und einfacher finden zu können.

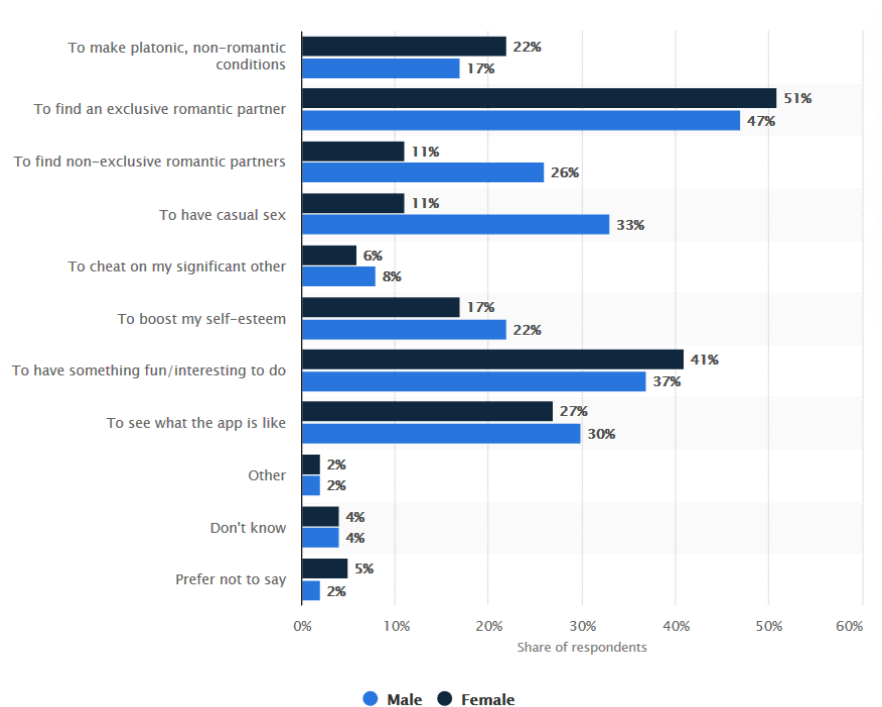
Dafür verantwortlich sein könnte die Tatsache, dass sich beim Online Dating Informationen über den anderen ganz einfach und unpersönlich aus den Profilen ablesen lassen. „[D]as Anonymität gewährende Setting [stimuliert] die Nutzer/-innen zur Preisgabe von Informationen und Selbstdeutungen, die unter den Bedingungen des alltäglichen ›Real Life‹ in Frühphasen des Kennenlernens kaum offen geäußert würden“ [Ellrich/Funken 2007, 68]. Es fällt leichter „schwierige Fragen“ direkt anzusprechen und potenzielle Konflikte schon in der Frühphase einer Beziehung auszuloten. Daraus resultiert, dass es bei vielen Beziehungen zu einem schnellen Abbruch kommt, wenn wesentliche Meinungen und Anschauungen nicht übereinstimmen. Dieses Scheitern ist zu Beginn einer Beziehung auch häufig leichter zu akzeptieren, wenn beide Partner noch nicht so viel verbindet. Obwohl diese geringe Verbindung sicherlich einige Schattenseiten mit sich bringt; man denke nur an das Phänomen des „Ghostings“ oder die zahlreichen Belästigungen denen vermehrt weibliche Suchende ausgesetzt sind. Doch es führt auch „zu einer extrem niedrigen Zugangsschwelle [...], die auch von schüchternen und unattraktiven Personen leicht überwunden werden kann“ [ibid.]. Manch einer, dem es im realen Leben schwerfällt Kontakt zu interessanten Personen aufzubauen, hat diese Hürde online nicht mehr, da die Vermittlung durch die Software übernommen wird. Dies bietet auch im Falle eines Fehlschlags eine einfache Erklärung: man hat den falschen Partner zugewiesen bekommen. Doch das macht nichts – der nächste mögliche Partner wartet schon. [Ellrich/Funken 2007] spricht sogar von einem „Gefühls- und Reaktions-Training“ als eine Ergänzung zur Partnerschaftssuche im realen Leben. „Hier wird der kühle, aber keineswegs böse Blick auf den Markt voller Rivalen, Konkurrenten und Solidargenossen mit der Lust an der menschlichen Wahl- und Handlungsfreiheit auf sehr produktive Weise verknüpft“ [ibid., 89].

Dass bei dieser erfolgsversprechenden Vermittlungsleistung das Geld nicht außen vor bleibt liegt in seiner Natur, es ist nun mal „der Kuppler zwischen dem Bedürfnis und dem Gegenstand, zwischen dem Leben und dem Lebensmittel des Menschen“ [Marx 2004, 131]. Es „verkuppelt Unmöglichkeiten bzw. alle jene Partikel, die sonst vielleicht nie zueinandergefunden hätten“ [Ries 2007, 22]. Und auch „Konsumgüter, die im Liebespiel eine Funktion übernehmen, signalisieren nicht Berechenbarkeit und Dinghaftigkeit, sondern dienen als Symbole der Wertschätzung“ [Ellrich/Funken 2007, 85]. So sei bei der unbeschwerten Verwendung der Begriffe Konsumismus und Kommerzialisierung im Zusammenhang mit dem Dating große Vorsicht geboten (vgl. [ibid.]).

„Das Internet als eine in der Gegenwart primäre Produktivkraft für das Beziehungsgeschehen der Menschen agiert *zwischen* Verdinglichung und Selbstbestimmung gemäß dem Prinzip der Teilung, der gewollten Teilung“ [Ries 2007, 22]. Die Vermutung ist, dass über die durch das Teilen herbeigeführten temporären Entindividuation eine Beziehungskultur verfeinert wird, die vom Verzicht auf die einzig mögliche Partnerschaft, auf die totalitäre Liebe eines ganzen Menschen getragen wird (vgl. [ibid., 20]). Es sei unverständlich warum die Kritik am Dating an der Vielschichtigkeit der medialen Begegnungen vorbei sieht. Auch [Ellrich/Funken 2007] kommen zu dem Ergebnis, dass weder auf eine Tendenz zur Verdinglichung noch auf die Destruktion elementarer körperlicher Voraussetzungen zur Erfüllung menschlicher Liebeswünsche geschlossen werden kann. Es gebe zudem Chancen für komplexere Lösungen, von denen wir heute vielleicht nur träumen können. „Das zentrale Problem, an dem sich die Geister scheiden, liegt offenbar darin, dass im Umgang mit den verschiedenen Spielarten des Internet-Datings sowohl die strategische Anlage der Partnerwahl als auch die kommerziellen Aspekte des Geschehens (jetzt selbst für unreflektierte Akteure) in einer Deutlichkeit hervortreten, die bislang nur durch entlarvende Hintergrundanalysen professioneller Psychologen und Soziologen mit extremen Aufklärungsabsichten oder zynischen Beobachterperspektiven zu gewinnen war“ [ibid., 67].

### 3.3 Motive der Nutzer

Um die Kritik am Online Dating besser einordnen zu können, will ich in diesem Teil genauer auf die Motive seiner Nutzer eingehen. Dazu will ich neben der in Abbildung 2 gezeigten Umfrage von [Statista 2019], die in Amerika knapp 400 Erwachsene zu ihren Nutzungsgründen befragte, auf eine Publikation von [Timmermans/Caluwé 2017] eingehen, welche eine Skala der Nutzungsgründe für die App Tinder entwickelt und ausgewertet haben.



**Abbildung 2: Gründe für die Nutzung von Online Dating Angeboten [Statista 2019]**

Was in der Umfrage zuerst auffällt ist, dass der Hauptgrund für die Nutzung in den meisten Fällen das Interesse an einer romantischen Liebensbeziehung ist. Auch in der Skala lässt sich dieser Punkt finden, hier ist die Rede von einer ernsten Beziehung, sich verlieben und seinen zukünftigen Partner finden. Daneben werden auch weitere Motivationen genannt: so werde Tinder beispielsweise auch dazu genutzt über den/die „Ex“ hinwegzukommen, Partner mit der gleichen sexuellen Orientierung zu finden oder um „sexuelle Erfahrung“ zu sammeln, was in der Umfrage einfacher mit den Worten „to have casual sex“ ausgedrückt wird. Auffallend hier ist vor allem der große Geschlechterunterschied zwischen Mann (33%) und Frau (11%). Sogar der Grund bewusst seinem Partner fremd gehen zu wollen wird in der Umfrage angegeben. Insofern scheint die Kritik, dass Tinder – sogar in bestehenden Beziehungen - zur Suche nach Sex eingesetzt wird, durchaus berechtigt. Dennoch zeigt sich in der Umfrage auch recht deutlich, dass die Gründe über die Suche nach Sex hinausgehen. Die, nach der Partnersuche, am häufigsten angegebenen Gründe sind: etwas witziges/

interessantes zu tun zu haben, sich anschauen wie die App ist, das Selbstbewusstsein zu steigern oder platonische Freundschaften zu schließen. Und auch in der Skala kommt deutlich heraus, dass die Gründe für die Nutzung weitaus vielschichtiger sind als es die Reduktion auf eine Sex-App vermuten lässt. Hier finden sich ebenfalls Zeitvertreib/Unterhaltung, Ablenkung und Neugier. Aber auch weil es alle nutzen, man dazugehören will, ein Freund einem die App empfohlen oder gar direkt ein Nutzerkonto angelegt hat. Soziale Anerkennung, Aufmerksamkeit von anderen, Stärkung des Selbstbewusstseins wird genannt. Nutzer wollen herausfinden wie attraktiv sie auf andere wirken oder ihre sozialen Fähigkeiten bzw. „Flirt-Skills“ testen und verbessern. Doch manch einer nutzt es auch einfach um (beispielsweise in einer großen Stadt) Menschen kennenzulernen, neue Freundschaften und Kontakte zu knüpfen oder auf Reisen Einheimische kennenzulernen und Empfehlungen zu bekommen. [Timmermans/Caluwé 2017] kommt zu dem Ergebnis, dass Tinder nicht hauptsächlich dazu genutzt wird sexuelle Kontakte herzustellen, sondern vielmehr als lokale Such- und Treff-App genutzt wird. Die Ergebnisse weisen darauf hin, dass die App aus deutlich mehr Gründen genutzt wird als sich die Entwickler vorgestellt haben. So sei es besonders wichtig die individuellen Motive hinter der Nutzung zu untersuchen, wenn man Aussagen über die Folgen der Nutzung machen wolle.

### **3.4 Zusammenfassung**

Obwohl die Ursprünge des Online Datings bereits über 20 Jahre zurückliegen, scheint es in diesem Bereich einen großen Mangel an Forschung und umfassender Theorie zu geben. So bemerkt [Ellrich/Funken 2007, 70], dass „[e]mpirische Bestandsaufnahmen [...] aber nur dann wirklich ergiebig [sind], wenn sie in einen theoretischen Rahmen eingebettet werden, der die gesamtgesellschaftliche Situation, in der die Dating-Praxis sich etabliert hat, berücksichtigt.“ Diese Verknüpfung von Empirie und Theorie sei auch deshalb unverzichtbar, weil die erhobenen Daten stets aus einem theoretischen Vorverständnis heraus interpretiert werden. Die grundlegende Untersuchung über die Motive zur Nutzung von Dating-Apps (vgl. [Timmermans/Caluwé 2017]) zeigt deutlich, dass die bisherige Forschung häufig zu voreingenommen an die Thematik herangegangen ist. Dabei wurden einige Beweggründe der Nutzer nur unzureichend untersucht, wodurch sie in der aktuellen Diskussion unterrepräsentiert sind. Außerdem würden die meisten Besucher von Dating-Anwendung „auch andere Kommunikations- und Spielmöglichkeiten [nutzen], die das Netz bietet“ [Ellrich/Funken 2007, 90]. „Um tragfähige Aussagen über gesamtgesellschaftliche Trends zu gewinnen, muss man die ohnehin schon vielfältigen Formen des Internet-Datings in den Kontext weiterer Internet-Anwendungen stellen.“ [ibid.]



## 4 Dating im nicht romantischen Sinne

„Das Netz produziert das In-Beziehung-Setzen von Individuen in seinen medialen Formen. Wesentlich ist, dass diese Beziehungstechniken von Anbeginn an die Faszinationen für das Netz begleiteten. Von den frühen Adventure-Games der MUDs und MOOs über die Messaging-Boards, Chatrooms, Mailing-Listen bis hin zu Weblogs, P2P-Techniken und Avatarwelten offeriert das Netz die vielfältigsten Verabredungs- und Begegnungsszenarien. Die Datingmaschinen sind also nur ein Sonderfall dieser sozialen Logik, der *Produktion von Verhältnissen* im Internet“ [Ries 2007, 15].

Die Begegnung virtueller Avatare im Netz ist besonders im Bereich der Online-Spiele heute im Alltag vieler Menschen angekommen. Das Aufeinandertreffen verschiedener Menschen, häufig über Ländergrenzen hinweg, findet durch Interaktion im Spiel oder Kommunikation über einen bei vielen Spielen eingebauten (Sprach-)Chat statt. Gemeinsam spielt man, spricht sich ab oder verabredet sich zu einer weiteren Partie. Nicht selten entstehen Freundschaften oder werden im realen Leben existierende Freundschaften auch über das gemeinsame Spiel fortgesetzt. Die Spiele ermöglichen es den Spielern in völlig neue (Fantasie-)Welten einzutauchen, neue Eigenschaften, Fähigkeiten und Gegenstände zu gewinnen und ihr Aussehen beliebig zu verändern. Alleine mit dem Verkauf von sogenannten „Skins“, also verschieden aussehenden Outfits für das Erscheinungsbild innerhalb des Spiels, verdienen große F2P-Online-Spiele genügend Geld, um das eigentliche Spiel kostenlos anbieten zu können (vgl. [Fagan 2018]). In anderen Fällen entsteht durch die Spieler ein völlig neuer Markt, welcher „die Grenzen zwischen »realer« Ökonomie, in der mit dem Verkauf der Computerspiele und dem Unterhalt der Spieleserver Geld verdient wird, und einer »virtuellen« Ökonomie [verwischt], bei der für Gegenstände oder soziale Positionen, die nur in Computersimulationen (Spiele, VR-Welten) existieren, »echtes« Geld geboten wird“ [Löw/Stoetzer 2007, 56]. Dabei wird die für den Erhalt diverser Gegenstände, Kenntnisse oder Fertigkeiten investierte Zeit gegen Geld eingetauscht. Dies führt so weit, dass die gesuchten Items professionell erspielt werden, nur um anschließend verkauft zu werden. [Löw/Stoetzer 2007] bemerkt, dass „ ‚Virtual item trading‘ als Loslösung ökonomischer Aspekte von materiellen Gütern [...] Fragen nach Rechten an virtuellen Gegenständen (Eigentum oder Nutzungserlaubnis) sowie nach dem Status eines Kaufvertrags über jene Gegenstände auf[wirft]“. Der große Unterschied zur realen Welt ist dabei, dass die Kontrolle über die virtuelle Welt in den Händen ihres Entwicklers liegt. „In virtuellen Welten können bestehende Güter ohne größeren Aufwand modifiziert, nachproduziert oder eingezogen sowie neue Items bereitgestellt werden. Die Anpassung der

angebotenen Güter an die Nachfrage ist also weitgehend kostenneutral. Dies ist ein wesentlicher Unterschied zur realen Ökonomie, der den Spieleherstellern im virtuellen Raum eine Marktmacht verleiht, die im realweltlichen bezogen auf materielle Güter in der Form nicht erreichbar ist“ [ibid., 57].

Eine vergleichbare Marktmacht findet sich auch bei den großen Internetfirmen, die sich hinter dem Begriff GAFAM verstecken und durch ihre Größe und die Verbreitung und Nutzung ihrer Produkte besonderen Einfluss auf die Veränderung unserer Gesellschaft haben. Ihre Algorithmen schützen sie als Geschäftsgeheimnis und verwandeln damit den Dienst, den alle nutzen, faktisch in eine „Black Box“. Auch beim Thema Steuern gelingt es den Nationalstaaten nicht deren Vermeidung durch die Giganten etwas entgegenzusetzen und so scheinen sie etwas überfordert durch die schnellen und weitreichenden Änderungen, die der digitale Wandel mit sich bringt. Doch genau diese Unternehmen sind es, die über weite Teile die Art unserer virtuellen Beziehungen und deren „Spielregeln“ festlegen. Den Einfluss auf unser soziales Zusammenleben will ich folgend anhand einiger Punkte skizzieren.

Gerade in Zeiten der COVID-19-Pandemie merken wir, wie sehr uns das Internet verbindet. Über den Austausch von Textnachrichten, das Verschicken von Bildern oder Videos bis hin zum Live-Kontakt per Videoanruf lassen sich soziale Beziehungen in Zeiten der Kontaktsperre aufrechterhalten. Die den beschreibenden Namen tragenden „sozialen Netzwerke“ wie Facebook, Twitter und Instagram lassen uns unser Leben, Eindrücke und Gedanken mit anderen Menschen teilen. Über Facebook lassen sich zudem Veranstaltungen erstellen und diese mit anderen Menschen teilen, man kann Interesse bekunden und Zusagen geben, die im direkten Zusammenhang mit dem realen Leben stehen. Über andere Plattformen wie Reddit, Pinterest und Flickr finden sich Menschen mit gemeinsamen Hobbys, inspirieren sich gegenseitig und tauschen Wissen aus. Besonders Videos sind als „Tutorials“ geeignet und so lässt sich auf YouTube vom Trick bei einem Computerspiel über den Haarschnitt bis hin zum Anschluss einer Waschmaschine alles finden. Auch Lern- und Informationsvideos finden im Internet Platz. Insgesamt reicht der Wissensaustausch vom Satz des Pythagoras bis hin zu komplizierten wissenschaftlichen Texten und Studien. Gerade hier können die Suchfunktionen, die über das Internet täglich mehrere Milliarden mal genutzt werden, weiterhelfen. Über Netzwerke wie LinkedIn oder Xing ist die Kontaktsuche und -verwaltung über das Internet auch im Arbeitsleben angekommen. Der Aufbau eines eigenen Netzwerks spielt eine immer größere Rolle für den Erfolg der Karriere oder die Mehrung eigenen Reichtums (vgl. [Illouz 2016, 103]). Auf der Suche nach einem Job oder umgekehrt für den Headhunter nach der geeigneten Person, lassen sich im Netz schnell die

gesuchten Informationen finden und Kontakte herstellen. An Arbeitnehmer werden neue Erwartungen gestellt, persönliche Eigenschaften und Fähigkeiten nehmen einen höheren Stellenwert bei der Entscheidung für oder gegen die Jobzusage ein (vgl. [Kellner 2007, 100]). Auch die Veränderungen am Arbeitsplatz fordern die Arbeitnehmer und Arbeitgeber auf neue Arten heraus: neue Wege der Kommunikation mit Partnern und Kunden, erweiterte Serviceangebote und Veränderungen der internen Kommunikation machen das Arbeitsleben heute zu einem völlig anderen als das vor Beginn des digitalen Wandels. Auch die Möglichkeiten der Kommunikation und des Datenaustauschs über weite Distanzen schaffen neue Möglichkeiten wie Meetings mit Kollegen aus anderen Ländern oder Arbeit von Zuhause aus, das sog. „Homeoffice“.

Einen weiteren Grund das eigene Haus nicht mehr zu verlassen bieten die Möglichkeiten online zu bestellen und sich alles bequem an die Haustüre liefern zu lassen. Was in Zeiten der Corona-Krise die Versorgung aufrechterhalten und kleineren Restaurants ein Überleben sichern kann, hat weitreichende Folgen für die Innenstädte und Ladengeschäfte. Der Übermacht eines Konzerns wie Amazon haben sie im Preiskampf kaum etwas entgegensetzen. Besonders in der jetzt folgenden Zeit „nach Corona“ wird die generell schon angespannte Situation verschärft auf die Probe gestellt. Doch auch hier kann über die sozialen Medien auf die Situation aufmerksam gemacht werden und auf solidarische und hilfsbereite Reaktionen der Mitbürger gehofft werden, wie sie beispielsweise die Nachbarschaftshilfe zeigt. Die vergrößerte Reichweite, die kleine Projekte und Initiativen haben können und deren Einfluss auf die globale Politik diskutiert auch [Marchart et al. 2007]. Nicht nur die gemeinsame Verabredung wie es beispielsweise die „Fridays for Future“-Proteste vorgemacht haben, sondern besonders auch die Möglichkeit über das Internet weitaus mehr Menschen auf Probleme aufmerksam zu machen sind ein unschätzbare Vorteil der digitalen Kommunikation. Dass das Zusammenfinden von Menschen mit gleichen Interessen (oder Reisezielen) schon gut über das Internet funktioniert zeigen der Erfolg von Carsharing-Angeboten, lokaler Marktplätzen wie Ebay Kleinanzeigen oder die Nutzung von AirBnB und Couchsurfing, die es Privatpersonen erlauben ihre Schlafplätze fremden Menschen zur Verfügung zu stellen. So ist das Internet auch aus der gesamten Tourismusbranche nicht mehr wegzudenken.

Insgesamt zeigt sich, dass der digitale Wandel in allen Bereichen unseres Lebens angekommen ist und diese nachdrücklich verändert. Dass die Auswirkungen dieser Umformung nicht ausschließlich positiv sind, sondern auch mit kritischem Blick betrachtet werden sollten, steht außer Frage. So lässt sich die Erkenntnis, dass der digitale Wandel für die soziale Interaktion und die zwischenmenschlichen Verhältnisse Chancen aber auch

Risiken birgt, die von der Wissenschaft weiterhin aufmerksam beobachtet und differenziert untersucht werden sollten, auf die gesamtgesellschaftliche Situation übertragen und ist nicht alleine auf den Bereich des Online Datings begrenzt.

## **5 Fazit**

Am Ende will ich mich weder der Seite der Kritiker noch ihrer Gegenseite anschließen. Online Dating als Phänomen im digitalen Wandel bleibt vor allem ein Forschungsfeld mit vielen offenen Fragen, die untersucht werden wollen. Sind die Gründe für die Nutzung schon hinreichend erforscht? Welche Folgen lassen sich bestimmten Motivationen der Suchenden zuordnen? Wie verändert sich unsere Gesellschaft und unser Zusammenleben durch die Nutzung von Online Dating Angeboten? Und sind nicht einige der beobachteten Dating-Phänomene nur auf die Tatsache zurückzuführen, dass das Internet sie deutlicher aufzeigt als es eine Beobachtung im realen Leben ermöglicht?

Die Wichtigkeit dieser Untersuchungen, die Diskussion ihrer Ergebnisse und die Einbettung in einen theoretischen Rahmen soll dabei ausdrücklich betont werden. Nur so lassen sich die Chancen und Risiken des Online Datings aufzeigen und gegeneinander abwägen – eine Entscheidung, die letztlich jeder Nutzer für sich selbst treffen muss.

## Literaturverzeichnis

- Alexopoulos, C., Timmermans, E., McNallie, J., Swiping more, committing less: Unraveling the links among dating app use, dating app success, and intention to commit infidelity, in: *Computers in Human Behavior* (2020) 102, S. 172–180.
- Cambridge English Dictionary, DATE | meaning, 2020, URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/date?q=to+date>, gelesen am 18.3.2020.
- D'Angelo, J.D., Toma, C.L., There Are Plenty of Fish in the Sea: The Effects of Choice Overload and Reversibility on Online Daters' Satisfaction With Selected Partners, in: *Media Psychology*, 20 (2017) 1, S. 1–27.
- Döring, N., Internet-Liebe: Zur technischen Mediatisierung intimer Kommunikation, in: Höflich, J.R., Gebhardt, J. (Hrsg.), *Vermittlungskulturen im Wandel. Brief, E-mail, SMS*, Frankfurt am Main, 2003, S. 233–264.
- Duden, *Sprache sagt alles*, 2020, URL: <https://www.duden.de/>, gelesen am 17.3.2020.
- Eigner, C., Ritter, M., Doppelte Verführung., in: Fraueneder, H., Mairitsch, K., Ries, M. (Hrsg.), *dating.21*, transcript Verlag, Bielefeld, 2007, S. 117–124.
- Ellrich, L., Funken, C., Liebeskommunikation in Datenlandschaften, in: Fraueneder, H., Mairitsch, K., Ries, M. (Hrsg.), *dating.21*, transcript Verlag, Bielefeld, 2007, S. 67–97.
- Fagan, K., Fortnite — a free video game — is a billion-dollar money machine, in: *Business Insider* (2018).
- Fraueneder, H., Mairitsch, K., Ries, M., *dating.21*, transcript Verlag, Bielefeld, 2007.
- Gräbe, H.-G., *Digital Skills und Nachhaltigkeit*, 2020, URL: [http://www.informatik.uni-leipzig.de/~graebe/skripte/2019w\\_iadw.zip](http://www.informatik.uni-leipzig.de/~graebe/skripte/2019w_iadw.zip), gelesen am 11.05.2020.
- Illouz, E., *Gefühle in Zeiten des Kapitalismus*, 6. Aufl., Suhrkamp, Frankfurt am Main, 2016.
- Iyengar, S.S., Lepper, M.R., When choice is demotivating: Can one desire too much of a good thing?, in: *Journal of Personality and Social Psychology*, 79 (2000) 6, S. 995–1006.
- Kellner, W., Wer ich bin und was ich kann., in: Fraueneder, H., Mairitsch, K., Ries, M. (Hrsg.), *dating.21*, transcript Verlag, Bielefeld, 2007, S. 99–116.
- Kranzlmüller, P., Die Taktik der Vereinnahmung., in: Fraueneder, H., Mairitsch, K., Ries, M. (Hrsg.), *dating.21*, transcript Verlag, Bielefeld, 2007, S. 193–205.

- Lewanczik, N., Tinder mit 1,2 Milliarden US-Dollar Umsatz 2019 – und Datenschutzproblemen, 2020, URL:  
<https://onlinemarketing.de/unternehmensnews/tinder-umsatz-2019-datenschutzprobleme>, gelesen am 06.05.2020.
- Löw, M., Stoetzer, S., Begegnungen als Vergegnungen., in: Fraueneder, H., Mairitsch, K., Ries, M. (Hrsg.), *dating.21*, transcript Verlag, Bielefeld, 2007, S. 47–66.
- Luber, S., Was ist Digitalisierung?, in: *BigData-Insider* (2019).
- Marchart, O., Adolphs, S., Hamm, M., Taktik und Taktung., in: Fraueneder, H., Mairitsch, K., Ries, M. (Hrsg.), *dating.21*, transcript Verlag, Bielefeld, 2007, S. 207–224.
- Marx, K., *Ökonomisch-philosophische Manuskripte*, in: Fetscher, I. (Hrsg.), *Studienausgabe Band II. Politische Ökonomie*, 1. Aufl., Aufbau, Berlin, 2004, S. 38–135.
- Ortega, J., Hergovich, P., The Strength of Absent Ties: Social Integration via Online Dating, URL: <http://arxiv.org/pdf/1709.10478v3>.
- Pronk, T., Denissen, J., A Rejection Mind-Set: Choice Overload in Online Dating, in: *Social Psychological and Personality Science* (2019), DOI: 10.1177/1948550619866189.
- Ries, M., „Zeigt mir, wen ich begehren soll.“, in: Fraueneder, H., Mairitsch, K., Ries, M. (Hrsg.), *dating.21*, transcript Verlag, Bielefeld, 2007, S. 11–24.
- Rosenfeld, M., Marriage, Choice, and Couplehood in the Age of the Internet, in: *Sociological Science*, 4 (2017), S. 490–510.
- Rosenfeld, M.J., Thomas, R.J., Hausen, S., Disintermediating your friends: How online dating in the United States displaces other ways of meeting, in: *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 116 (2019) 36, S. 17753–17758.
- Rusbult, C.E., Commitment and satisfaction in romantic associations: A test of the investment model, in: *Journal of Experimental Social Psychology*, 16 (1980) 2, S. 172–186.
- Simmel, G., *Soziologie. Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung*, Suhrkamp, Frankfurt am Main, 1992.
- Statista, Die umsatzstärksten iPhone-Apps, 2018, URL:  
<https://de.statista.com/infografik/10335/top-10-iphone-apps-nach-umsatz-in-deutschland/>.

- Statista, U.S. online dating website and app usage reasons by gender, 2019, URL:  
<https://www.statista.com/statistics/976223/reasons-why-adults-use-dating-websites-apps-usa-gender/>, gelesen am 17.05.2020.
- Strubel, J., Petrie, T.A., Love me Tinder: Body image and psychosocial functioning among men and women, in: *Body image*, 21 (2017), S. 34–38.
- Timmermans, E., Caluwé, E. de, Development and validation of the Tinder Motives Scale (TMS), in: *Computers in Human Behavior*, 70 (2017), S. 341–350.
- Verhage, J., Tinder Projects Its Paid Subscriber Base Will Double in 2016, in: *Bloomberg* (2016).
- Žakelj, T., Kocon, D., Svab, A., Kuhar, R., Internet dating as a project: the commodification and rationalisation of online dating, in: *Družboslovne razprave* (2015), S. 7–24.