

DOKUMENTATION – Zusammenfassung

Kundenbefragung: Online-Partnerbörsen und Dating-Apps 2022



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Im Auftrag des Nachrichtensenders ntv
Hamburg, 7. Dezember 2022

UNTERNEHMEN KONTAKT

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: 040 27 88 91 48 11
Fax: 040 27 88 91 48 91
m.hamer@disq.de
www.disq.de

Markus Hamer
Geschäftsführender
Gesellschafter

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: 040 27 88 91 48 12
Fax: 040 27 88 91 48 91
b.moeller@disqmedia.de
www.disq.de

Bianca Möller
Geschäftsführerin
DISQ Media

Die folgenden Seiten sind ein Auszug. Die Gesamtdokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 400 Euro (zzgl. MwSt.).

Fotoquellen: Oliver Görmandt-Schade (2), Getty Images/Wavebreakmedia

Sitz	Hamburg
Gründung	Juni 2006
Ziele	Transparenz schaffen; Verbesserung der Servicequalität in Deutschland
Status	Privatwirtschaftliches Institut (ohne öffentliche Zuschüsse), verbraucherorientiert, unabhängig (keine Studien im Auftrag von Unternehmen)
Ausrichtung	Mediendienstleister für TV-Sender sowie Publikums- und Fachpresse
Aufgabenfeld	Durchführung von Mystery-Shopping-Studien, Tests und Kundenbefragungen auf Basis standardisierter, objektiver und aktueller Marktforschungsmethodik
Mitarbeiter	Expertenteam aus Ökonomen, Soziologen und Psychologen sowie über 2.000 geschulte Testerinnen und Tester in ganz Deutschland
Beirat	Vorsitz: Brigitte Zypries / Bundesministerin a. D. (Wirtschaft und Justiz) Jochen Dietrich / Journalist, Experte ntv Wirtschaftsmagazine Marianne Voigt / Unternehmerin, Aufsichtsrätin
Verantwortung	Partnerschaft mit myclimate, Auszeichnung für Klimaneutralität

Inhaltsverzeichnis

Die folgenden Seiten sind ein Auszug. Die Gesamtdokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 400 Euro (zzgl. MwSt.).

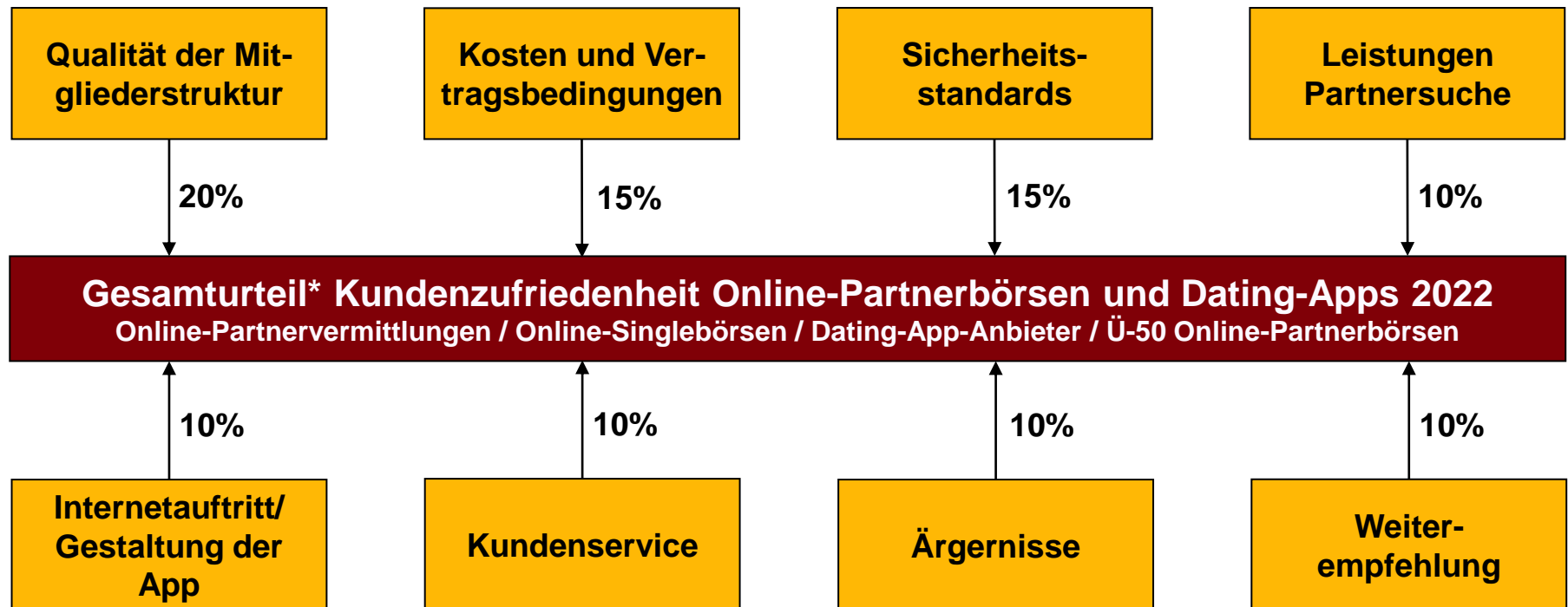
	Seite
1. Zahlen und Fakten zur Studie	5
2. Fazit	7
3. Die besten Unternehmen	8
4. Gesamturteil Kundenzufriedenheit	10
Online-Partnervermittlungen	10
Online-Singlebörsen	13
Dating-App-Anbieter	16
Ü-50 Online-Partnerbörsen	19
5. Stärken und Schwächen der Branche	22
6. Methodik	28
Anhang	34

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Auftraggeber	Nachrichtensender ntv
Studienumfang	28 Online-Partnerbörsen; 27 in der Einzelauswertung, die mindestens 100 Kundenmeinungen erreichten: 5 Online-Partnervermittlungen, 9 Online-Singlebörsen, 7 Dating-App-Anbieter und 6 Ü-50 Online-Partnerbörsen
Studienzeitraum	Juli bis November 2022
Befragungszeit	4. August bis 31. Oktober 2022
Befragte	Personen (18 Jahre und älter), die bei einer Online-Partnerbörse angemeldet sind oder in den vergangenen 12 Monaten angemeldet waren
Teilnehmerzahl	n = 2.877 Online-Partnervermittlungen: n = 589, Online-Singlebörsen: n = 937, Dating-App-Anbieter: n = 735, Ü-50 Online-Partnerbörsen: n = 616
Kriterien	Qualität der Mitgliederstruktur, Kosten und Vertragsbedingungen, Sicherheitsstandards, Leistungen Partnersuche, Internetauftritt/Gestaltung der App, Kundenservice, Ärgernisse sowie Weiterempfehlung
Erhebung	Kundenbefragung über ein Online-Access-Panel; standardisierter Fragebogen zur Kundenzufriedenheit

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Bewertungskriterien und Gewichtungen



* In die Festlegung der Gewichtungen flossen die Ergebnisse einer linearen Regression sowie die Relevanz der einzelnen Kriterien aus Sicht der Kundinnen und Kunden ein.

3. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
Gesamturteil Kundenzufriedenheit Online-Partnervermittlungen	Parship	Lemonswan	Elitepartner
Qualität der Mitgliederstruktur	Elitepartner	Lemonswan	Parship
Kosten und Vertragsbedingungen	Parship	Lemonswan	eDarling
Sicherheitsstandards	Lemonswan	Parship	Elitepartner
Leistungen Partnersuche	Parship	Lemonswan	Elitepartner
Internetauftritt	Parship	eDarling	Lemonswan
Kundenservice	Parship	Lemonswan	Elitepartner
Ärgernisse	Elitepartner	Lemonswan	Parship
Weiterempfehlung	Parship	Parwise.de	Lemonswan
Gesamturteil Kundenzufriedenheit Online-Singlebörsen	Lovescout24	Neu.de	Finya
Qualität der Mitgliederstruktur	Lablue	Dating Cafe	Bildkontakte.de
Kosten und Vertragsbedingungen	Finya	Lablue	Lovescout24
Sicherheitsstandards	Lovescout24	Neu.de	Kissnofrog.com
Leistungen Partnersuche	Lovescout24	Dating Cafe	Neu.de
Internetauftritt	Lovescout24	Neu.de	Flirt-fever.de
Kundenservice	Lovescout24	Flirt-fever.de	Neu.de
Ärgernisse	Lovescout24	Bildkontakte.de	Neu.de
Weiterempfehlung	Finya	Lovescout24	Neu.de

3. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
Gesamturteil Kundenzufriedenheit Dating-App-Anbieter	Bumble	Tinder	Okcupid
Qualität der Mitgliederstruktur	Tinder	Badoo	Bumble
Kosten und Vertragsbedingungen	Bumble	Tinder	Okcupid
Sicherheitsstandards	Bumble	Lovoo	Jaumo
Leistungen Partnersuche	Tinder	Bumble	Jaumo
Gestaltung der App	Tinder	Lovoo	Bumble
Kundenservice	Okcupid	Tinder	Badoo
Ärgernisse	Bumble	Tinder	Okcupid
Weiterempfehlung	Bumble	Tinder	Badoo
Gesamturteil Kundenzufriedenheit Ü-50 Online-Partnerbörsen	Silber-Singles	Zweisam	50plus-Treff
Qualität der Mitgliederstruktur	Silber-Singles	Zweisam	Lebensfreunde
Kosten und Vertragsbedingungen	Silber-Singles	50plus-Treff	Zweisam
Sicherheitsstandards	Silber-Singles	Lebensfreude50.de	Zweisam
Leistungen Partnersuche	Zweisam	50plus-Treff	Silber-Singles
Internetauftritt	Silber-Singles	Zweisam	Lebensfreude50.de
Kundenservice	Silber-Singles	Zweisam	Lebensfreude50.de
Ärgernisse	Zweisam	50plus-Treff	Silber-Singles
Weiterempfehlung	Silber-Singles	Lebensfreunde	Zweisam

4. Gesamturteil Kundenzufriedenheit Online-Partnervermittlungen

Gesamturteil Kundenzufriedenheit Online-Partnervermittlungen			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Parship	65,0	befriedigend
2	Lemonswan	64,9	befriedigend
3	Elitepartner	63,9	befriedigend
4	eDarling	63,0	befriedigend
5	Parwise.de	61,5	befriedigend
	Gesamt	63,7	

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100. Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

4. Gesamturteil Kundenzufriedenheit Online-Singlebörsen

Gesamturteil Kundenzufriedenheit Online-Singlebörsen			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Lovescout24	63,6	befriedigend
2	Neu.de	61,9	befriedigend
3	Finya	61,7	befriedigend
4	Lablue	61,0	befriedigend
5	Bildkontakte.de	61,0	befriedigend
6	Dating Cafe	60,9	befriedigend
7	Flirt-fever.de	59,6	ausreichend
8	Single.de	59,0	ausreichend
9	Kissnofrog.com	58,3	ausreichend
	Gesamt	60,8	

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100. Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

4. Gesamturteil Kundenzufriedenheit Dating-App-Anbieter

Gesamturteil Kundenzufriedenheit Dating-App-Anbieter			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Bumble	62,8	befriedigend
2	Tinder	62,1	befriedigend
3	Okcupid	60,2	befriedigend
4	Badoo	59,7	ausreichend
5	Lovoo	59,1	ausreichend
6	Jaumo	58,3	ausreichend
7	Joyce	54,9	ausreichend
	Gesamt	59,7	

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100. Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

4. Gesamturteil Kundenzufriedenheit Ü-50 Online-Partnerbörsen

Gesamturteil Kundenzufriedenheit Ü-50 Online-Partnerbörsen			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Silber-Singles	64,4	befriedigend
2	Zweisam	63,3	befriedigend
3	50plus-Treff	62,1	befriedigend
4	Lebensfreude50.de	60,8	befriedigend
5	Lebensfreunde	60,2	befriedigend
6	Date50.de	58,7	ausreichend
	Gesamt	61,6	

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100. Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

6. Methodik

Untersuchungsumfang

In der Auswertung waren folgende 27 Unternehmen, die von jeweils mindestens 100 Befragungsteilnehmern beurteilt wurden (jeweils in alphabetischer Reihenfolge):

Online-Partnervermittlungen	Online-Singlebörsen	Dating-App-Anbieter	Ü-50 Online-Partnerbörsen
■ eDarling	■ Bildkontakte.de	■ Badoo	■ 50plus-Treff
■ Elitepartner	■ Dating Cafe	■ Bumble	■ Date50.de
■ Lemonswan	■ Finya	■ Jaumo	■ Lebensfreude50.de
■ Parship	■ Flirt-fever.de	■ Joyce	■ Lebensfreunde
■ Parwise.de	■ Kissnofrog.com	■ Lovoo	■ Silber-Singles
	■ Lablue	■ Okcupid	■ Zweisam
	■ Lovescout24	■ Tinder	
	■ Neu.de		
	■ Single.de		

Weitere Anbieter, zu denen sich weniger als 100 Befragte äußerten, wurden in der Kategorie „Sonstige“ zusammengefasst.

Fragen

Wie zufrieden sind/waren Sie mit ...

- der **Qualität der Mitgliederstruktur** bei xxx*?
(Anzahl, Seriosität, passende Zielgruppe, Attraktivität, keine Fake-Profile, Anzahl und Qualität der Zuschriften, Aktive Mitglieder/ Löschung inaktiver Profile etc.)
- den **Kosten und Vertragsbedingungen** bei xxx*?
(Preise, Zahlungsmöglichkeiten, Transparenz der Vertragsbedingungen und Preise, Laufzeit der Mitgliedschaft, Kündigung, automatische Verlängerung der Mitgliedschaft etc.)
- den **Sicherheitsstandards** bei xxx*?
(Schutz der persönlichen Daten, Autorisierung über persönliche Dokumente, Meldemöglichkeit „verdächtiger“ Mitglieder, Sperrfunktion für unerwünschte Mitglieder, Verschlüsselung der Verbindung bei der Eingabe persönlicher Daten etc.)

* xxx steht für die zu Beginn der Befragung ausgewählte Online-Partnerbörse.

Fragen

Wie zufrieden sind/waren Sie mit ...

- den **Leistungen** in Bezug auf die **Partnersuche** bei xxx*?
(Anzahl und Qualität der Partnervorschläge, Möglichkeiten der Kontaktaufnahme zu anderen Mitgliedern, Ratgeber/Tipps zur Partnersuche und zur eigenen Präsentation/zur eigenen Profilseite, Zusatzangebote wie Single-Events und App für Mobilgeräte etc.)
- dem **Internetauftritt des Online-Portals bzw. der Gestaltung der App von xxx*?**
(Funktionalität wie Chatmöglichkeiten oder Mitglieder-Suchfunktion, Layout und Bedienungsfreundlichkeit des Portals/der App, verfügbare Informationen, Anmeldeverfahren, Präsentation/ Möglichkeiten auf der eigenen Profilseite etc.)
- dem **Kundenservice** bei xxx*?
(Service per Telefon und E-Mail, Chat, Hilfestellung bei Problemen, Kompetenz der Mitarbeiter, Newsletter, Hinweise zur Vertragsverlängerung, Informationsfluss etc.)

* xxx steht für die zu Beginn der Befragung ausgewählte Online-Partnerbörse.

Antwortoptionen

Beurteilung auf einer Skala von „sehr unzufrieden“ (-2) bis „sehr zufrieden“ (+2) sowie die Antwortmöglichkeit „keine Angabe“

Fallzahlen*

Qualität der Mitgliederstruktur:	n = 2.781
Kosten und Vertragsbedingungen:	n = 2.574
Sicherheitsstandards:	n = 2.224
Leistungen Partnersuche:	n = 2.788
Internetauftritt/Gestaltung der App:	n = 2.713
Kundenservice:	n = 2.033

* Basis: alle Befragten, n = 2.877. Fallzahlen variieren aufgrund der Antwortmöglichkeit „keine Angabe“.

Frage

Haben Sie sich schon einmal bei xxx* über etwas geärgert?

Antwortoptionen

Ja / Nein

Fallzahlen**

Befragungsteilnehmer, die sich schon einmal bei ihrer Online-Partnerbörse (n = 375) über etwas geärgert hatten, konnten anschließend den Grund für ihr Ärgernis benennen.

Folgefrage

Worüber haben Sie sich geärgert?

Antwortoptionen

13 Antwortoptionen plus Möglichkeit der Freitexteingabe;
Mehrfachnennung möglich

* xxx steht für die zu Beginn der Befragung ausgewählte Online-Partnerbörse.

** Basis: alle Befragten, n = 2.877.

6. Methodik

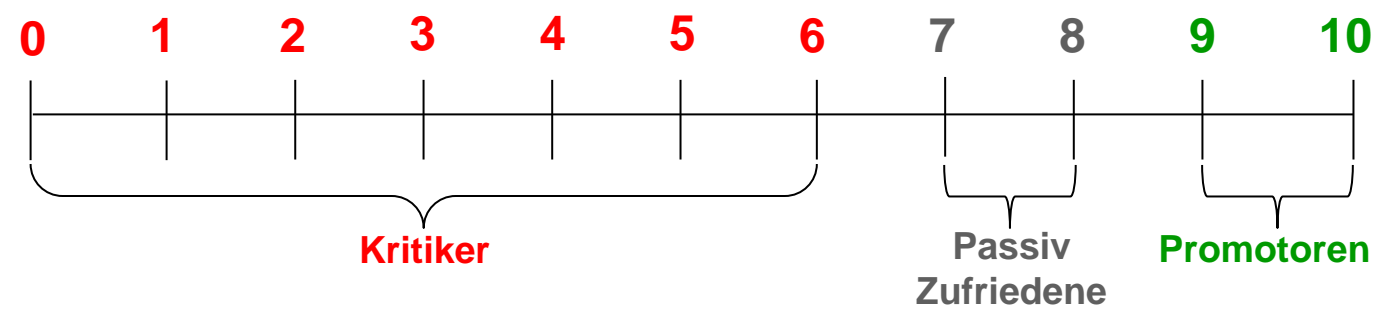
Frage

Erhebung

Skala

Mit welcher Wahrscheinlichkeit würden Sie die bewertete Online-Partnerbörse oder Dating-App Ihren Verwandten oder Freunden weiterempfehlen?

Net Promoter Score: Befragungsteilnehmer bewerten die Wahrscheinlichkeit der Weiterempfehlung auf einer Skala von 0 (sehr unwahrscheinlich) bis 10 (sehr wahrscheinlich). Der prozentuale Anteil der Befragten mit einem Wert von 0 bis 6 (Kritiker) wird von dem prozentualen Anteil derjenigen mit Werten von 9 und 10 (Promotoren) abgezogen. Somit ergibt sich ein Wert, der zwischen -100 und +100 liegen kann.



$$NPS = \text{Promotoren (\%)} - \text{Kritiker (\%)}$$

* Der Net Promoter Score (NPS) ist eine registrierte Marke von Satmetrix Systems, Inc., Bain & Company und Fred Reicheld.

	Seite
A. Kundenerfahrungen	35
B. Ergebnisse der Teilbereiche	37
Qualität der Mitgliederstruktur	37
Kosten und Vertragsbedingungen	41
Sicherheitsstandards	45
Leistungen Partnersuche	49
Internetauftritt/Gestaltung der App	53
Kundenservice	57
Ärgernisse	61
Weiterempfehlung	66
C. Weitere Ergebnisse	70
D. Demografie	83
E. Allgemeine Methodik	85
F. Klimaneutralität	86

D. Demografie

Geschlecht	
Männlich	51,3%
Weiblich	48,4%
Divers	0,3%

Bundesländer	
Baden-Württemberg	8,6%
Bayern	8,3%
Berlin	5,4%
Brandenburg	2,7%
Bremen	3,0%
Hamburg	4,6%
Hessen	8,6%
Mecklenburg-Vorpommern	4,0%
Niedersachsen	10,3%
Nordrhein-Westfalen	12,9%
Rheinland-Pfalz	6,6%
Saarland	2,8%
Sachsen	6,2%
Sachsen-Anhalt	5,1%
Schleswig-Holstein	4,7%
Thüringen	6,2%

Alter	
18 bis 19 Jahre	0,5%
20 bis 29 Jahre	12,1%
30 bis 39 Jahre	34,7%
40 bis 49 Jahre	26,4%
50 bis 59 Jahre	21,8%
60 Jahre und älter	4,5%

D. Demografie

Bildungsabschluss	
(Noch) kein Schulabschluss / noch Schülerin/Schüler an allgemeinbildender Schule	0,0%
Volks-/Grund-/Hauptschule ohne abgeschlossene Lehre/Berufsausbildung	1,5%
Volks-/Grund-/Hauptschule mit abgeschlossener Lehre/Berufsausbildung	10,5%
Mittlere Reife / weiterführende Schule ohne Abitur	30,8%
Abitur / Hochschulreife ohne Studium	37,8%
Studium (Universität, Hochschule, Fachhochschule, Akademie, Polytechnikum)	19,4%

Erwerbsstatus	
Nicht erwerbstätig / arbeitslos	3,1%
Angestellt (Vollzeit)	58,8%
Angestellt (Teilzeit)	16,1%
Selbstständig	14,0%
Schulpflichtig / studierend	4,5%
Pensioniert / in Rente	3,5%

Anzahl im Haushalt lebender Personen	
Eine Person	70,5%
Zwei Personen	22,6%
Drei Personen	6,2%
Vier oder mehr Personen	0,7%

Fragen: Soziodemografische Daten; Basis: alle Befragten, n = 2.877.

E. Allgemeine Methodik

Kundenbefragung

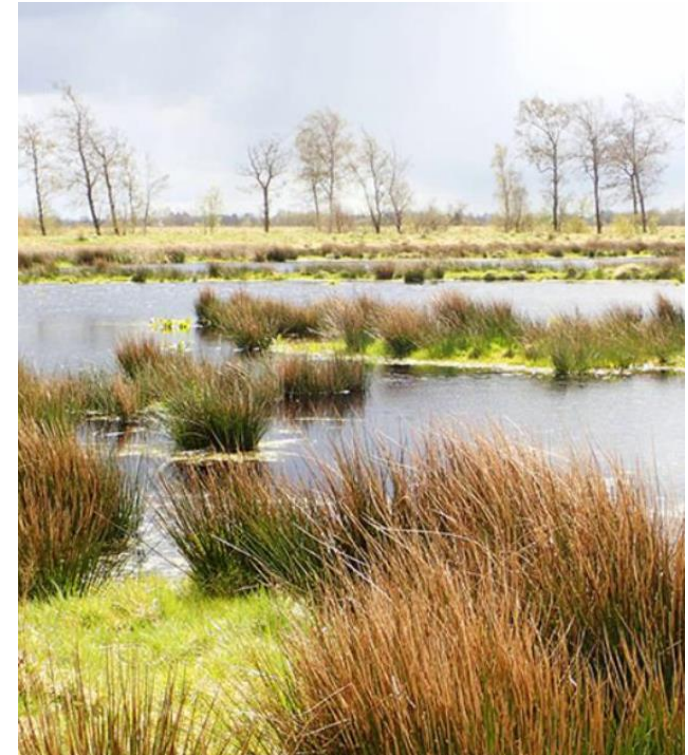
- **Verfahren:** Internetgestütztes Verfahren des Computer Assisted Web Interviewing (CAWI). Die Interviewten füllen die Fragebögen direkt online aus.
- **Analyse:** In der Befragung kommt ein standardisiertes Befragungsinstrument zum Einsatz. Die Zufriedenheitswerte werden branchenübergreifend auf einer Likert-Skala mit fünf Ausprägungen erhoben, die in ein Punktesystem von 0 bis 100 überführt wird.
- **Rekrutierung:** Allgemeine Verbraucherbefragungen basieren auf einem Online-Access-Panel. Spezielle Personenkreise werden dagegen über verschiedene Kontaktwege durch gezielte Ansprache für eine Teilnahme gewonnen.
- **Untersuchungssample:** Das offene Design der Fragebögen gewährleistet, dass jedes Unternehmen/jede Marke der betrachteten Branche in die Untersuchung eingehen kann.
- **Stichprobengröße:** Der Stichprobenumfang einer Kundenbefragung richtet sich nach dem Untersuchungsziel und der Branche. Unternehmen/Marken, welche mindestens 100 bzw. 80 Kundenmeinungen erreichen, werden einzeln ausgewertet.
- **Qualitätskontrolle:** Kontrollfragen und rotierende Elemente im Design des Fragebogens, ausreichende Stichproben, die Prüfung von IP-Adressen und eine sorgfältige Datenbereinigung stellen die Qualität der Ergebnisse sicher.
- **Gesamtergebnis:** In die Festlegung der Gewichtungen fließen die Ergebnisse einer linearen Regression und die Relevanz der Kriterien aus Sicht der Kundinnen und Kunden ein.

F. Klimaneutralität

Auszeichnung durch myclimate



- Jährliche Berechnung des CO₂-Fußabdrucks des DISQ durch Umweltexperten von myclimate
- Regelmäßige Prüfung und Umsetzung weiterer CO₂-Reduktionsmaßnahmen
- Kompensation aller aktuell unvermeidbaren CO₂-Emissionen in einem Projekt zur Renaturierung des Königsmoores in Schleswig-Holstein
- Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmenskultur
- Mehr dazu online unter: disq.de/klima



Aktuelles Projekt: Wiedervernässung von Hochmoorgrünland im Königsmoor in Schleswig-Holstein