

DOKUMENTATION – Zusammenfassung

Studie: Online-Partnerbörsen 2022



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Im Auftrag des Nachrichtensenders ntv
Hamburg, 27. Januar 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 Görnandt-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. Gesamtergebnis	9
Online-Partnervermittlungen	9
Online-Singlebörsen	12
Ü50-Online-Partnerbörsen	15
5. Stärken und Schwächen der Branche	18
Online-Partnervermittlungen	18
Online-Singlebörsen	26
Ü50-Online-Partnerbörsen	34
6. Methodik	42
Anhang	63

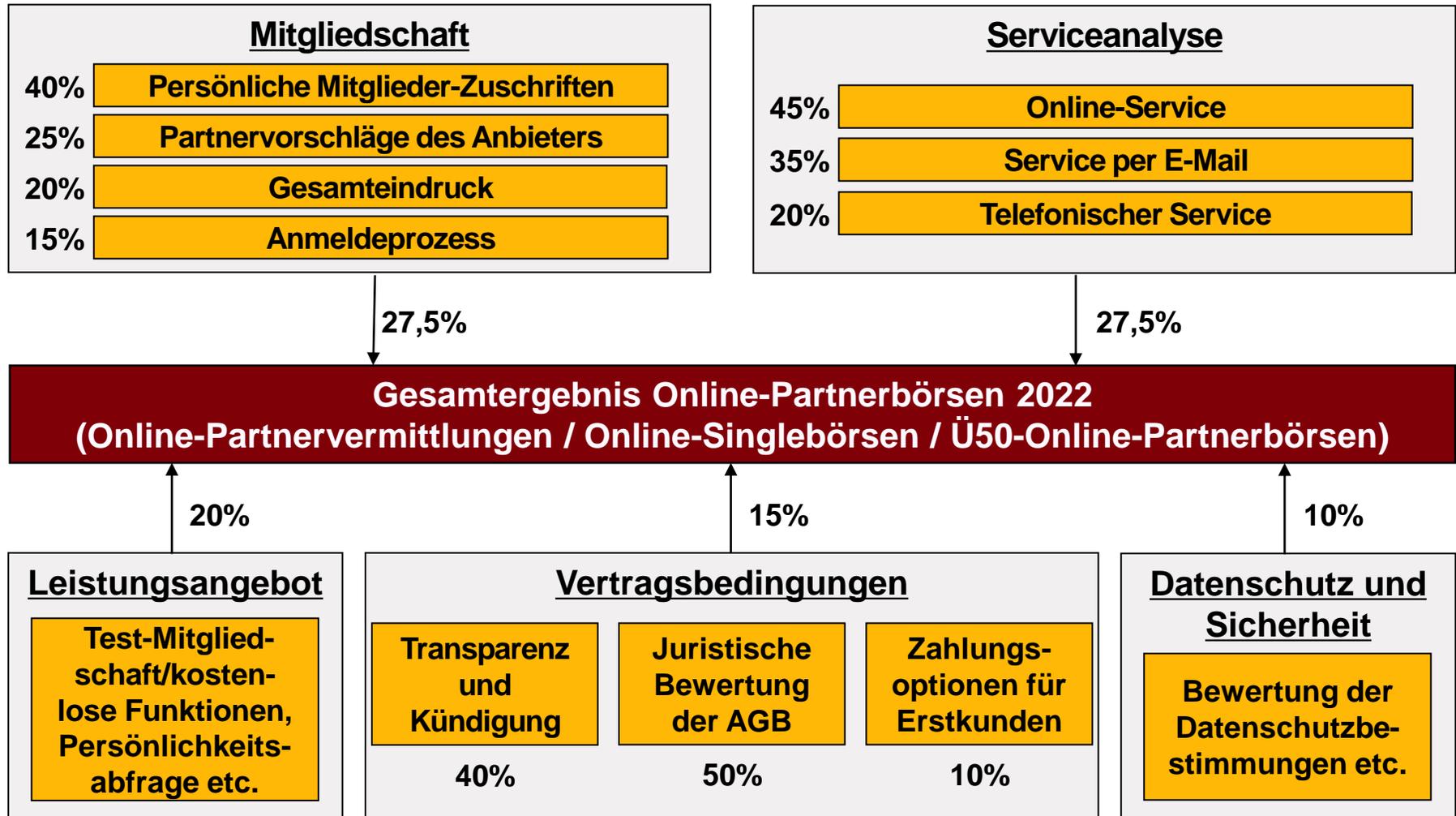
1. Zahlen und Fakten zur Studie

Auftraggeber	Nachrichtensender ntv
Studienumfang	20 Online-Partnerbörsen (6 Partnervermittlungen, 8 Singlebörsen sowie 6 Ü50-Partnerbörsen)
Studienzeitraum	Juli 2021 bis Januar 2022
Studienkonzept	Erstellung in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Thomas Liebetruh (OTH Regensburg)
Analysebereiche	<p>Mitgliedschaft, Service, Leistungsangebot, Vertragsbedingungen, Datenschutz und Sicherheit</p> <p>Mystery-Tests, insgesamt 436 Servicekontakte (25 bzw. 20* je Anbieter)</p> <ul style="list-style-type: none">■ 80 Mitgliedschaften (4 je Anbieter)■ 200 Internetanalysen durch geschulte Nutzer (10 je Anbieter)■ 20 (20 x 1) detaillierte Analysen der Websites inkl. Bewertung der Bereiche Leistungsangebot, Vertragsbedingungen, Datenschutz und Sicherheit■ 100 Analysen der E-Mail-Beantwortung (5 je Anbieter)■ 36* Analysen der telefonischen Kontaktqualität (5 je Anbieter)

* Zwölf Online-Anbieter (drei Partnervermittlungen, vier Singlebörsen und fünf Ü50-Partnerbörsen) boten im Testzeitraum keinen telefonischen Service an. Zudem verfügte eine Online-Singlebörse und eine Ü50-Partnerbörse über keine Interessenten-Hotline; bei diesen Anbietern wurden je drei Anrufe über die Kundenhotline durchgeführt.

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Bewertungskriterien und Gewichtungen



3. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
Gesamtergebnis Online-Partnervermittlungen	Parship	Elitepartner	Lemonswan
Mitgliedschaft	Parship	Elitepartner	Lemonswan
Serviceanalyse	Parship	Elitepartner	eDarling
Leistungsangebot	Elitepartner, Parship	-	Lemonswan
Vertragsbedingungen	Partner.de	Gleichklang.de	Parship
Datenschutz und Sicherheit	Parship	Elitepartner	Lemonswan
Gesamtergebnis Online-Singlebörsen	Neu.de	Lovescout24	Bildkontakte.de
Mitgliedschaft	Finya	Neu.de	Lovescout24
Serviceanalyse	Dating Cafe	Bildkontakte.de	Lovescout24
Leistungsangebot	Lovescout24, Neu.de	-	Finya
Vertragsbedingungen	Finya	Bildkontakte.de	Lovescout24, Neu.de
Datenschutz und Sicherheit	Single.de	Dating Cafe	Lablue
Gesamtergebnis Ü50-Online-Partnerbörsen	Zweisam	Lebensfreunde	50plus-Treff
Mitgliedschaft	Zweisam	Lebensfreunde	Zusammen.de
Serviceanalyse	Lebensfreunde	50plus-Treff	Silber-Singles
Leistungsangebot	Zweisam	50plus-Treff	Zusammen.de
Vertragsbedingungen	Zweisam	Lebensfreunde50.de	Lebensfreunde
Datenschutz und Sicherheit	Silber-Singles	Zusammen.de	Zweisam

4. Gesamtergebnis Online-Partnervermittlungen

Gesamtergebnis Online-Partnervermittlungen			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Parship	78,1	gut
2	Elitepartner	74,6	gut
3	Lemonswan	64,8	befriedigend
4	eDarling	61,5	befriedigend
5	Partner.de	61,1	befriedigend
6	Gleichklang.de	61,0	befriedigend
	Branche (Mittelwert)	66,8	

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 (100 Punkte sind maximal erreichbar). 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. Gesamtergebnis Online-Partnervermittlungen

Gesamtergebnis Online-Partnervermittlungen			Mitgliedschaft		Serviceanalyse		Leistungs- angebot		Vertrags- bedingungen		Datenschutz und Sicherheit	
100%			27,5%		27,5%		20,0%		15,0%		10,0%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Parship	78,1	1	81,6	1	76,9	1	86,0	3	58,0	1	86,0
2	Elitepartner	74,6	2	78,8	2	72,7	1	86,0	5	52,0	2	79,5
3	Lemonswan	64,8	3	76,7	3	55,9	3	74,0	6	38,0	3	78,0
4	eDarling	61,5	4	65,9	4	55,8	5	61,0	4	56,5	5	73,5
5	Partner.de	61,1	6	49,9	5	53,6	4	66,0	1	79,5	4	74,5
6	Gleichklang.de	61,0	5	65,3	6	51,8	6	55,0	2	71,3	6	71,5
	Branche (Mittelwert)	66,8		69,7		61,1		71,3		59,2		77,2

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 (100 Punkte sind maximal erreichbar). 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. Gesamtergebnis Online-Singlebörsen

Gesamtergebnis Online-Singlebörsen			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Neu.de	72,5	gut
2	Lovescout24	72,3	gut
3	Bildkontakte.de	68,1	befriedigend
4	Finya	67,9	befriedigend
5	Lablue	62,4	befriedigend
6	Dating Cafe	60,1	befriedigend
7	Single.de	58,3	ausreichend
8	Flirt-fever.de	53,1	ausreichend
	Branche (Mittelwert)	64,3	

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 (100 Punkte sind maximal erreichbar). 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. Gesamtergebnis Online-Singlebörsen

Gesamtergebnis Online-Singlebörsen			Mitgliedschaft		Serviceanalyse		Leistungs- angebot		Vertrags- bedingungen		Datenschutz und Sicherheit	
100%			27,5%		27,5%		20,0%		15,0%		10,0%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Neu.de	72,5	2	76,4	4	53,1	1	92,0	3	76,5	4	70,5
2	Lovescout24	72,3	3	75,0	3	53,4	1	92,0	3	76,5	4	70,5
3	Bildkontakte.de	68,1	5	59,0	2	62,6	4	78,0	2	81,5	6	68,5
4	Finya	67,9	1	77,1	8	38,7	3	80,0	1	88,9	7	67,5
5	Lablue	62,4	4	64,7	7	43,2	5	70,0	5	75,5	3	73,5
6	Dating Cafe	60,1	8	48,9	1	66,0	8	61,0	6	57,0	2	78,0
7	Single.de	58,3	6	51,5	5	51,3	6	69,0	7	55,5	1	79,0
8	Flirt-fever.de	53,1	7	50,6	6	44,9	7	65,0	8	51,8	8	61,0
Branche (Mittelwert)		64,3	62,9		51,7		75,9		70,4		71,1	

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 (100 Punkte sind maximal erreichbar). 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. Gesamtergebnis Ü50-Online-Partnerbörsen

Gesamtergebnis Ü50-Online-Partnerbörsen			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Zweisam	72,5	gut
2	Lebensfreunde	71,3	gut
3	50plus-Treff	66,5	befriedigend
4	Silber-Singles	65,8	befriedigend
5	Zusammen.de	64,3	befriedigend
6	Lebensfreude50.de	59,4	ausreichend
	Branche (Mittelwert)	66,6	

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 (100 Punkte sind maximal erreichbar). 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. Gesamtergebnis Ü50-Online-Partnerbörsen

Gesamtergebnis Ü50-Online-Partnerbörsen 100%			Mitgliedschaft 27,5%		Serviceanalyse 27,5%		Leistungs- angebot 20,0%		Vertrags- bedingungen 15,0%		Datenschutz und Sicherheit 10,0%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Zweisam	72,5	1	81,2	4	50,4	1	90,0	1	75,3	3	70,5
2	Lebensfreunde	71,3	2	80,6	1	67,8	4	67,0	3	72,0	6	63,5
3	50plus-Treff	66,5	5	71,7	2	56,2	2	71,0	5	67,5	4	69,5
4	Silber-Singles	65,8	4	72,6	3	56,2	6	63,0	4	68,5	1	75,0
5	Zusammen.de	64,3	3	75,5	5	46,6	3	68,0	6	66,8	2	71,0
6	Lebensfreude50.de	59,4	6	60,0	6	45,2	5	64,0	2	73,0	5	67,5
	Branche (Mittelwert)	66,6		73,6		53,7		70,5		70,5		69,5

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 (100 Punkte sind maximal erreichbar). 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.

7. Methodik

Hintergrund der Studie

Jeder dritte Bundesbürger nutzt heutzutage das Internet für die Partnersuche – und das nicht selten mit Erfolg: Fast jeder zweite Nutzer von Online-Dating-Diensten hat schon mal einen festen Partner im Internet kennengelernt.*

Auf dem deutschen Dating-Markt sind Anbieter mit verschiedenen Geschäftsmodellen vertreten. Die Portale differenzieren sich dabei insbesondere anhand der drei Kriterien Suchmethode, Zielgruppe und Preismodell. Folgende Arten von Partnerbörsen lassen sich dementsprechend unterscheiden: Partnervermittlungen, Singlebörsen, Social-Dating-Plattformen, Adult-Dating-Portale und Spezialanbieter.** Der Anteil an Nutzern von Online-Partnerbörsen ab einem Alter von 50 Jahren betrug 46 Prozent (Stand: 2020).*** Aus diesem Grund fokussierte sich die vorliegende Studie sowohl auf die beiden erstgenannten Angebotsformen als auch auf Anbieter, die auf die Zielgruppe Ü50 spezialisiert sind.

Das Ziel der Studie war es, zu ermitteln, welche Partnervermittlung, Singlebörse und Ü50-Partnerbörse die beste Qualität im Zusammenspiel der Bereiche Mitgliedschaft, Service, Leistungsangebot, Vertragsbedingungen sowie Datenschutz und Sicherheit bieten.

* Vgl. Bitkom (2020): Jeder Dritte sucht online nach der großen Liebe. Online unter: <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Jeder-Dritte-sucht-online-nach-der-grossen-Liebe> (letztes Abrufdatum: 15.11.2021).

** Vgl. Singlebörsen-Vergleich (2018): Der Deutsche Online-Dating-Markt 2017-2018. Online unter: <https://www.singleboersen-vergleich.de/presse/online-dating-markt-2017-2018.pdf> (Abrufdatum: 15.11.2021) und vgl. Singlebörse-Check.de (o. J.): Singlebörse oder Partnervermittlung? Online unter: <https://singleboerse-check.de/singleboerse-oder-partnervermittlung/> (letztes Abrufdatum: 15.11.2021).

*** Vgl. Bitkom (2020): Anteil der Befragten, die Online-Dating-Dienste nutzen bzw. diese schon einmal genutzt haben nach Altersgruppen in Deutschland im Jahr 2020. Online unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/968467/umfrage/online-dating-nutzer-nach-altersgruppen-in-deutschland/> (letztes Abrufdatum: 15.11.2021).

7. Methodik

Untersuchungsumfang

Untersucht wurden wichtige Online-Partnervermittlungen, Online-Singlebörsen sowie Ü50-Online-Partnerbörsen. Die Vorauswahl beruhte auf einer umfangreichen Internetrecherche sowie auf Marktkenntnissen und Erfahrungswerten aus Vorgängerstudien des Deutschen Instituts für Service-Qualität.

Aufgenommen in die Auswahl wurden Partnervermittlungen, Singlebörsen und Ü50-Dating-Anbieter, deren Popularität und Marktrelevanz sich aus den Ergebnissen der DISQ-Kundenbefragung 2020 ableiten lassen. Ergänzend wurden jene Anbieter berücksichtigt, die laut des Web-Analyse-Dienstes SimilarWeb* über hohe Seitenzugriffszahlen verfügen sowie aufgrund der Quellenlage im Internet als relevant betrachtet werden.

Zwecks Vergleichbarkeit wurde jeder Online-Dating-Anbieter auf volle Funktionalität, das heißt die uneingeschränkte Nutzung aller Services und Dienstleistungsangeboten, getestet, welche entweder durch den Abschluss einer kostenpflichtigen Premium-Mitgliedschaft oder vom Anbieter als kostenfreies, aber hochwertigstes Angebot ermöglicht und sichergestellt wird.**

* www.similarweb.com

** Social-Dating-Plattformen, Adult-Dating-Portale sowie Nischenanbieter (z. B. regionale Anbieter sowie Internetportale, deren Nutzung nur bestimmten Nutzergruppen vorbehalten ist) wurden nicht berücksichtigt.

7. Methodik

Untersuchungsumfang

Die Untersuchung umfasste folgende Anbieter:

Online-Partnervermittlungen:

- eDarling
- Elitepartner
- Gleichklang.de
- Lemonswan
- Parship
- Partner.de

Online-Singlebörsen:

- Bildkontakte.de
- Dating Cafe
- Finya
- Flirt-fever.de
- Lablue
- Lovescout24
- Neu.de
- Single.de

Ü50-Online-Partnerbörsen:

- 50plus-Treff
- Lebensfreude50.de
- Lebensfreunde
- Silber-Singles
- Zusammen.de
- Zweisam

7. Methodik

Vorgehensweise

Um die Qualität der Mitgliedschaft zu bewerten, wurden vom 24. August bis 20. Oktober 2021 zeitlich parallel auf allen Portalen jeweils vier Test-Mitgliedschaften abgeschlossen. Im Rahmen der Mitgliedschaften bewerteten die Tester den Anmeldeprozess, die Qualität der Kontakte (etwa Anzahl und Passgenauigkeit der Zuschriften und Partnervorschläge) und den Gesamteindruck des jeweiligen Portals. Jede Test-Mitgliedschaft wurde über einen Zeitraum von neun beziehungsweise elf Tagen ab Anmeldedatum bewertet.

Bei jeder Online-Partnerbörse legten die Tester jeweils zwei weibliche und zwei männliche Profile an. Jedes Profil wurde dabei bei jedem Anbieter am gleichen Tag angemeldet und mit identischen Angaben und Fotos versehen.

Für den Test wurde die jeweils günstigste Mitgliedschaft ausgewählt, welche die Nutzung aller wesentlichen Funktionen beinhaltete (in der Regel als Premium-Mitgliedschaft bezeichnet).

Die Analyse des Services basierte auf den drei wesentlichen Kontaktwegen der Nutzer mit dem Anbieter: Internet, E-Mail und Telefon. Analysiert wurde im Rahmen dessen die Nutzerfreundlichkeit der Internetauftritte, der Informationsgehalt sowie die Serviceleistung per E-Mail und am Telefon, beispielsweise in puncto Kompetenz und Kommunikationsqualität.

7. Methodik

Vorgehensweise

Für die Messungen in den Bereichen Leistungsangebot für Partnersuche, Vertragsbedingungen sowie Datenschutz und Sicherheit wurde eine umfassende Analyse der verfügbaren Portalfunktionen durchgeführt. Die Erhebung der Kriterien erfolgte auf den Internetseiten der Anbieter nach vorheriger Anmeldung im Nutzerbereich.

Bei nicht eindeutig recherchierbaren Daten fand eine Validierung über eine offizielle Anfrage an die Unternehmen statt (Stand der Daten: 1. Oktober 2021).

Darüber hinaus erfolgte eine juristische Prüfung und Bewertung der AGB und Datenschutzbestimmungen der Partnerbörsen durch den Rechtsanwalt Christian Oberwetter (Fachanwalt für IT-Recht, Hamburg). Im Fokus standen hierbei deren rechtliche Korrektheit und die Verbraucherefreundlichkeit (Bewertungszeitraum: 1. bis 7. Oktober 2021).

7. Methodik

Serviceanalyse – Rollenspiele

Bei den Mystery-Tests verwendeten die geschulten Testkunden für die Anfragen per Telefon und E-Mail spezifische Rollenspiele mit Fragestellungen aus dem Gegenstandsbereich der Partnervermittlungen und Singlebörsen. Diese Rollenspiele kamen bei allen Anbietern in der gleichen Verteilung zum Einsatz. Es wurden je zwei Anfragen auf Interessenten- und je drei auf Kundenbasis gestellt. Diese hatten folgende Themen zum Inhalt:

Interessentenanfragen:

- Mitgliedschaftsmodell und persönliche Daten
- Tipps zum Anlegen des Profils und Widerrufsrecht/direkte Beendigung der Mitgliedschaft

Kundenanfragen:

- Identifizierung von Fake-Profilen und Sperrmöglichkeit bestimmter Mitglieder
- Tipps zur Auswahl des Profilbilds und automatische Vertragsverlängerung
- Kündigungsmodalitäten und Anzeige des Online-Status anderer Mitglieder

7. Methodik

Untersuchungskriterien

Mitgliedschaft		100,0%
Persönliche Mitglieder-Zuschriften		40,0%
Anzahl seriöser persönlicher Zuschriften*/**	8,0%	
Anteil unseriöser Zuschriften**	8,0%	
Vollständigkeit der Zuschriften (Angaben, Foto)	8,0%	
Wertigkeit der Zuschriften (Stil, Orthografie)	8,0%	
Attraktivität der Zuschriften (Passgenauigkeit)	8,0%	
Partnervorschläge des Anbieters***		25,0%
Anzahl relevanter Partnervorschläge**/**	3,0%	
Anteil unpassender Partnervorschläge***	2,0%	
Passgenauigkeit: Alter	5,0%	
Passgenauigkeit: Region (z. B. Postleitzahlbereich)	5,0%	
Passgenauigkeit: Äußere Merkmale (z. B. Größe)	5,0%	
Passgenauigkeit: Persönlichkeit	5,0%	
Gesamteindruck		20,0%
Preis-Leistungs-Verhältnis angemessen	4,0%	
Zufriedenheit mit Leistungsangebot	4,0%	
Seriosität	4,0%	
Positives Grundgefühl	4,0%	
Weiterempfehlungsbereitschaft	4,0%	

* Bewertet wurden nur die persönlichen Zuschriften in Textform. Hinweise auf neue Mitglieder, „Lächeln“, „Spaßmatches“, Fragebögen oder ähnliche Sonderfunktionen wurden nicht als persönliche Zuschrift gewertet, auch wenn diese im Posteingang zu sehen sind.

** Je nach Test-Mitgliedschaft erfolgte die Bewertung nach neun bzw. elf Tagen (einheitlich über alle Anbieter hinweg).

*** Bei einigen Online-Singlebörsen gab es keine konkreten Partnervorschläge auf der Grundlage eines Persönlichkeitstests. Bewertet wurden hier die Auflistung empfohlener, vermeintlich passender Mitglieder durch das Portal (z. B. aufgrund des Alters oder ähnlicher Interessen).

7. Methodik

Untersuchungskriterien

Mitgliedschaft (Fortsetzung)		
Anmeldeprozess		15,0%
Leitfaden zur Anmeldung	3,0%	
Anmeldung kurzweilig und interessant	2,0%	
Hinweise zur vollständigen Profilausfüllung	2,5%	
Dauer bis Foto online veröffentlicht wurde	2,5%	
Aktive Zustimmung zu den AGB	2,5%	
Aktive Zustimmung zur Datenschutzbestimmung	2,5%	

7. Methodik

Untersuchungskriterien

Online-Service		100,0%
Nutzerbetrachtung		70,0%
Internetanalyse		30,0%
Nutzerbetrachtung Internetauftritt		100,0%
Bedienungsfreundlichkeit		50,0%
Einfache und intuitive Navigation	16,7%*	
Übersichtlichkeit des Internetauftritts	16,7%*	
Optisch ansprechender Gesamteindruck	16,7%*	
Inhalte		50,0%
Strukturierung der Inhalte	16,7%*	
Verständlichkeit der Inhalte	16,7%*	
Umfang der Inhalte	16,7%*	

* Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben.

7. Methodik

Untersuchungskriterien

Internetanalyse	100,0%	
Allgemeine Informationen		60,0%
AGB/Rechtliches	8,0%	
FAQ/Hilfebereich	7,0%	
Glossar	5,0%	
Suchfunktion	5,0%	
Sitemap/Seitenbeschreibung	5,0%	
Newsletter	5,0%	
Mobiloptimierte Website	5,0%	
Anzahl Klicks bis zu den AGB/zum Rechtlichen	10,0%	
Anzahl Klicks bis zu den FAQ/zum Hilfebereich	10,0%	
Kontaktinformationen		40,0%
Telefonnummer (außerhalb des Impressums/der AGB)	3,0%	
Hinweis auf telefonische Erreichbarkeit	3,0%	
Call-Back-Service	4,0%	
E-Mail-Adresse (außerhalb des Impressums/der AGB)	3,0%	
Allgemeines Kontaktformular	3,0%	
Postanschrift (außerhalb des Impressums/der AGB)	4,0%	
Explizite Kritik-Möglichkeit	6,0%	
Social-Media-Auftritt (Facebook, Twitter, Forum etc.)	2,0%	
Direct-Messaging (Chat, Skype, WhatsApp)	2,0%	
Anzahl Klicks bis zur Telefonnummer	5,0%	
Anzahl Klicks bis zur E-Mail Adresse/zum Kontaktformular	5,0%	

7. Methodik

Untersuchungskriterien

Service per E-Mail	100,0%	
Beratungskompetenz		35,0%
Richtigkeit der Aussagen	7,0%	
Vollständigkeit der Aussagen	6,0%	
Strukturierte Darstellung	4,0%	
Individuelle Antworten	6,0%	
Inhaltliche Verständlichkeit	4,5%	
Souveränität	4,5%	
Orthografisch und grammatikalisch fehlerfreie Antwort	3,0%	
Lösungsqualität		20,0%
Bedarfsgerechte Antworten	6,0%	
Aufzeigen des Kunden- oder Produktnutzens	4,0%	
Konsistente Darstellung	1,0%	
Relation Antwortumfang und -ergebnis	4,0%	
Einfache Lösung des Anliegens	5,0%	

7. Methodik

Untersuchungskriterien

Service per E-Mail (Fortsetzung)		
Kommunikationsqualität		20,0%
Eindeutige Absenderkennung	1,0%	
Betreffzeile entspricht Ursprungsanfrage	1,0%	
Anfragetext in Antwort enthalten	1,5%	
Positiver Einstieg	1,0%	
Anrede mit Namen	2,0%	
Dank für die Kontaktaufnahme	2,0%	
Freundlichkeit der Antwort	3,0%	
Optische Gestaltung	2,0%	
Positive Formulierungen	2,0%	
Aktives Gesprächsangebot	1,0%	
Positive Verabschiedung	2,0%	
Nennung wichtiger Kontaktdaten	1,5%	
Wartezeiten und Erreichbarkeit		20,0%
Zusendung einer Empfangsbestätigung	3,0%	
Eingegangene Antwort	7,0%	
Dauer bis zum Erhalt der Antwort	7,0%	
Zusendung einer Antwort in 24 Stunden	3,0%	
Beratungserlebnis		5,0%
Mehrwert der Antwort	1,5%	
Erinnerungswert	3,5%	

7. Methodik

Untersuchungskriterien

Telefonischer Service	100,0%	
Beratungskompetenz		30,0%
Richtigkeit der Aussagen	7,0%	
Vollständigkeit der Aussagen	6,0%	
Strukturierte Beratung	4,0%	
Individuelle Beratung	5,0%	
Inhaltliche Verständlichkeit	4,0%	
Glaubwürdigkeit des Beraters	4,0%	
Lösungsqualität		20,0%
Gezielte Bedarfsanalyse	5,0%	
Bedarfsgerechte Antworten	5,0%	
Aufzeigen des Kunden- oder Produktnutzens	4,0%	
Relation Gesprächsdauer und -ergebnis	2,0%	
Einfache Lösung des Anliegens	4,0%	

7. Methodik

Untersuchungskriterien

Telefonischer Service (Fortsetzung)		
Kommunikationsqualität		20,0%
Vollständige Meldeformel	1,5%	
Positive Gesprächseröffnung	1,5%	
Namensansprache	1,0%	
Aktive Gesprächsführung	2,5%	
Interaktionsqualität	2,5%	
Freundlichkeit	4,0%	
Motivation	3,0%	
Akustische Verständlichkeit	1,5%	
Positive Formulierungen	1,0%	
Positive Verabschiedung	1,5%	
Wartezeiten und Erreichbarkeit		20,0%
Zustande gekommene Gespräche im Erstkontakt	7,0%	
Durchschnittliche Wartezeit	7,0%	
Gesprächsannahme innerhalb von 20 Sekunden	3,0%	
Wöchentliche Erreichbarkeit	3,0%	
Beratungserlebnis		10,0%
Authentischer Berater	2,0%	
Gesprächsatmosphäre/Wohlfühlfaktor	4,0%	
Mehrwert der Beratung	2,0%	
Erinnerungswert	2,0%	

7. Methodik

Untersuchungskriterien

Leistungsangebot für Partnersuche	100,0%
Kostenlose Basis-Mitgliedschaft inklusive aller Funktionen möglich	6,0%
Kostenlose Dienste:*	
Profil anlegen	2,0%
Bilder hochladen	2,0%
Profile anderer Mitglieder einsehbar	2,0%
Nachrichten verschicken	2,0%
Nachrichten empfangen und lesen	2,0%
Zusendung / Anzeigen von Partnervorschlägen	10,0%
Detaillierte Persönlichkeits-/Interessenabfrage	8,0%
Erstellung eines Persönlichkeitsgutachtens	8,0%
Selbstbeschreibung als Freitext möglich	6,0%
Anzahl hochladbarer Bilder	4,0%
Bearbeitungsservice/-möglichkeit für Bilder	2,0%
Verfügbarkeit einer App	4,0%
Benachrichtigungsfunktion per E-Mail oder SMS	4,0%
Anzeige neuer Mitglieder (relevante/passende Profile)	4,0%
Hinweis auf Online-Status der Mitglieder	3,0%
Option, eigenen Online-Status zu verbergen	3,0%
Chatten mit anderen Mitgliedern	3,0%
Schnellsuche / Filterfunktion (z. B. „1-click“-Suche, Alter, Geschlecht, PLZ)	3,0%
Detaillierte Suchfunktion / Filterfunktion	3,0%
Speicherfunktion für Suchkriterien	3,0%

* Hier wurde bewertet, ob die genannten Funktionen kostenlos verfügbar waren.

7. Methodik

Untersuchungskriterien

Leistungsangebot für Partnersuche (Fortsetzung)	
Favoritenliste (Merkzettel)	2,0%
Posteingang Nachrichten: Anzeige des Profilfotos	2,0%
Posteingang Nachrichten: Anzeige persönliche Angaben*	2,0%
Posteingang Partnervorschläge: Anzeige des Profilfotos	2,0%
Posteingang Partnervorschläge: Anzeige persönliche Angaben*	2,0%
Tipps zur Kontaktaufnahme / zum ersten Date	2,0%
Angebot von Events / Veranstaltungen	2,0%
Internationales Angebot / Suche	2,0%

* Zum Beispiel Alter und Wohnort des Absenders.

7. Methodik

Untersuchungskriterien

Vertragsbedingungen		100,0%
Juristische Bewertung der AGB		50,0%
Transparenz und Kündigung		40,0%
Preise ohne Registrierung einsehbar	7,0%	
Mindestlaufzeit der Mitgliedschaft	7,0%	
Vielfalt der Laufzeit-Modelle	5,0%	
Kündigungsfristen bei Premium-Mitgliedschaft	7,0%	
Kündigungsfristen ohne Registrierung einsehbar	5,0%	
Kündigungsoptionen genannt und verfügbar (postalisch / telefonisch / per E-Mail / online im Account / per Fax)	5,0%	
Hinweise auf Widerrufsrecht bei Anmeldung / in Bestätigungs-E-Mail	4,0%	
Zahlungsoptionen (für Erstkunden)		10,0%
Rechnung	2,5%	
Lastschrift (Bankeinzug)	2,5%	
PayPal (Online-Zahlungssystem mit Käuferschutz)	1,5%	
Kreditkarte (Mastercard, Visa)	2,5%	
Online-Direktüberweisung	1,0%	
Andere Zahlungsarten	1,0%	

7. Methodik

Untersuchungskriterien

Datenschutz und Sicherheit	100,0%
Juristische Bewertung der Datenschutzbestimmungen	50,0%
Persönliche Identifikation möglich (z. B. über ID-Check)	10,0%
Sichtbare SSL-Verschlüsselung bei Eingabe persönlicher Daten	10,0%
Verifizierung der E-Mail-Adresse	8,0%
Sperrfunktion für unerwünschte Mitglieder*	6,0%
Aktiver Hinweis auf Meldemöglichkeit „verdächtiger“ Profile/Mitglieder (direkt im Profil/Nachricht)	6,0%
Chiffrierung / Anonymisierung des Bildes möglich	4,0%
Prüfung neuer / geänderter Texte (Plausibilität)	3,0%
Prüfung neuer / geänderter Bilder (Plausibilität)	3,0%

* Bedeutung: Wenn eine Person keine Nachrichten oder generell keinen Kontakt zu einem bestimmten Mitglied haben möchte, kann man diese Person für das eigene Profil sperren lassen.

7. Methodik

Getestete Kontaktkanäle – Partnervermittlungen

Unternehmen	Internetseite	E-Mail-Adresse / Kontaktformular	Telefonnummer
eDarling	www.edarling.de	info@edarling.de / Kontaktformular	-*
Elitepartner	www.elitepartner.de	info@elitepartner.de / Kontaktformular	040 46978526
Gleichklang.de	www.gleichklang.de	service@gleichklang.de / Kontaktformular	0511 8078993
Lemonswan	lemonswan.de	service@lemonswan.com / Kontaktformular	-*
Parship	www.parship.de	info@parship.de / Kontaktformular	040 63790491
Partner.de	www.partner.de	support@partner.de / Kontaktformular	-*
Testzeitraum	24. August - 24. September 2021	4. August - 18. Oktober 2021	9. August - 28. September 2021

* Das Unternehmen bot im Testzeitraum keine telefonische Hotline an.

7. Methodik

Getestete Kontaktkanäle – Singlebörsen

Unternehmen	Internetseite	E-Mail-Adresse / Kontaktformular	Telefonnummer
Bildkontakte.de	www.bildkontakte.de	support@bildkontakte.de	0221 97999853
Dating Cafe	www.datingcafe.de	support@datingcafe.de / Kontaktformular	040 228624090
Finya	www.finya.de	kontakt@finya.de / Kontaktformular	040 228688590
Flirt-fever.de	www.flirt-fever.de	Kontaktformular	-*
Lablue	www.lablue.de	info@lablue.de / Kontaktformular	-*
Lovescout24	www.lovescout24.de	kundenservice@lovescout24.de / Kontaktformular	-*
Neu.de	www.neu.de	support@neu.de / Kontaktformular	-*
Single.de	www.single.de	service@single.de	0211 17600012
Testzeitraum	24. August - 24. September 2021	4. August - 18. Oktober 2021	9. August - 28. September 2021

* Das Unternehmen bot im Testzeitraum keine telefonische Hotline an

7. Methodik

Getestete Kontaktkanäle – Ü50-Partnerbörsen

Unternehmen	Internetseite	E-Mail-Adresse / Kontaktformular	Telefonnummer
50plus-Treff	www.50plus-treff.de	info@50plus-treff.de / Kontaktformular	-*
Lebensfreude50.de	www.lebensfreude50.de	support@lebensfreude50.de / Kontaktformular	-*
Lebensfreunde	www.lebensfreunde.de	service@lebensfreunde.de	030 236078585
Silber-Singles	www.silbersingles.de	info@silbersingles.de / Kontaktformular	-*
Zusammen.de	www.zusammen.de	kundenservice@zusammen.de / Kontaktformular	-*
Zweisam	www.zweisam.de	kundenservice@zweisam.de / Kontaktformular	-*
Testzeitraum	24. August - 24. September 2021	4. August - 18. Oktober 2021	9. August - 28. September 2021

* Das Unternehmen bot im Testzeitraum keine telefonische Hotline an

	Seite
A. Test-Erlebnisse	64
Positiv	64
Negativ	66
B. Mitgliedschaft	68
C. Online-Service	72
D. Service per E-Mail	75
E. Telefonischer Service	78
F. Vertragsbedingungen	81
G. Weitere Ergebnisse	84
H. Allgemeine Methodik (Servicetests)	85
I. Klimaneutralität	87

H. Allgemeine Methodik

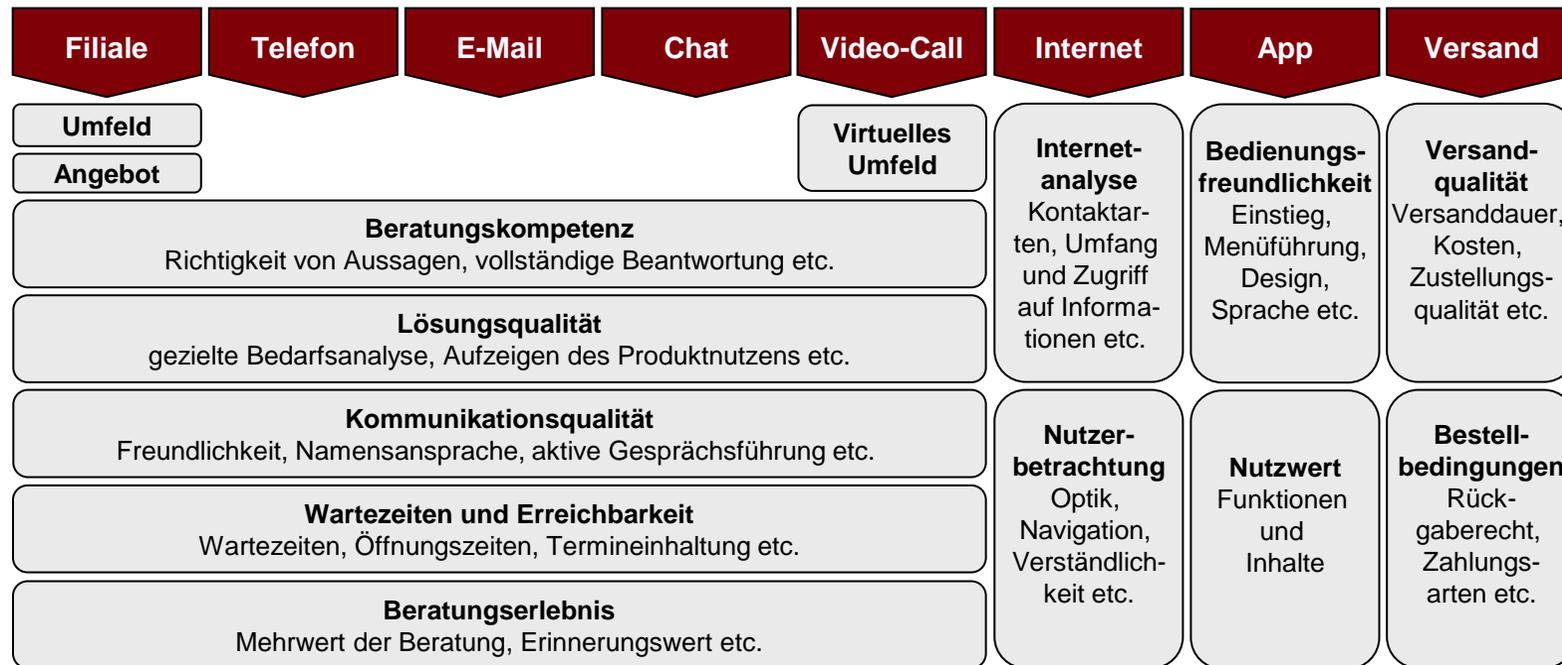
Service-tests

- **Ziel:** Analyse des Services und der Leistungen von Unternehmen aus Verbrauchersicht
- **Basis:** Standardisierte, objektiv nachprüfbare Messverfahren der SERVQUAL/SERVPERF-Methodik, Erweiterung des Modells um Erkenntnisse aus der Verhaltensökonomie
- **Analyse:** Mehrdimensionaler Ansatz; Berücksichtigung der für Kundinnen und Kunden relevanten Kontaktkanäle (Filiale vor Ort, Telefon, E-Mail und Kontaktformular, Online-Chat, App, Video-Call, Internetpräsenz der Unternehmen, Versand)
- **Verfahren:** Datenerhebung mithilfe von Mystery-Tests (= aktive, verdeckte Beobachtung durch geschulte Testerinnen und Tester, die als Kunden auftreten und nach einem festgelegten und standardisierten Kriterienkatalog vorgehen)
- **Mystery-Aktivitäten:** Testkäufe, Testberatungen, Testanrufe, Test-E-Mails, Test-Chats, Test-Video-Calls, Test-App-Analysen auf Basis streng definierter, branchenübergreifender Vorgaben hinsichtlich Fragebögen, Rollenspiele und Kundenprofile
- **Online-Service:** Qualitätsmessung anhand quantitativer Internetanalysen durch Expertenteam sowie Nutzerbetrachtungen durch geschulte Testerinnen und Tester

H. Allgemeine Methodik

Service-tests

Die Abbildung zeigt die Hauptkriterien der Servicetests mit wesentlichen Unterkriterien:



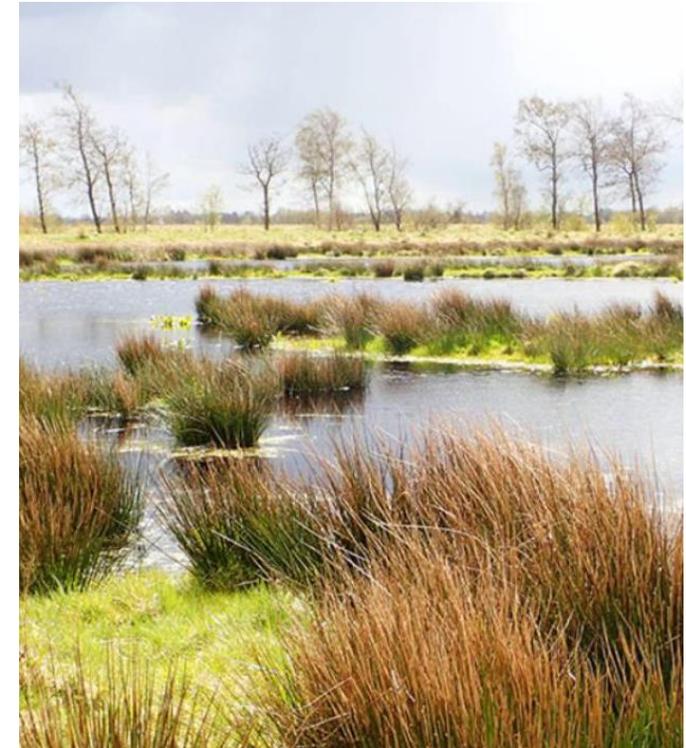
- Bewertungen basieren auf standardisierter Likert-Skala mit fünf Ausprägungen
- Einheitliche Überführung ermittelter Daten in ein Punktesystem (0 bis 100 Punkte)
- Einordnung der Werte in Qualitätssurteilsschema von „sehr gut“ bis „mangelhaft“

I. 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