

Manfred Jürgens

Erfolgsfaktoren von Online-Dating-Plattformen

Evolutionäre Aspekte, funktionale Konzeption und
ökonomische Progression

Masterarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2009 GRIN Verlag
ISBN: 9783668298583

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/339684>

Manfred Jürgens

Erfolgsfaktoren von Online-Dating-Plattformen

Evolutionäre Aspekte, funktionale Konzeption und ökonomische Progression

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

Master Thesis

zur Erlangung des akademischen Grades
Master of Arts - Leadership in Digitaler Kommunikation

Erfolgsfaktoren von Online-Dating-Plattformen

Evolutionäre Aspekte, funktionale Konzeption und ökonomische Progression

vorgelegt von:

Manfred Jürgens

angefertigt an der

Universität der Künste Berlin

eingereicht am: 30.04.2009

Inhaltsverzeichnis

Kurzfassung.....	5
Abstract.....	5
Danksagung.....	6
Einleitung.....	7
1 Soziologie der Zweierbeziehung	10
1.1 Partnerwahl heute	10
1.1.1 Wo lernt man sich kennen?	10
1.2 Entstehung von Zweierbeziehungen	12
1.2.1 Prozess des Kennenlernens.....	12
1.2.2 Strategien der Selbstdarstellung	18
1.2.3 Zusammenfassung	19
1.3 Alternative Formen der Partnerwahl.....	20
1.3.1 Das Heiratsinserat – Verschriftlichtes Kennenlernen	20
1.3.2 Ein eigenständiges Geschäftsmodell - Heiratsinstitute	24
1.4 Fazit	26
2 Der digitale Weg zum Partner – Online-Dating-Plattformen	27
2.1 Entstehung von Online-Dating-Plattformen.....	28
2.1.1 Vorläufer 1: Heiratsinserate und Kontaktanzeigen	28
2.1.2 Vorläufer 2: Partnervermittler.....	29
2.1.3 Vorläufer 3: Online-Communities.....	31
2.1.4 Fazit.....	33
2.2 Auswahl von Online-Dating-Plattformen.....	36
2.2.1 Grundlegender Funktionskatalog	36
2.2.2 Auswahl eines Portals – Gelegenheitsstruktur I	36
2.2.3 Registrierung und Personenbeschreibung	46
2.2.4 Der erste Eindruck – Online-Kontaktaufnahme	51
2.2.5 Suchen und Eingrenzen – Gelegenheitsstruktur II	60

2.2.6	Kontaktaufnahme in der ODP.....	65
2.2.7	Medienwechsel – Verabredung zu einem Telefonat oder einem Treffen	83
3	Ökonomie von ODPs und deren Weiterentwicklung	87
3.1	Der Online-Dating-Markt in Deutschland	87
3.2	Ökonomie einer ODP.....	91
3.2.1	Chancen durch gesellschaftliche Trends.....	92
3.2.2	Zahlungsbereitschaft der Konsumenten.....	93
3.2.3	Exklusivität durch das Ansprechen konkreter Zielgruppen.....	100
3.2.4	Einnahmequelle: Werbung	105
3.2.5	Chancen durch Diversifikation.....	108
3.2.6	Chancen durch technische Trends	111
3.3	Aktuelle und künftige Veränderungen des Marktes	113
4	Resümee – Erfolgsfaktoren von Online-Dating-Plattformen	116
4.1	T1: Evolutionäre Aspekte	116
4.2	T2: Funktionale Konzeption	117
4.3	T3: Ökonomische Progression	118
4.4	Fazit und Forschungsperspektive	118
5	Abbildungsverzeichnis.....	120
6	Quellenverzeichnis	123

Kurzfassung

Ziel der Master-Thesis ist es, die Erfolgsfaktoren von Online-Dating-Plattformen zu identifizieren und zu beschreiben. Hierbei stehen die Faktoren im Vordergrund, die dem wirtschaftlichen Erfolg einer ODP zuträglich sind. Dabei stehen Betreiber von ODPs vor der Herausforderung, die Zufriedenheit der Nutzer hinsichtlich einer zügigen Partnervermittlung zu gewährleisten und gleichzeitig durch die Einnahme von Beiträgen durch lange Mitgliedschaften profitabel zu sein. In der Arbeit werden evolutionäre Aspekte der Entstehung des Online-Dating, die funktionale Konzeption von Online-Dating-Plattformen und deren bisherige und künftige wirtschaftliche Entwicklung untersucht. Erkenntnisse aus theoretischen und empirischen Arbeiten aus gedruckten und Online-Quellen werden mit den eigenen Untersuchungen verschiedener Online-Dating-Plattformen verglichen, um die Erfolgsfaktoren von Online-Dating-Plattformen konkret zu benennen und zu beschreiben.

Abstract

The main objective of this master thesis is to identify and qualify the critical success factors for the business of online dating platforms. In this context the economic success and the related critical success factors are mentioned. The platform providers have to meet the challenge to achieve both customer satisfaction, with regards to a fast way to meet new people, and profitability by earning revenue from long-time memberships or other means of income. In this document the author explores and describes evolutionary aspects regarding the genesis of online-dating business, the functional design of existing platforms and the previous and further economic progression of the online dating market. The consolidated findings of theoretical and empirical both printed and online dissertations will be compared with the findings regarding the analysis of existing online dating platforms, to identify and qualify the critical success factors for online dating platforms.

Danksagung

Zwar habe ich die vorliegende Arbeit ohne fremde Hilfe erstellt, jedoch haben verschiedene Menschen viel dazu beigetragen, dass ich das Studium durchführen und diese Arbeit erstellen konnte, um den Abschluss zum Master of Arts – Leadership in digitaler Kommunikation zu erreichen.

Zu allererst möchte ich Hans-Werner Scherer einen großen und herzlichen Dank aussprechen. Er hat mir die Durchführung des Studiums erst ermöglicht.

Ich danke Prof. Dr. Carsten Busch für die Bereitschaft, als Erstprüfer dieser Arbeit zur Verfügung zu stehen. Durch seine Vorlesungen im Rahmen des Moduls Kommunikation I eröffnete sich ein Großteil der wissenschaftlichen Felder, welche ich in dieser Arbeit konsultiert habe. Ein besonderer Dank gilt auch Frau Dr. Claudia Peppel, die mich bei der Thematisierung und Konkretisierung der Arbeit unterstützt und sich bereit erklärt hat, mir als Zweitprüferin zur Verfügung zu stehen.

Ebenfalls danke ich meinen Kollegen Dr. Susanne Franke, Andreas Janssen, Jörg Krähschütz, Mike Camerling, dem Studiengangsteam, hier besonders Dana Neubert und Anne Pörner, für die organisatorische und moralische Unterstützung bei der Teilnahme am Studiengang und der Erstellung der vorliegenden Arbeit.

Ein besonderer Dank gilt natürlich auch meinen lieben Eltern Vera und Manfred Jürgens, die mir während meiner Entwicklung den für das Studium notwendigen Ehrgeiz vermittelt und viel Kraft für das Erreichen meiner Ziele gegeben haben.

Meinen Freunden danke ich für die Rücksicht hinsichtlich der zeitlichen Belastung durch das Studium, und freue mich, bald wieder mehr Zeit mit diesen lieben Menschen verbringen zu können.

Meinen Kommilitonen danke ich für eine schöne Zeit während des Studiums, die gegenseitige moralische Unterstützung und den immer interessanten fachlichen Austausch.

Einleitung

Im Buchhandel findet sich zahlreiche Ratgeberliteratur für Nutzer von Online-Dating-Plattformen (ODP). Schon jeder fünfte in Deutschland hat neue Kontakte im Internet geschlossen.¹

Diese Tatsachen sprechen zum einen für die Validität des Geschäftsmodells ‚Online-Dating‘ und zum anderen für eine Entwicklung der Online-Dating-Plattformen (ODPs) zu einem freizeitlichen Aufenthaltsort oder sogar zur „Ersatzkneipe im Netz“² für fast 70% der Bundesbürger, die einen Internetanschluss zur Verfügung haben.

Diese ‚Ersatzkneipen‘ widmen sich dem Bedarf der Konsumenten am Austausch mit anderen Menschen über bestimmte Themen. Online-Dating-Plattformen (ODPs) gehen noch einen intimen Schritt weiter und sollen den Konsumenten eine Lokalität bieten, welche die Partnersuche- und -findung nach eigenen Präferenzen ermöglicht und sogar das Ziel einer romantischen Zweierbeziehung in greifbare Nähe bringt.

Ratgeber-Autoren haben den Trend erkannt und bieten Hilfestellung, den gewünschten Partner fürs Leben oder eine kürzere Beziehung in ODPs zu finden.

Der wirtschaftliche Erfolg von ODPs wird durch diese Ratgeberliteratur jedoch negativ beeinflusst. Denn diese leben von ihren Mitgliedern und sind auf eine kritische Masse meistens zahlender Mitglieder angewiesen.

Die ODPs bewegen sich somit in dem interessanten Spannungsfeld zwischen, hinsichtlich der Partnersuche, zufriedenen Mitgliedern und dem fast widersprüchlichen Ziel, deren Mitgliedschaft so lang wie möglich aufrecht zu erhalten.

Die Bewältigung dieser Herausforderungen ist von den Erfolgsfaktoren der ODPs abhängig. Diese werde ich in der vorliegenden Arbeit durch die Betrachtung der folgenden Fragestellungen identifizieren und beschreiben:

- (T1) Sind die Kennenlernprozesse in ODPs unter Berücksichtigung evolutionärer sozialwissenschaftlicher und medienwissenschaftlicher Aspekte mit dem Face-2-Face Kennenlernprozess vergleichbar?
- (T2) Wie führt die funktionale Konzeption zu einer größtmöglichen Adaption einer ODP durch die Konsumenten? Wie können die daraus resultierenden Nutzerzahlen aufrecht erhalten werden?

¹ Vgl. BITKOM (09/2007)

² Bernau, Patrick (2008)

(T3) Welche Einflüsse sind für die weitere wirtschaftliche Entwicklung von ODPs und dem Online-Dating-Markt relevant?

Aus der Existenz entsprechender Ratgeberliteratur bzw. ‚Lehrbüchern‘ für das Online-Dating, wie z.B. „Online-Dating for Dummies“³, kann man auch schließen, dass die Kontaktaufnahme im Internet bestimmte Fähigkeiten voraussetzt, die man sich durch die Ratgeberliteratur aneignen kann.

Hinsichtlich der Adaption des Produktes ‚Online-Dating-Plattform‘ sind eine bisherige Entwicklung und eine derzeitige und künftige funktionale Konzeption vorauszusetzen, die dem Nutzer wenige Hürden hinsichtlich Akzeptanz und Bedienung aufstellt. Diese beiden Themenkomplexe werden in den Kapiteln 1 und 2 behandelt.

Des weiteren handelt es sich bei Online-Dating-Plattformen um ein Produkt, welches im Internet zur Nutzung angeboten wird, und sich, hinsichtlich seiner wirtschaftlichen Entwicklung, entsprechend den Prinzipien der digitalen Ökonomie verhalten sollte, was in Kapitel 3 untersucht wird. Außerdem wird hier ein Ausblick auf die künftige wirtschaftliche Entwicklung skizziert.

Ich bewege mich somit in einem für diese Master-Thesis relevanten Forschungsfeld, welches durch (i) soziologische Aspekte der romantischen Zweierbeziehung und des Internets, durch (ii) kommunikationswissenschaftliche Aspekte sowie wirtschaftliche Aspekte (digitale Ökonomie) beschrieben wird.

Als Material für meine Untersuchungen dienen zahlreiche wissenschaftliche Arbeiten, wie Studien (Turkle (1998), Bühler-Ilieva (2003), Döring (2003), singleboersen-vergleich.de (2007a) u.a.), theoretische Abhandlungen (Klein (2001), Illouz (2007), u.a.) und themenrelevante Aufsätze und Berichte in Fachbüchern, Zeitungen, Zeitschriften und im Internet (Polotzek & Reichert (1997), iBusiness (11/2007), Bernau (2008), u.a.).

Desweiteren untersuche ich selbst die funktionale Konzeption verschiedener heute angebotener ODPs.

Die Untersuchungsergebnisse vergleiche ich mit den in meinen Quellen beschriebenen Erkenntnissen hinsichtlich der Entstehung des ‚Online-Dating‘, dem Nutzerverhalten, und der bisherigen und künftigen wirtschaftlichen Entwicklung von ODPs bzw. dem Online-Dating-Markt.

Bei der Auswahl der zu untersuchenden ODPs möchte ich mich nicht auf einige wenige Angebote konzentrieren, sondern ein breites Spektrum an Funktionen analysieren. Dabei werde ich mich weitestgehend auf die für Deutschland angebotenen ODPs beschränken.

³ Silverstein, Lasky (2003)

Ebenso werde ich die Entstehung des Geschäftsmodells anhand von Quellen mit Bezug auf die deutsche bzw. europäische Gesellschaft, weitestgehend aus der Zeit von 1980 bis heute, herleiten.

Wirtschaftliche Aspekte beleuchte ich auf Basis von Quellen, welche die Ökonomie, bezogen auf in Deutschland bzw. in Europa angebotene digitale Produkte, beschreiben. Hierbei beschränke ich mich auf die Zeit seit Entstehung und Verbreitung des Internet (1990 bis heute).

Diese Arbeit reiht sich nicht in die Riege der Ratgeberliteratur für Online-Dating-Nutzer ein, sie kann jedoch die Auswahl geeigneter Online-Dating-Plattformen unterstützen. Neben den Erfolgsfaktoren soll sie auf Basis von empirischen Erkenntnissen auch die heutige ‚Gesellschaftsfähigkeit‘ des Online-Dating belegen.

Der Leser erhält einen Überblick über die Entwicklung, Innovation und Adaption von ODPs und die diesbezüglichen Erfolgskriterien. Außerdem bietet diese Arbeit erstmalig eine Betrachtung aller o.g. wissenschaftlichen Perspektiven. Dies gelingt, indem sie auf Erkenntnisse und Forschungsperspektiven anderer wissenschaftlicher Arbeiten zurückgreift, diese ausarbeitet und in einen neuen Zusammenhang stellt.