

Marco Gastel

Partnersuche im Internet

Eine Untersuchung zur positiven Selbstdarstellung auf
Online-Dating Plattformen sowie möglichen
Einflussfaktoren

Bachelorarbeit

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 © 2020 GRIN Verlag
ISBN: 9783346443090

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/1034915>

Marco Gastel

Partnersuche im Internet

**Eine Untersuchung zur positiven Selbstdarstellung auf Online-Dating
Plattformen sowie möglichen Einflussfaktoren**

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

FOM Hochschule für Oekonomie & Management

Hochschulzentrum Stuttgart

Bachelor-Thesis

im Studiengang Betriebswirtschaft & Wirtschaftspsychologie

zur Erlangung des Grades eines

Bachelor of Science (B.Sc.)

über das Thema

**Partnersuche im Internet: Eine Untersuchung zur positiven
Selbstdarstellung auf Online-Dating Plattformen sowie möglichen
Einflussfaktoren**

verfasst von
Marco Gastel



Abbildung 1: Tagcloud von Wortwolken.com (eigene Darstellung)

Anmerkung. Diese Tagcloud, die im Deutschen mit dem Begriff Begriffswolke übersetzt wird, enthält alle wichtigen und in dieser Arbeit häufig aufgeführten Begriffe. Diese wurden durch dieses Format visualisiert dargestellt.

Abstract

Aufgrund der heutigen Umstände, in der viele Menschen beruflich stark im Arbeitsalltag eingebunden sind, finden diese immer wenig Zeit sich offline kennenzulernen. Aus diesem Grund ist es eine interessante Alternative und Möglichkeit geworden, in den virtuellen Räumen des Internets auf Partnersuche zu gehen. Durch die dort gegebene Anonymität sind die Nutzer zuversichtlicher und versuchen, sich im Internet besonders positiv selbst darzustellen, um – je nach Motivation – nach einer festen Beziehung oder einem One-Night-Stand zu suchen.

Das Hauptziel der Bachelorarbeit ist es, herauszufinden, wie sich Personen auf Online-Dating-Plattformen selbst darstellen. Dafür wird folgende Forschungsfrage formuliert: Wie stellen sich die Nutzer von Online-Dating-Plattformen im Internet dar und was sind deren mögliche Einflussfaktoren? Um die Beantwortung der Forschungsfrage zu verfolgen und später in der Inferenzstatistik zu prüfen, ist eine Online-Befragung durchgeführt worden. Dabei richtete sich die Online-Befragung an alle Personen, die freiwillig und anonym an der Studie teilnehmen wollten. Zudem richtete sich die Online-Befragung ausschließlich an die deutschsprachige Bevölkerung, da der Fragebogen auf Deutsch konzipiert wurde. In der Auswertung der sechs Hypothesen zeigte sich, dass es sowohl signifikante Ergebnisse als auch nicht signifikante Ergebnisse gab. Es wurde herausgefunden, dass sich das weibliche Geschlecht auf Online-Dating-Plattformen positiver darstellt als das männliche Geschlecht. Zudem wurde aufgezeigt, dass sich Frauen positiver darstellten, wenn sie nach einer festen Beziehung suchen. Verworfen und somit falsifiziert werden konnte, dass sich die zwei Generationen anders und somit nicht positiver darstellen. Ebenso zeigte sich kein signifikanter Unterschied bei dem Bildungsgrad und dem Alter der Versuchsteilnehmer. Diese Überprüfungen machen zum Teil deutlich, dass bei der virtuellen Partnersuche eine positive Selbstdarstellung vorherrscht. Es wird zudem ersichtlich, dass sich das weibliche Geschlecht auf Internetplattformen positiver darstellt als das männliche Geschlecht.

Aufgrund dieser Erkenntnisse kann die Empfehlung ausgesprochen werden, sich im Internet und speziell auf Online-Dating-Plattformen wahrheitsgetreu darzustellen, um beim ersten Kennenlernen im Offline-Leben Enttäuschungen vorzubeugen. Dennoch sollte dem Dating-Partner von Anfang an Vertrauen geschenkt werden, damit ein Kennenlernen stattfinden kann.

Abbildungsverzeichnis:

Abbildung 1: Tagcloud von Wortwolken.com.....	2
Abbildung 2: Selbstdarstellung auf Partnerportalen	19
Abbildung 3: Übersicht der Generationen.....	27
Abbildung 4: Alterspyramide 2019.....	28
Abbildung 5: Bedürfnispyramide.....	31
Abbildung 6: Säulendiagramm der Altersverteilung.....	40
Abbildung 7: Säulendiagramm – Bildung der Teilnehmer	41
Abbildung 8: Kreisdiagramm – Beziehungsstatus Teilnehmer.....	42
Abbildung 9: Datenimport in R-Studio	50
Abbildung 10: Darstellung der Boxplots zur Hypothese 1	52
Abbildung 11: Darstellung des Boxplots zur Hypothese 2	54
Abbildung 12: Darstellung des Boxplots zur Hypothese 3	57
Abbildung 13: Darstellung des Boxplots zur Hypothese 4	59
Abbildung 14: Darstellung des Boxplots zur Hypothese 5	62
Abbildung 15: Darstellung des Streudiagramms zur Hypothese 6	64

Tabellenverzeichnis:

Tabelle 1: Untersuchungsstichprobe und Datensatzbereinigung	39
Tabelle 2: Übersicht der Häufigkeitsverteilung der Befragung	40
Tabelle 3: Kolmogorov-Smirnov-Test der Selbstdarstellung	51
Tabelle 4: Deskriptive Auswertung der Hypothese 1	53
Tabelle 5: Auswertung Mann-Whitney-U-Test Hypothese 1	53
Tabelle 6: Deskriptive Auswertung der Hypothese 2	55
Tabelle 7: Auswertung Mann-Whitney-U-Test Hypothese 2	56
Tabelle 8: Deskriptive Auswertung der Hypothese 3	58
Tabelle 9: Auswertung Mann-Whitney-U-Test Hypothese 3	58
Tabelle 10: Deskriptive Auswertung der Hypothese 4	60
Tabelle 11: Auswertung Mann-Whitney-U-Test Hypothese 4	61
Tabelle 12: Deskriptive Auswertung Hypothese 5.....	63
Tabelle 13: Auswertung Anova Hypothese 5.....	64
Tabelle 14: Deskriptive Auswertung Hypothese 6.....	65
Tabelle 15: Deskriptive Auswertung Hypothese 6 kurz	66
Tabelle 16: Auswertung der Hypothese 6	66