

Online in die Single-Falle

12.06.2009, 09:29 | Freizeit, Bunt, Vermischtes

Pressemitteilung von: *Auf zu neuen Ufern, Berlin*

Etwa neun Millionen Singles suchen im Internet nach der großen Liebe. Doch laut TNS Emnid lernen nur acht Prozent der deutschen Webnutzer ihren Partner online kennen. Angebandelt wird weiterhin im realen Leben, und zwar vor allem am Arbeitsplatz und im Freundeskreis. Sind Single-Börsen Single-Fallen?

„Dass so viele Partnerschaften jenseits des Internets geknüpft werden, liegt auf der Hand“, so die Erkenntnis des Berliner Paartherapeuten Christoph Uhl. „Single-Börsen im Internet sind für den Nutzer zwar bequem, sind jederzeit zugänglich und machen einfach Spaß – mehr jedoch nicht.“ Denn Online-Dating habe den Nachteil, dass sich der Nutzer anpreisen und regelrecht verkaufen müsse, zum Beispiel wie einen Gebrauchtwagen.

„Doch Partnersuche ist kein Autokauf“, sagt Uhl. Im realen Leben würden wir uns niemals anpreisen wie eine Ware im Internet. Bei einer realen Begegnung mit einem Menschen spielen viele Faktoren eine Rolle. Ausstrahlung, Stimme, Gestik, Mimik, der Blick, vielleicht ein Lächeln, der Geruch, das alles hat gravierenden Einfluss auf unsere Sympathie oder Antipathie für einen anderen Menschen. Eine besonders große Rolle spielt die Spontanität des Augenblicks. In Internet-Singlebörsen aber findet diese Vielfalt gar nicht statt. Ein unverbindlicher Flirt mit allen seinen Facetten, diese „Vorstufe einer Partnerschaft“, ist dort nicht realisierbar. Alle Kontakte und das sogenannte Profil-Matching stehen in erster Linie unter dem prüfenden Blick, ob das Gegenüber als Partner taugt. Im realen Leben gehen Singles auf Partnersuche häufig zwar auch mit diesem Blick durch den Alltag. Doch ihre Kontakte ergeben sich unwillkürlicher, sie sind unverbindlicher, oberflächlicher, tastender und schaffen damit mehr Raum für Lockerheit, Spontanität, Unverbindlichkeit. Diese spielerischen Begegnungen entsprechen viel eher der Natur und Vielfalt des Lebens, während Internet-Singlebörsen zu viele Aspekte ausblenden und im Grunde gleich zur Sache gehen: Taugst Du als Partner, ja oder nein?

Sind Single-Börsen im Internet also nicht mehr als ein spaßiger Zeitvertreib? Judith Alwin, die sich als Autorin des Buches „Ins Netz gegangen“ mit dem Thema bestens auskennt, hat sich fast 50 Mal mit einem Online-Flirt getroffen, ehe sie dem Richtigen begegnete. Die Stiftung Warentest schickte im September 2005 19 Testsingles ins Rennen, jeder von ihnen nutzte ein halbes Jahr lang zwei bis vier Singlebörsen. Nur zwei der Tester fanden einen Partner. Und TNS Emnid untersuchte schon 2003 die Kontaktabbahnung via Internet und fand heraus, dass nur acht Prozent der Internetnutzer ihren Partner im Web kennen gelernt hatten. Eine aktuellere Studie liegt erst gar nicht vor.

Die über 2.800 deutschsprachigen Internetkontaktbörsen werden dieses Jahr schätzungsweise gut 100 Millionen Euro umsetzen. „Doch nur das echte Leben kann die Erwartungen erfüllen, die diese Börsen wecken“, so die Einschätzung des Beraters Uhl. „Würden wir uns im realen Leben anpreisen, wie es die Online-Singlebörsen erfordern, wir würden unser Gegenüber völlig abschrecken“, so Uhl. Sein Tipp: Flirten, flirten, flirten, bei allen Gelegenheiten. Und immer auch mit allen Generationen und mit Männern und Frauen. „Denn“, so Uhl, „Flirten ist ja die Königsdisziplin der Kommunikation, die kann ich gar nicht oft genug üben, egal bei welcher Gelegenheit.“ Die Kontaktabbahnung im Internet ist also ein spaßiger Volkssport, den Partner fürs Leben finden man und frau dann aber doch eher im wirklichen Leben.

Christoph Uhl, Jahrgang 1966, ist systemischer Therapeut, Berater und Supervisor. Staatlich anerkannter Diplom-Sozialpädagoge, seit 15 Jahren tätig in der psychologischen Beratung bei privaten und beruflichen Anliegen. Neben den grundständigen Ausbildungen weitere Qualifizierungen, unter anderem in Transaktionsanalyse und Organisationsentwicklung, mit Ausbildungsstationen in den USA, Japan und China. Langjährige Erfahrung in der Erwachsenenbildung und in der Leitung von Veränderungsprojekten.

News-ID: 316974 • Views: 183 (Stand: 28.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/316974/Online-in-die-Single-Falle.html>