



MASTERARBEIT | MASTER'S THESIS

Titel | Title

«Das liegt nicht an dir, aber ich mag mich aktuell nicht einschränken lassen». Die Illusion der unbegrenzten Auswahl oder wie Dating-Apps unsere romantischen Entscheidungen prägen.

verfasst von | submitted by
Elmira Bilonoh

angestrebter akademischer Grad | in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Master of Arts (MA)

Wien | Vienna, 2024

Studienkennzahl lt. Studienblatt | Degree
programme code as it appears on the
student record sheet:

UA 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt | Degree
programme as it appears on the student
record sheet:

Masterstudium Publizistik- und
Kommunikationswissenschaft

Betreut von | Supervisor:

Univ.-Prof. Dr. Jörg Matthes

Abstract

In den letzten Jahren haben Dating-Apps die Art und Weise, wie Menschen potenzielle Partner:innen kennenlernen, revolutioniert. Diese Technologien bieten eine noch nie dagewesene Vielfalt an Auswahlmöglichkeiten, die sowohl Chancen als auch Herausforderungen für die romantische Entscheidungsfindung mit sich bringen. Vor diesem Hintergrund untersucht die vorliegende Arbeit, wie die scheinbar unbegrenzten Möglichkeiten von Dating-Apps das Entscheidungsverhalten, die Erwartungen an potenzielle Partner:innen und die Einstellung zu langfristigen romantischen Bindungen beeinflussen.

Die zentralen Forschungsfragen widmen sich den Auswirkungen der großen Auswahl auf das Entscheidungsverhalten, den möglicherweise unrealistischen Erwartungen an potenzielle Partner:innen und den Auswirkungen auf die Einstellung zu langfristigen Beziehungen. Die Hypothesen umfassen unter anderem die Annahme, dass Intensivnutzer:innen Dating-Apps als überfordernder wahrnehmen, unrealistischere Erwartungen an Partner:innen entwickeln und eine negativere Einstellung zu langfristigen Beziehungen haben.

Zur Beantwortung dieser Fragen wird eine quantitative Methode auf der Basis eines Online-Fragebogens eingesetzt. Ziel ist es, zu untersuchen, inwieweit die ständige Verfügbarkeit potentieller Partner:innen und die Illusion einer unbegrenzten Auswahl das Verhalten und die Zufriedenheit der Nutzer:innen beeinflussen.

Die Ergebnisse der Studie sollen wertvolle Einblicke in die Auswirkungen digitaler Technologien auf romantische Beziehungen liefern und das Verständnis dafür vertiefen, wie Dating-Apps die moderne Partner:innensuche prägen und verändern.

Danksagung

An dieser Stelle möchte ich mich bei allen bedanken, die mich während der Erstellung dieser Masterarbeit unterstützt, begleitet und motiviert haben.

Mein besonderer Dank gilt Prof. Dr. Jörg Matthes, der mir mit seinen wertvollen Hinweisen und konstruktiven Rückmeldungen stets eine große Unterstützung war. Besonders seine Worte „Ihr seid schon so weit gekommen, jetzt gilt es nur noch, den Endspurt zu bewältigen“ haben mich motiviert und inspiriert, diese Masterarbeit erfolgreich abzuschließen.

Ein herzliches Dankeschön gilt allen Teilnehmer:innen meiner Umfrage. Ohne ihre Bereitschaft, ihre Erfahrungen und Perspektiven zu teilen, wäre diese Arbeit nicht möglich gewesen.

Außerdem danke ich Bülent Cenker für seine Unterstützung bei der Datenerhebung und der statistischen Auswertung sowie Elena Iby für das Korrekturlesen meiner Masterarbeit.

Nicht zuletzt möchte ich meiner österreichischen Familie meinen tiefsten Dank aussprechen. Sie hat mich nicht nur dazu ermutigt, dieses Studium überhaupt zu beginnen, sondern mich auch währenddessen umfassend unterstützt. In stressigen Phasen stand sie immer hinter mir und gab mir den nötigen Halt, um mein Studium erfolgreich fortzusetzen.

Elmira Bilonoh

10.12.2024

1.	EINLEITUNG.....	5
1.1	EINFÜHRUNG IN DAS THEMA	5
1.2	ZIELSETZUNG	7
1.3	RELEVANZ DER STUDIE	7
2.	THEORETISCHE GRUNDLAGE.....	10
2.1	EIN BLICK IN DIE WELT DER ONLINE-DATING-APPS	10
2.2	CHOICE OVERLOAD.....	11
2.3	CHOICE OVERLOAD IM SINNE VON DATING-APPS.....	14
2.4	DIE ILLUSION UNBEGRENZTER WAHLMÖGLICHKEITEN.....	21
3.	HYPOTHESEN & FORSCHUNGSFRAGEN	26
4.	METHODISCHES VORGEHEN	28
4.1	STUDIENDESIGN	28
5.	STATISTISCHES VORGEHEN	30
6.	DATENAUSWERTUNG	31
6.1	DESKRIPTIVE STATISTIKEN.....	31
6.2	BESCHREIBUNG DER SKALEN.....	33
6.3	ÜBERPRÜFUNG DER HYPOTHESEN	37
6.4	ÜBERPRÜFUNG DER ZUSÄTZLICHEN HYPOTHESEN	38
6.5	FAZIT DER ÜBERPRÜFUNG DER HYPOTHESEN	40
7.	DISKUSSION	42
7.1	REFLEXION DER HYPOTHESEN UND ERGEBNISSE.....	42
7.2	LIMITATION.....	45
8.	CONCLUSIO.....	47
8.1	FAZIT	47
9.	LITERATURVERZEICHNIS	49
10.	TABELLENVERZEICHNIS	54
11.	ABBILDUNGSVERZEICHNIS	54
12.	ANHANG	55

1. Einleitung

1.1 Einführung in das Thema

Die Dating-Kultur hat sich in den vergangenen zehn Jahren erheblich geändert, da ein wachsender Anteil an Menschen dazu tendiert, online nach einem Partner oder einer Partnerin zu suchen (Bauman, 2003). Noch nie hatten Menschen so viele Möglichkeiten, eine:n Partner:in zu finden. Die rund 10 Millionen Individuen, die täglich die bekannte Online-Dating-App Tinder nutzen, erhalten im Durchschnitt 140 Dating-Angebote pro Tag (Aimojo, 2024). Diese signifikante Zunahme an Optionen wirft die Frage auf, wie sich die Vielzahl an Wahlmöglichkeiten auf das Entscheidungsverhalten der Nutzer:innen auswirkt.

Obgleich eine Zunahme an Möglichkeiten zur Suche nach einem Partner oder einer Partnerin zu einer Zunahme an romantischen Beziehungen führen könnte, lässt sich empirisch das Gegenteil beobachten. Die Zunahme des Online-Datings ging mit einem Anstieg der Zahl der Singles in der Gesellschaft einher (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2018). Dieses scheinbare Paradoxon kann durch das Konzept des „Choice Overload“ erklärt werden. Dieses Konzept beschreibt, dass eine zu große Auswahl an Optionen zu einer Überforderung führen kann, welche die Entscheidungsfindung erschwert und die Zufriedenheit mit der getroffenen Wahl verringert (Iyengar et al., 2000; Schwartz, 2004).

In diesem Kontext stellt sich die Frage, inwiefern die Vielzahl an Auswahlmöglichkeiten die Entscheidungsprozesse sowie das emotionale Wohlbefinden der Nutzer:innen von Dating-Apps beeinflusst. Ein zunehmendes Forschungsinteresse gilt der Untersuchung der Auswirkungen einer wahrgenommenen „Wahlüberforderung“ auf die Nutzer:innen von Online-Dating-Plattformen. Dabei werden sowohl die Zufriedenheit mit der Partner:innenwahl als auch die langfristige Beziehungserwartung und -haltung betrachtet. In Studien konnte nachgewiesen werden, dass eine umfangreiche Auswahl an Optionen zu einer Beeinträchtigung der Entscheidungsfindung führt und die Zufriedenheit mit der letztendlich getroffenen Wahl verringert (Iyengar et al., 2000).

Die vorliegende Arbeit widmet sich der Untersuchung der Auswirkungen des

sogenannten „Choice Overload“ bei der Nutzung von Dating-Apps. Die Untersuchung konzentriert sich auf die Frage, inwiefern die Fülle an Optionen das Entscheidungsverhalten beeinflusst und ob dadurch unrealistische Erwartungen oder negative Einstellungen zu langfristigen Beziehungen gefördert werden. Das Ziel dieser Untersuchung besteht in der Gewinnung eines vertieften Verständnisses darüber, in welcher Weise Dating-Apps die Partner:innenwahl und die Beziehungserwartungen der Nutzerinnen und Nutzer prägen.

1.2 Zielsetzung

Die vorliegende Arbeit hat das Ziel, die Auswirkungen der scheinbar unbegrenzten Auswahlmöglichkeiten in Dating-Apps auf das Entscheidungsverhalten, die Erwartungen an potenzielle Partner:innen und die Einstellung zu langfristigen Beziehungen zu untersuchen.

Dabei liegt der Fokus auf folgenden Aspekten:

- Die Untersuchung, wie eine Vielzahl an Auswahlmöglichkeiten auf Dating-Apps das Entscheidungsverhalten der Nutzer:innen beeinflusst, insbesondere hinsichtlich wahrgenommener Überforderung und Beziehungszufriedenheit.
- Die Analyse, ob die unbegrenzten Möglichkeiten auf Dating-Apps zu unrealistischen Erwartungen an potenzielle Partner:innen führen und wie dies potenziell negative Auswirkungen auf die Beziehungsdynamik haben kann.
- Die Untersuchung, wie die Nutzung von Dating-Apps Einstellungen zu langfristigen romantischen Beziehungen prägt.

Die Arbeit zielt darauf ab, die theoretischen Grundlagen des „Choice Overload“-Phänomens und dessen spezifische Auswirkungen im Kontext von Online-Dating zu beleuchten. Dabei wird erörtert, wie diese Dynamiken das emotionale Wohlbefinden der Nutzer:innen und deren Zufriedenheit mit Partnerschaften beeinflussen können. Ziel ist es, einen Beitrag zur Optimierung von Online-Dating-Prozessen zu leisten und die Entscheidungsfindung in digitalen Partner:innenvermittlungen besser zu verstehen.

1.3 Relevanz der Studie

In der wissenschaftlichen Literatur finden sich Belege dafür, dass eine größere Auswahl an potenziellen Partner:innen auch negative Konsequenzen haben kann. In einer Studie von Yang und Chiou (2009) wurde untersucht, inwiefern sich ein größeres Angebot an potenziellen Partner:innen auf die Suche nach dem optimalen Partner bzw. der optimalen Partnerin auswirkt. Die Resultate der Untersuchung deuten darauf

hin, dass mit einer erweiterten Auswahl an Partner:innenprofilen eine Zunahme der Suchvorgänge, eine intensiviertere Evaluierung der inkorrekten Optionen sowie eine Reduktion der Wahrscheinlichkeit, eine Präferenz adäquat zu reflektieren, einhergehen. Dies resultiert in einer verminderten Zufriedenheit mit der finalen Partner:innenwahl und einer erhöhten Tendenz, die eigene Meinung zu ändern (D'Angelo & Toma, 2017).

Diese Erkenntnisse zum „Choice Overload“ sind besonders relevant, wenn man die Auswirkungen von Dating-Apps betrachtet, die Nutzer:innen eine Vielzahl potenzieller Partner:innen präsentieren. Eine Zunahme an Auswahlmöglichkeiten kann nicht nur zu einer Überforderung bei der Entscheidungsfindung führen, sondern auch unrealistische Erwartungen an potenzielle Partner:innen fördern. Dies steht im Einklang mit der Hypothese, dass Intensivnutzer:innen von Dating-Apps unrealistischere Erwartungen an ihre potenziellen Partner:innen haben. Es könnte ebenfalls die Einstellung zu langfristigen Beziehungen beeinflussen, indem Nutzer:innen möglicherweise aufgrund der Illusion unbegrenzter Alternativen eher geneigt sind, Optionen abzulehnen.

Die paradoxen Auswirkungen der modernen Partner:innensuche, die durch Begriffe wie „Tinder-Müdigkeit“ (Beck, 2016) und „Dating-Burnout“ (Blair, 2017) beschrieben werden, können als Anzeichen dafür gewertet werden, dass eine zu große Auswahl nicht nur die Entscheidungsfindung erschwert, sondern auch die Zufriedenheit mit Partnerschaften negativ beeinflusst. Die vorliegende Untersuchung beleuchtet daher nicht nur die Auswirkungen der Vielzahl an Auswahlmöglichkeiten, sondern auch deren potenzielle Auswirkungen auf das emotionale Wohlbefinden und die Beziehungszufriedenheit der Nutzer:innen.

Die innovative Gestaltung dieser Untersuchung ermöglicht die Beobachtung der Partner:innenwahl unter der Prämisse, dass potenzielle Partner:innen den Proband:innen nacheinander statt gleichzeitig präsentiert werden. Diese Vorgehensweise wird als „sequentielles Vorgehen“ bezeichnet (D'Angelo & Toma, 2017; Yang & Chiou, 2009). Diese Methodik erlaubt eine vertiefte Analyse der Entscheidungsfindung in Online-Dating-Umgebungen sowie eine Untersuchung der

weitreichenden Auswirkungen der Auswahlmöglichkeiten auf die Nutzer:innenerfahrungen und -einstellungen.

2. Theoretische Grundlage

2.1 Ein Blick in die Welt der Online-Dating-Apps

Dating-Apps wie Tinder, Bumble und Hinge bieten heutzutage eine innovative Möglichkeit, potenzielle Partner:innen auf Grundlage eines einfachen Swipe-Mechanismus zu finden. Die Bewertung von Profilen erfolgt mittels einer Wischgeste, wobei ein nach rechts ausgerichteter Wisch Interesse an einer Person signalisiert, während ein nach links ausgerichteter Wisch Ablehnung zum Ausdruck bringt. Bei gegenseitigem Interesse der Nutzer:innen werden sogenannte „Übereinstimmungen“ angezeigt. Studien belegen, dass derartige Interaktionen die Stimmung deutlich verbessern und positive Erwartungen an zukünftige Beziehungen fördern können (Blair, 2017). Es wurde jedoch darauf hingewiesen, dass die Gefahr einer Suchtentwicklung beim Online-Dating besteht, da die Übereinstimmungen mit anderen Nutzer:innen zunehmend angenehmer werden und die Apps eine häufige und intensive Nutzung fördern. Algorithmen neigen dazu, Profile zu bevorzugen, die häufig online sind, und einige Apps verlangen von Nutzer:innen, dass sie sie öffnen, um nach neuen Nachrichten und Interaktionen zu suchen (Bauman, 2003). Die Nutzung von Dating-Apps durch Singles hat sich häufig zu einem festen Bestandteil ihres Alltags entwickelt. Im Durchschnitt wenden sie täglich 55 Minuten dafür auf (Engels, 2023). Untersuchungen zeigen zudem, dass neun von zehn Nutzer:innen zugeben, süchtig nach Apps wie Tinder, Bumble und Hinge zu sein. Vier von zehn überprüfen ihre Daten jeden Morgen direkt nach dem Aufwachen, während fast die Hälfte dies kurz vor dem Schlafengehen tut. Expert:innen argumentieren, dass eine solche Sucht ein Hinweis auf die ernsthaften Auswirkungen von Apps auf das psychologische Wohlbefinden ist (Finkel et al., 2012).

Im Rahmen einer neuen Studie, veröffentlicht in der Fachzeitschrift „Telematics and Informatics“, untersuchten Lenton et al. (2008) die möglichen unerwünschten Konsequenzen der Nutzung von Dating-Apps. Die Forscher:innen stellten die Hypothese auf, dass die Betrachtung einer Vielzahl von Profilen auf diesen Apps

Gefühle von Unsicherheit und Verwirrung hervorrufen kann. Für die Studie wurden junge Proband:innen im Alter von 16 bis 25 Jahren eingeladen, die regelmäßig diese Apps nutzen. Die Teilnehmer:innen wurden zu ihrer Nutzungshäufigkeit von Dating-Apps und zur Praxis des „exzessiven Swipens“ befragt (Match.com & Chadwick Martin Bailey, 2010). Im Anschluss wurden die Teilnehmenden ersucht, den Grad ihrer Zustimmung zu Aussagen zu bewerten, welche soziale Vergleiche, die Angst vor dem Singledasein sowie die Überlastung bei der Partner:innenwahl betreffen. Die Items lauteten wie folgt: „Andere sind beliebter als ich“, „Ich fühle mich ängstlich, wenn ich daran denke, für immer allein zu sein“ und „Ich habe das Gefühl, dass ich so viele potenzielle Partner:innen auf Dating-Apps sehe, dass ich die Informationen kaum noch überblicken kann“. Des Weiteren wurde eruiert, ob die Versuchsteilnehmer:innen beim Wischen auf dem Display den „Bewegungsmodus“ oder den „Bewertungsmodus“ verwendeten. Der erste Modus der Entscheidungsfindung basiert auf Intuition oder ersten Eindrücken, während der zweite Modus auf Informationen im Profil und selbstdefinierten Kriterien basiert. Die durchgeführte Analyse ergab, dass eine moderate Nutzung von Dating-Apps keinen signifikanten Einfluss auf einen der drei untersuchten emotionalen Faktoren hat. Jedoch konnte nachgewiesen werden, dass eine längere Nutzungsdauer von Dating-Apps mit einer verstärkten emotionalen Beteiligung einhergeht (Gebauer, 2022).

„Ich muss einfach weiterklicken, weil es keinen anderen Ausweg gibt“ (Match.com & Chadwick Martin Bailey, 2010).

2.2 Choice Overload

In der heutigen Welt sehen sich Menschen mit einer Vielzahl von Entscheidungen konfrontiert, die ihre Leben beeinflussen. Dies beginnt bei der Auswahl von Lebensmitteln im Supermarkt und endet noch lange nicht bei der Suche nach dem perfekten Partner oder der perfekten Partnerin. In den letzten Jahrzehnten wurde das

Phänomen „Choice Overload“ zunehmend von Forschenden untersucht, wobei sich zeigte, dass es wesentliche Auswirkungen auf das Verbraucher:innenverhalten hat. Infolge der Zunahme der Zahl verfügbarer Waren und Dienstleistungen sehen sich Menschen vor die Notwendigkeit gestellt, Entscheidungen zwischen einer Vielzahl von Optionen zu treffen.

Das Konzept der „Choice Overload“ bezeichnet ein kognitives Phänomen, bei dem eine zunehmende Anzahl verfügbarer Wahlmöglichkeiten zu einer Verringerung der Entscheidungszufriedenheit führt oder die Fähigkeit, eine Entscheidung zu treffen, beeinträchtigt (Schwartz, 2004). Erstmals beschrieben wurde dieses Phänomen im Jahr 2000 in einer Studie der amerikanischen Psycholog:innen Sheena Iyengar und Mark Lepper. In ihren Experimenten konnten die Autor:innen nachweisen, dass die Konfrontation mit einer größeren Anzahl an Optionen dazu führt, dass Menschen eher dazu neigen, eine getroffene Entscheidung aufzugeben oder mit ihrer Wahl weniger zufrieden zu sein.

Man geht davon aus, dass das Phänomen „Choice Overload“ eng mit dem Konzept der begrenzten menschlichen kognitiven Kapazität zusammenhängt. Das menschliche Gehirn kann nur eine begrenzte Menge an Informationen gleichzeitig verarbeiten, und wenn die Anzahl der verfügbaren Optionen diese Kapazität übersteigt, beginnen wir, eine kognitive Überlastung zu erleben. Dies kann folgende Auswirkungen haben:

- Eine der kritischsten Auswirkungen von Überlastung durch Entscheidungen ist eine verminderte Zufriedenheit mit den getroffenen Entscheidungen. Es wird begonnen, die Entscheidungen zu hinterfragen und die Annahme zu entwickeln, dass bessere Wahlmöglichkeiten vorhanden gewesen wären, was schließlich zu einer gewissen Enttäuschung führt.
- Eine größere Anzahl an Optionen führt zu einer geringeren Wahrscheinlichkeit, eine Entscheidung zu treffen. Dies konnte in verschiedenen Studien nachgewiesen werden. Die Ergebnisse zeigen, dass Menschen, denen eine Vielzahl an Möglichkeiten zur Auswahl steht, eher dazu neigen, eine Entscheidung zu verschieben oder ganz darauf zu verzichten. Dies kann sich in

sozialen und romantischen Kontexten manifestieren, wenn es einer Person schwerfällt, eine:n Partner:in zu wählen.

- Ein geringeres Vertrauen in die eigenen Entscheidungen ist bei Menschen zu beobachten, die sich in einer Umgebung mit einer Vielzahl an Wahlmöglichkeiten befinden. Diese Tendenz führt dazu, dass Menschen ihren eigenen Entscheidungen weniger vertrauen und stattdessen mehr auf den Rat anderer, automatischer Algorithmen und Zufallsfaktoren zurückgegriffen wird (Lenton et al., 2008).

Das Phänomen der „Choice Overload“ stellt ein wesentliches Thema in der modernen Gesellschaft dar, welches sich auf diverse Aspekte des menschlichen Daseins auswirkt. Dies umfasst sowohl das Konsumverhalten als auch soziale und romantische Entscheidungen. Die Experimente von Iyenger et al. (2000) konnten nachweisen, dass die Konfrontation mit einer größeren Anzahl an Optionen dazu führt, dass Menschen eher dazu neigen, eine getroffene Entscheidung aufzugeben oder mit ihrer Wahl weniger zufrieden zu sein. In der von Iyenger et al. durchgeführten Studie (2000) wurde den Teilnehmer:innen die Möglichkeit angeboten, entweder aus 6 oder aus 30 verschiedenen Sorten Marmelade zu wählen. Die Ergebnisse zeigten, dass die größere Auswahl zwar mehr Aufmerksamkeit auf sich zog, aber die tatsächlichen Verkaufszahlen der Marmelade unter den Bedingungen der größeren Auswahl geringer waren. Die Teilnehmenden, die aus der größeren Auswahl wählen konnten, waren weniger wahrscheinlich bereit, einen Kauf zu tätigen, und berichteten darüber hinaus über geringere Zufriedenheit mit ihrer getroffenen Entscheidung. Dieses Experiment illustriert, wie eine Überflutung mit Optionen nicht nur die Entscheidungsfindung verkomplizieren kann, sondern auch das Gefühl der Zufriedenheit beeinträchtigt.

Im Jahr 2004 leistete Barry Schwartz, ein amerikanischer Psychologe und Autor des Buches „The Paradox of Choice: Why More is Less“ (2004), ebenfalls einen wesentlichen Beitrag zur Untersuchung dieses Phänomens. Schwartz gelangte in seiner Untersuchung zu wesentlichen Schlussfolgerungen, welche die Problematik

einer übermäßigen Auswahl hervorheben. Die Forschungsergebnisse von Schwartz legen dar, dass die Vielzahl an Optionen nicht nur zu einer „Analyseparalyse“ führt, bei der es Menschen schwerfällt, eine Entscheidung zu treffen, sondern auch die allgemeine Lebenszufriedenheit verringert. In seiner Publikation unterstreicht er, dass eine Fülle von Optionen oft zu „Fear of Missing Out“ (FOMO) (Przybylski et al., 2013) und Gefühlen des Bedauerns darüber, möglicherweise die „perfekte“ Wahl verpasst zu haben, führt.

Eine weitere Forscherin, Ruth Chang, Professorin für Recht und Philosophie, hat sich auf die philosophischen Aspekte von Entscheidungen und Wahlmöglichkeiten spezialisiert. Ihr Forschungsschwerpunkt liegt auf den moralischen und ethischen Aspekten von Entscheidungen sowie deren Einfluss auf die subjektive Wahrnehmung von Entscheidungen. Chang führt aus, dass die Überlastung mit Entscheidungen dadurch entsteht, dass viele Entscheidungen nicht objektiv als „besser“ oder „schlechter“ bewertet werden können (Piegsa, 2014).

Dies macht sie moralisch komplex und kognitiv anstrengend. Des Weiteren führt sie das Konzept der „Rechtfertigung von Entscheidungen“ ein und betont, dass es für die Menschen von großer Bedeutung ist, das Gefühl zu haben, dass ihre Entscheidungen gerechtfertigt sind, anstatt einfach eine zufällige oder unüberlegte Entscheidung zu treffen (Stanford University, 2017).

„The more choices you have, the more you want to have, and the less satisfied you are with the choices you do make“ (Schwartz, 2004).

2.3 Choice Overload im Sinne von Dating-Apps

Mit dem Aufstieg digitaler Technologie und sozialer Plattformen haben sich Dating-Apps zu einem festen Bestandteil der modernen Kultur entwickelt. Sie bieten den Nutzer:innen die Möglichkeit, zwischen einer Vielzahl potenzieller Partner:innen zu

wählen, was theoretisch die Chancen auf ein erfolgreiches Match erhöhen sollte. Die Forschung zeigt jedoch, dass zu viele Optionen den gegenteiligen Effekt haben können und das sogenannte „Choice Overload-Phänomen“ verursachen (Schwartz, 2004).

In der heutigen Zeit ist für viele Menschen der Wunsch, eine romantische Partnerschaft zu finden, nach wie vor von großer Relevanz. Gleichzeitig ist jedoch auch das Bewusstsein vorhanden, dass die Suche nach einem solchen Partner:innen eine anspruchsvolle Aufgabe darstellen kann. Das Aufkommen und die weite Verbreitung des Internets haben jedoch zu einer grundlegenden Veränderung der Art und Weise geführt, wie wir damit umgehen. Gemäß aktuellen statistischen Erhebungen verfügen rund 80 % der sieben Milliarden Menschen weltweit über einen Internetzugang (Kemp, 2021). Die Möglichkeit, mit rund 5,6 Milliarden Menschen in Kontakt zu treten, eröffnet Personen, die auf der Suche nach einem Partner oder einer Partnerin sind, theoretisch größere Möglichkeiten, mit einer Vielzahl potenzieller Partner:innen in Kontakt zu treten. In der Vergangenheit war das Spektrum an potenziellen Personen, mit denen eine Person in Kontakt treten konnte, auf das direkte soziale Umfeld beschränkt. Das Internet erweitert dieses Spektrum, indem es den Zugang zu mehr potenziellen Partnerschaften ermöglicht, die zuvor eventuell nicht verfügbar oder unbekannt waren (Kerckhoff, 1964). Laut Fischer (2024) war die Möglichkeit der Interaktion zwischen potenziellen Partner:innen in der Vergangenheit maßgeblich von ihrer physischen Nähe abhängig. Mit dem Aufkommen des Internets hat sich dies grundlegend gewandelt, sodass eine Vielzahl von Kommunikationskanälen – darunter Textnachrichten, Sprachanrufe, Bilder und Videos – eine nahezu unmittelbare Kommunikation erlaubt. Die Partner:innenwahl basierte in der Vergangenheit in erster Linie auf Intuition und persönlichen Vorlieben. Mit der Entwicklung des Internets sind jedoch neue Instrumente entstanden, die Daten von Millionen von User:innen nutzen, um passende Partner:innen zu finden. Das Potenzial dieser Technologie ist auch von kommerziellen Websites erkannt worden, sodass Menschen, die auf der Suche nach romantischen Beziehungen sind, entsprechende Dienstleistungen in Anspruch nehmen können (Windmüller, 2020).

Moderne Dating-Apps bieten den Nutzer:innen einen umfangreichen Zugang zu einer Vielzahl von Profilen, wobei in der Regel keine nennenswerten Einschränkungen bei der Anzeige und Auswahl bestehen. Diese scheinbar grenzenlose Auswahl erweckt auf den ersten Blick einen Vorteil. In der Praxis kann eine derartige Fülle an Optionen jedoch zu gewissen Schwierigkeiten führen. Zu den maßgeblichen Einflussfaktoren, die zu einer Überlastung der Auswahl in solchen Anwendungen beitragen, zählen:

- Eine übermäßige Anzahl von Optionen kann zu einer Beeinträchtigung des Entscheidungsprozesses führen. Die Nutzer:innen sehen sich mit einer Vielzahl potenzieller Kandidatinnen und Kandidaten konfrontiert, was zu einer erhöhten kognitiven Belastung und einer erschwerten Entscheidungsfindung führt (Franssen, 2024).
- Empfehlungsalgorithmen nutzen vergangene Interaktionen, um passende Empfehlungen zu erstellen. Obgleich verbesserte Methoden dazu beitragen, die Anzahl potenzieller Suchvorgänge zu reduzieren, zeigen Nutzer:innen nach wie vor Schwierigkeiten bei der finalen Entscheidungsfindung (Match.com & Chadwick Martin Bailey, 2010).
- Der Vergleich- und der Kontrasteffekt spielen beim Auswahlprozess eine entscheidende Rolle. Menschen neigen dazu, verschiedene Optionen zu vergleichen, was die Auswirkungen des Auswahlphänomens verstärkt und die Zufriedenheit mit jedem einzelnen Partner oder jeder einzelnen Partnerin verringert. Der Kontrasteffekt äußert sich darin, dass nach der Betrachtung mehrerer Profile jede:r nachfolgende Partner:in weniger attraktiv oder interessant erscheint als der oder die vorherige, was ein Gefühl der Unzufriedenheit hervorruft (Tierney, 2008).
- Die ständige Verfügbarkeit potenzieller Partner:innen auf Dating-Plattformen kann dazu führen, dass Nutzer:innen weniger motiviert sind, langfristige Beziehungen aufzubauen. Die Möglichkeit, stets die „beste“ Option zu finden, kann dazu beitragen, dass Nutzer:innen sich nicht voll und ganz auf eine bestehende Beziehung einlassen (Match.com & Chadwick Martin Bailey,

2010).

In der heutigen Gesellschaft, die durch eine schnelle Kommunikation und eine Fülle an verfügbaren Bekanntschaften geprägt ist, hat das Thema „Choice Overload“ besondere Bedeutung erlangt. Der „Choice-Overload-Effekt“ beschreibt eine Situation, in der zu viele Optionen zu einer lähmenden, stressigen und infolgedessen zu komplexen schwierigen Entscheidungsfindungen führen können. Dieses Problem ist im Dating-Kontext besonders ausgeprägt, wo moderne Anwendungen und Plattformen den Nutzer:innen viele Möglichkeiten zur Interaktion bieten (Cheek et al., 2022).

In ihrer Publikation aus dem Jahr 2005 erläutert Dr. Rachel Vanderbilt, eine Expertin für Beziehungen, dass eine umfangreiche Auswahl in Dating-Apps zu einer verminderten Zufriedenheit mit der jeweiligen Partnerschaft führen kann. Eine zu große Auswahl an potenziellen Partner:innen kann bei Menschen zu einer Überwältigung führen, was die Verarbeitung von Informationen erschwert und letztlich zu Unzufriedenheit in Beziehungen beiträgt. Es empfiehlt sich, sich bei der Suche nach einer langfristigen Beziehung mehr Zeit zu nehmen, um jede Person als Individuum zu betrachten, anstatt sie lediglich als eine Option in einer Dating-App zu sehen (Coontz, 2005).

Obgleich es auf den ersten Blick paradox erscheinen mag, kann die Fülle der Möglichkeiten unsere Zufriedenheit mit den getroffenen Entscheidungen verringern. Die Annahme, dass eine größere Auswahl an potenziellen Partner:innen die Wahrscheinlichkeit erhöht, die „perfekte“ Person zu finden, ist weit verbreitet. Dies sollte zu einem gesteigerten Vertrauen in die eigenen Entscheidungsfähigkeiten führen, da man durch die Kenntnis über „ungeeigneter“

Optionen in der Lage ist, diese zu verwerfen. Allerdings kann die Fülle an Möglichkeiten auch zu einer Überlastung des Denk- und Gefühlssystems führen, was letztlich zu einer geringeren Zufriedenheit mit der eigenen Wahl beiträgt (Granovetter, 1973).

Die übergroße Auswahl wurde zunächst im Kontext des Marketings sowie des Verbraucher:innenverhaltens untersucht. Experimente mit Ausstellungsstücken wie Marmelade und anderen Supermarktprodukten haben gezeigt, dass Menschen mit ihrer Wahl zufriedener sind, wenn sie weniger Optionen haben. Die Teilnehmer:innen waren bei der Wahl zwischen sechs oder fünfundzwanzig Marmeladensorten eher zufrieden, wenn ihnen weniger Optionen zur Verfügung standen (Ellison et al., 2006). Die Hypothese der Forscher:innen besagt, dass ein ähnlicher Effekt auch beim Online-Dating auftreten könnte. Die Funktionsweise von Swipe-Dating-Apps lässt sich wie folgt beschreiben: Potenzielle Partner:innen werden als Ware im Regal präsentiert. Die Präsentation erfolgt in Form einer kurzen Beschreibung, welche aus einer Zusammenfassung der persönlichen Eigenschaften sowie einigen Fotos besteht. Unsere Wahrnehmung ist zunehmend dadurch geprägt, dass wir uns bei der Suche nach einem potenziellen Partner oder einer potenziellen Partnerin nicht mehr von den individuellen Eigenschaften und Charakteristika der jeweiligen Person leiten lassen, sondern vielmehr die Frage stellen, welche Anzeige am besten zu uns passt. Dieser Prozess der Kommerzialisierung von Beziehungen, bei dem potenzielle Partner:innen wie Konsumgüter betrachtet werden, wurde als „Relationsshopping“ bezeichnet, was als problematisch erachtet wird (Engels, 2023).

Die Möglichkeit, zwischen einer Vielzahl potenzieller Partner:innen zu wählen, kann bei Menschen zu einer Überforderung führen. Dies äußert sich in einer Vielzahl von Reaktionen, darunter Gefühle der Ablenkung, Überforderung und Schwierigkeiten bei der Verarbeitung von Informationen (Willeke, 2023). Eine Studie von Iyengar et al. (1999) weist darauf hin, dass eine größere Anzahl von Wahlmöglichkeiten zu Entscheidungsstress führt, da die Nutzer:innen eine Vielzahl von Optionen abwägen müssen. Diese Überforderung kann das Vertrauen in die eigene Entscheidung und die Zufriedenheit mit den getroffenen Entscheidungen verringern, was letztlich die Entwicklung langfristiger und stabiler Beziehungen erschwert.

Um den Herausforderungen im Dating-Bereich zu begegnen und die Dating-Erfahrung zu optimieren, wurden verschiedene Ansätze entwickelt, die darauf abzielen, die negativen Effekte von Überangeboten zu mindern. Im Folgenden werden Strategien vorgestellt, die dazu dienen, die negativen Auswirkungen einer zu großen Auswahl in Dating-Apps zu reduzieren:

- Die Begrenzung der Anzahl der angebotenen Optionen stellt eine Maßnahme dar, die in einigen Apps bereits implementiert wurde. Diese Funktion beinhaltet die Einschränkung der Profile, die pro Tag angezeigt werden. Dadurch wird den Nutzer:innen die Möglichkeit gegeben, den einzelnen Angeboten mehr Aufmerksamkeit zu schenken und gründlichere Analysen durchzuführen.
- Die Basis personalisierter Empfehlungen bildet eine Analyse der Präferenzen und des Verhaltens der Nutzer:innen durch Algorithmen, welche die Auswahl an möglichen Übereinstimmungen eingrenzen und lediglich die am besten geeigneten Optionen präsentieren. Des Weiteren besteht für die Nutzer:innen die Möglichkeit, eigene Suchkriterien durch die Erstellung von Kategorien und Filtern festzulegen. Dies führt zu einer Reduktion der zu berücksichtigenden Optionen sowie einer Verringerung der kognitiven Belastung.
- Unterstützung des Bewusstseins: Apps können Lernelemente enthalten, die den Nutzer:innen dabei helfen, eine fundierte Herangehensweise an die Partner:innenwahl zu entwickeln. Dies erfolgt durch die Hervorhebung derjenigen Eigenschaften und Merkmale, die für die Nutzer:innen von Relevanz sind (Ellison et al., 2006).

Die Autorin Marina Thomas postulierte, dass Nutzer:innen von Dating-Apps, die ein ernsthaftes Interesse an einem persönlichen Treffen hegen, versuchen sollten, die Anzahl der Swipes zu begrenzen und sich nicht von In-App-Sofortbenachrichtigungen wie „Like“- und „Match“-Benachrichtigungen ablenken zu lassen (Blair, 2017).

„Die Anwendung zielt darauf ab, die zwischenmenschlichen Beziehungen zu verbessern. Allerdings besteht die Gefahr, dass der gewünschte Effekt verfehlt wird,

wenn die Funktionen zu häufig genutzt werden“ (Rosenfeld & Thomas, 2012).

Im Rahmen einer Studie von Lenton et al. (2008) wurde die Fragestellung analysiert, inwiefern eine umfangreiche Anzahl von Optionen den Prozess der Entscheidungsfindung sowie die Zufriedenheit mit der getroffenen Wahl beeinflusst. Dabei zeigte sich, dass Menschen, die sich einer großen Zahl an Optionen gegenübersehen, zunehmend anspruchsvoller werden und in der Lage sind, ihre Präferenzen in einer differenzierteren Weise wahrzunehmen. Die Ergebnisse der Studie belegen zudem, dass eine Fülle von verfügbaren Wahlmöglichkeiten nicht per se zu zufriedenstellenderen Resultaten führt, sondern bei den Entscheidungsträger:innen zu Zweifeln und Stress führen kann (Lenton et al., 2008).

„Die Leute hören nicht auf zu suchen, nur weil sie eine passende Option gefunden haben. Sie versuchen vielmehr, den Nutzen dieser Option zu maximieren“ (Finkel et al., 2012).

Im Rahmen einer weiteren Untersuchung, für die 1.001 Brit:innen interviewt wurden, die Dating-Apps nutzen, wurde deutlich, dass ein signifikanter Anteil der Befragten nicht nach romantischen Verbindungen sucht. Circa 44 Prozent der Befragten gaben an, dass ihr primäres Ziel bei der Nutzung der Dating-App das Knüpfen zwangloser Kontakte sei. Unter den weiblichen Befragten gaben 27 Prozent an, die Dating-Apps in erster Linie zur Stärkung ihres Selbstbewusstseins zu nutzen (Match.com & Chadwick Martin Bailey, 2010). Es gibt ebenfalls eine signifikante Anzahl an Singles, die ihre potenziellen Partner:innen in ihren Dating-Profilen täuschen. So gibt jeder Fünfte an, veraltete Fotos zu verwenden, während jeder Zehnte falsche Angaben zu Größe oder Alter macht. Darüber hinaus gestehen acht Prozent, dass sie Kinder haben, die sie vor ihren Dating-Partner:innen verschwiegen haben, und fünf Prozent sind tatsächlich nicht Single (D'Angelo & Toma, 2017).

„Wir betrügen uns lieber selbst, als die Wahrheit einzugestehen und uns dadurch in den Augen anderer lächerlich zu machen“ (Vogel, 1913).

2.4 Die Illusion unbegrenzter Wahlmöglichkeiten

Die Frage nach der Illusion der unbegrenzten Wahlmöglichkeiten gewinnt in unserer modernen Gesellschaft zunehmend an Bedeutung. Dies zeigt sich insbesondere in einer digitalisierten Welt, in der den Menschen scheinbar unbegrenzt viele Optionen zur Verfügung stehen. Diese Vorstellung prägt zahlreiche Lebensbereiche, beispielsweise die Auswahl von Konsumgütern, Karrierewegen oder romantischen Partner:innen. Das Phänomen des Online-Datings verdeutlicht die Illusion des Überflusses besonders anschaulich. Nutzer:innen und Nutzer begegnen unzähligen Profilen und erliegen der Illusion, eine unbegrenzte Auswahl an potenziell perfekten Partner:innen zu haben. Dies kann dazu führen, dass Entscheidungen immer wieder aufgeschoben werden oder Frustration entsteht, da die Vielzahl an Optionen die Wahl erschwert. Die Illusion des Überflusses kann paradoxerweise dazu führen, dass die Vielzahl an Möglichkeiten nicht zufriedenstellt, sondern die Entscheidungsfindung erschwert und die tatsächliche Qualität der Wahl verringert (Rosenfeld & Thomas, 2012).

Die Art und Weise, wie Menschen nach Partner:innen suchen, hat sich durch soziale Medien und Online-Dating-Plattformen grundlegend verändert. Im Gegensatz zu den traditionellen Modellen, welche durch soziale Kreise und geografische Faktoren geprägt waren, eröffnet das digitale Zeitalter nahezu unbegrenzte Auswahlmöglichkeiten. Dadurch entstehen neue Erwartungen und Strategien im Rahmen des Dating-Prozesses. Die Vielzahl an potenziellen Partner:innen erleichtert die Suche nach dem „perfekten“ Partner oder der „perfekten“ Partnerin jedoch nicht zwangsläufig. Studien zeigen, dass Menschen in Kontexten mit begrenzten Auswahlmöglichkeiten, wie beispielsweise in sozialen Institutionen oder in geografischer Nähe, oft bewusster und verantwortungsvoller Beziehungen eingehen. Daher ist es von entscheidender Bedeutung, den Einfluss dieser Faktoren auf die

Partner:innenwahl und die damit verbundenen Erwartungen zu untersuchen (Mörth, 1998).

In einer Untersuchung von Finkel et al. (2012) wird deutlich, dass die digitale Welt und die Unmenge an Auswahlmöglichkeiten die Art und Weise verändern, wie Menschen Beziehungen eingehen. Die Verfügbarkeit von zahlreichen potenziellen Partner:innen führt dazu, dass Menschen Beziehungen weniger intensiv pflegen und stattdessen nach „besseren“ Optionen suchen. Diese ständige Suche nach Alternativen erschwert häufig die Entwicklung tiefer und stabiler Bindungen.

Diese These lässt sich mit der sogenannten „Theorie der schwachen Bindungen“ (Granovetter, 1973) erklären, der zufolge die Bekanntschaft durch enge Freunde oder die Familie zwar als glaubwürdiger wahrgenommen wird, jedoch den Kreis der sozialen Kontakte erheblich einschränkt. Im Gegensatz zu Online-Dating-Apps, bei denen Bekanntschaften weniger durch bestehende soziale Kreise vermittelt werden und somit auch weniger an die Wahrnehmung von Glaubwürdigkeit oder sozialem Status gebunden sind, ermöglichen diese Plattformen eine weitaus größere Auswahl an potenziellen Partner:innen. Während dies die Chancen auf romantische Verbindungen erhöht, kann es jedoch auch zu einer oberflächlicheren Wahrnehmung der anderen Personen kommen.

Die Studie von Fiore & Donath (2005) verdeutlicht, dass die Wahrnehmung von limitierten Optionen im realen Leben einen Einfluss auf die Suchstrategien für Partnerschaften ausübt. Diese vorsichtige Herangehensweise könnte dazu führen, dass Menschen intensiver investieren, um eine tiefere Verbindung zu einer Person herzustellen, bevor sie sich entscheiden, eine Beziehung einzugehen. Dieser Aspekt steht in Kontrast zum Verhalten auf Online-Dating-Plattformen, wo die umfangreiche Auswahl an potenziellen Partner:innen häufig zu einer schnelleren und weniger gründlichen Entscheidungsfindung führt (Lenton et al., 2008).

Die Vorstellung, dass es „immer noch jemanden Besseren geben könnte“, resultiert in einer Art von Entscheidungsparalyse und kann dazu führen, dass Menschen weniger bereit sind, sich auf eine Person festzulegen. Diese Befürchtung führt dazu, dass viele

Nutzer:innen von Dating- Apps in einem ständigen Zustand der Unsicherheit verharren, da sie befürchten, eine bessere Option zu verpassen (D'Angelo & Toma, 2017).

Die Partner:innenwahl im realen Leben vollzieht sich in der Regel über einen längeren Zeitraum und basiert auf wiederholten Interaktionen. Diese Interaktionen bieten die Möglichkeit, die Persönlichkeit, den Charakter sowie die Lebensziele des potenziellen Partners bzw. der potenziellen Partnerin kennenzulernen. Die gemeinsame Ausübung von Aktivitäten und das Erleben von Ereignissen fördern das Entstehen einer emotionalen Bindung, die in der Regel zu einer tieferen und stabileren Beziehung führt. Untersuchungen belegen, dass solche Beziehungen langfristig zufriedenstellender sind, da sie auf einem soliden Fundament von Vertrauen, gegenseitigem Verständnis und geteilten Werten basieren (Huston & Houts, 1998).

Im Gegensatz zu der Partner:innenwahl im Online-Dating verlassen sich Nutzer:innen vor allem auf visuelle Reize und kurze biografische Informationen, um eine schnelle Entscheidung zu treffen, ob sie an einer Person interessiert sind oder nicht (Ward, 2016). Dies kann sich nachteilig auf die Qualität der ersten Begegnungen und damit auf die Tiefe der entstehenden Beziehungen auswirken. In der Regel wird der Fokus auf die äußere Erscheinung sowie auf leicht zugängliche Informationen gelegt, welche nur begrenzt Aufschluss über die Persönlichkeit oder Kompatibilität geben.

In der modernen Welt des Online-Datings sehen sich zahlreiche Menschen mit der Illusion einer einfachen und unkomplizierten Interaktion konfrontiert. Bei einer ersten Betrachtung scheint es, dass gegenseitige Likes und schnelle Nachrichten unweigerlich zu einer erfolgreichen Beziehung führen werden. Die Realität zeigt jedoch ein anderes Bild: Etwa 20–30 % der gegenseitigen Likes münden nie in einem aktiven Dialog. Selbst wenn ein Austausch von Nachrichten beginnt, wird dieser in etwa 20 % der Fälle schnell wieder abgebrochen, da er in der Fülle an Alternativen, die die Apps bieten, untergeht und sich zwischen vielen anderen Gesprächen verliert. Auch wenn der Dialog in der Anfangsphase der Kommunikation erfolgreich aufrechterhalten wird, stehen die Beteiligten einer Reihe von Schwierigkeiten gegenüber. Dabei kann die Kommunikation bereits vor der ersten persönlichen Begegnung allmählich ab- und zunehmen. In der

Regel stellt sich das Interesse an der Fortführung des Dialogs einige Tage später ein, wenn die für die jeweilige Persönlichkeit des Gegenübers wesentlichen Aspekte bereits thematisiert wurden und der Dialog dadurch an Neuartigkeit verliert. Zudem kann es zu einer Veränderung der Gesprächsführung kommen, sodass der Dialog entweder routinemäßig oder in fragmentarischen Einheiten weitergeführt wird. Selbst im Falle eines erfolgreichen Übergangs zu einem lang erwarteten persönlichen Treffen besteht die Möglichkeit einer Enttäuschung. Die Person entspricht möglicherweise nicht dem idealisierten Bild, das sich während der Online-Interaktion gebildet hat. Unbewusste und physische Barrieren können dazu beitragen, dass Interaktionen, die in der virtuellen Umgebung als erfolgreich wahrgenommen werden, in Wirklichkeit unwirksam sind und die Erwartungen nicht erfüllen (Pikabu.ru, 2023).

Es steht die Frage im Raum, ob es überhaupt möglich ist, den „perfekten“ Partner oder die „perfekte“ Partnerin zu finden, indem man die Profile auf einer Dating-Website durchblättert. Die Annahme, dass man jederzeit auf eine Dating-Plattform gehen und dort eine:n passende:n Partner:in finden kann, ist eine Illusion. Der Eindruck entsteht, dass der oder die perfekte Partner:in für die eigene Person gefunden werden kann. Dies impliziert, dass die betreffende Person die Komplexität einer Beziehung nicht länger berücksichtigt, sondern davon ausgeht, dass eine Beziehung ein einfaches Konstrukt ist, in das man lediglich investieren muss. Beziehungen sind als Konstrukt zu betrachten, bei dem ohne persönliche Anstrengung und Investition nur wenig erreicht werden kann.

Die Vorstellung, dass es „etwas Perfektes für mich“ gibt, d. h. eine Person mit idealen Eigenschaften, kann bei vielen Menschen zu Verwirrung führen. Dies führt oft dazu, dass Menschen so lange suchen, bis sie das vermeintliche Ideal gefunden haben. Dieses Verhalten ähnelt dem Perfektionismus – dem Streben nach einem Ideal, das in der Realität nicht existiert. Ein zentrales Problem von Dating-Plattformen ist, dass jede Unzufriedenheit mit dem oder der aktuellen Partner:in dazu führt, die Plattform erneut aufzusuchen, ohne dass der Versuch unternommen wird, eine Beziehung zu einer Person aufzubauen, die grundsätzlich zu dem oder der jeweiligen Nutzer:in passt, jedoch

nicht das „Ideal“ darstellt (Myschew, 2021).

*„Man braucht eine Weile, um festzustellen, dass die Nonperfektion die eigentliche
Perfektion ist“ (Lenz, o. D.).*

3. Hypothesen & Forschungsfragen

Auf Grundlage der vorangehend dargelegten theoretischen Überlegungen wurden im Rahmen dieser Arbeit drei zentrale Forschungsfragen entwickelt. Die Forschungsfragen zielen darauf ab, die Auswirkungen der Nutzung von Dating-Apps auf verschiedene Aspekte des romantischen Entscheidungsverhaltens zu erforschen. Im Rahmen dieser Untersuchung wird analysiert, inwiefern die Vielzahl an Auswahlmöglichkeiten an Personen auf Dating-Apps das Entscheidungsverhalten der Nutzer:innen beeinflusst, welche Rolle diese Auswahlmöglichkeiten bei der Entstehung unrealistischer Erwartungen an potenzielle Partner:innen spielen und wie sich die Nutzung von Dating-Apps auf die Einstellung zu langfristigen Partnerschaften auswirkt.

Die erste Forschungsfrage zielt auf die Untersuchung der Wirkung der Vielzahl an Auswahlmöglichkeiten auf das Entscheidungsverhalten der Nutzer:innen. In diesem Kontext werden zwei Hypothesen formuliert: Erstens wird angenommen, dass Intensivnutzer:innen die Auswahlmöglichkeiten auf Dating-Apps als überfordernder wahrnehmen als weniger aktive Nutzer:innen (H1). Zweitens wird vermutet, dass Intensivnutzer:innen eine geringere Zufriedenheit mit ihrer Partnerschaft zeigen als Nutzer:innen, die Dating-Apps weniger intensiv nutzen (H2).

FF1: Wie wirkt sich die Vielzahl an Auswahlmöglichkeiten auf das Entscheidungsverhalten aus?

H1: Intensivnutzer:innen bewerten die Auswahlmöglichkeiten an Personen in Dating-Apps als überfordernder als andere Nutzer:innen.

H2: Intensivnutzer:innen haben eine geringere Zufriedenheit mit ihrer Partnerschaft als andere Nutzer:innen.

Die zweite Forschungsfrage zielt darauf ab, den Einfluss scheinbar unbegrenzter Möglichkeiten auf Dating-Apps auf die Entstehung unrealistischer Erwartungen an potenzielle Partner:innen zu untersuchen. In diesem Kontext wird die Hypothese aufgestellt, dass Intensivnutzer:innen im Vergleich zu weniger aktiven Nutzer:innen

eine höhere Neigung zu unrealistischeren Erwartungen an ihre potenziellen Partner:innen aufweisen (H3).

FF2: Führen die scheinbar unbegrenzten Möglichkeiten auf Dating-Apps zu unrealistischen Erwartungen an potenzielle Partner:innen?

H3: Intensivnutzer:innen neigen im Vergleich zu anderen Nutzer:innen zu unrealistischeren Erwartungen an potenzielle Partner:innen.

Die dritte Forschungsfrage zielt darauf ab, die potenzielle Auswirkung der scheinbar unbegrenzten Möglichkeiten auf Dating-Apps auf die Einstellung der Nutzer:innen zu langfristigen romantischen Bindungen zu untersuchen. Es wird die Hypothese aufgestellt, dass eine negativere Einstellung zu langfristigen romantischen Beziehungen bei Intensivnutzer:innen im Vergleich zu weniger intensiven Nutzer:innen zu beobachten ist (H4).

FF3: Inwiefern verändern die scheinbar unbegrenzten Möglichkeiten von Dating-Apps die Einstellung der Nutzer:innen zu langfristigen romantischen Bindungen?

H4: Intensivnutzer:innen haben eine negativere Einstellung zu langfristigen romantischen Beziehungen als andere Nutzer:innen.

4. Methodisches Vorgehen

4.1 Studiendesign

Die Untersuchung basiert auf einer quantitativen Erhebungsmethode in Form einer Online-Umfrage. Diese Methode wurde gewählt, um eine heterogene Stichprobe zu erreichen, da Online-Umfragen eine hohe Zugänglichkeit und Flexibilität bieten (Qualtrics, 2022). Die Wahl dieser Methode ermöglicht es, Daten standardisiert zu erheben, was für eine statistische Analyse unerlässlich ist. Die Befragung wurde so konzipiert, dass sowohl allgemeine als auch spezifische Aspekte der Nutzung von Dating-Apps erfasst wurden. Besonderes Achtsamkeit wurde auf die Formulierung der Fragen gelegt, um Verzerrungen (z. B. soziale Erwünschtheit) zu minimieren und die Verständlichkeit zu gewährleisten (siehe Fragebogen im Anhang).

Die Datenerhebung wurde im Zeitraum vom 10.11.2024 bis 18.11.2024 über die Plattform SoSci Survey durchgeführt, wobei die Teilnehmer:innen über verschiedene Kanäle rekrutiert wurden. Dazu gehörten soziale Netzwerke wie Facebook, Instagram, universitäre Verteiler sowie persönliche Netzwerke. Die Teilnehmer:innen wurden zu Beginn der Umfrage über die freiwillige Teilnahme, den Datenschutz und die Möglichkeit, jederzeit abubrechen, informiert. Es wurde sichergestellt, dass alle Antworten anonym erhoben wurden. Die Umfrage verzeichnete nahezu 200 Teilnehmer:innen aus verschiedenen Altersgruppen, mit unterschiedlichem Beziehungsstatus und variierenden Erfahrungen mit Dating-Apps.

Um sicherzustellen, dass die Fragen klar formuliert sind und die technische Funktionalität der Umfrage gewährleistet ist, wurde ein Pretest mit einer kleinen Gruppe von Personen durchgeführt. Das Feedback aus dem Pretest wurde genutzt, um Anpassungen vorzunehmen und mögliche Schwachstellen im Design zu beheben.

Die Zielgruppe der Befragung umfasste Personen unterschiedlicher Altersgruppen, Beziehungsstatus und Erfahrungen mit Dating-Apps. Um eine breitere Zielgruppe zu erreichen und auch internationale Teilnehmer:innen anzusprechen, wurde der Fragebogen in deutscher und englischer Sprache angeboten. Der Fragebogen gliederte sich in mehrere Abschnitte, die verschiedene Aspekte der Nutzung und Wahrnehmung von Dating-Apps beleuchteten:

- Soziodemografische Daten: Alter, Geschlecht, Bildung und Beziehungsstatus.
- Nutzung von Dating-Apps: Häufigkeit der Nutzung, Art der genutzten Apps und Dauer der Nutzung.
- Einstellungen zu romantischen Beziehungen: Likert-Skalen-Aussagen zur Bedeutung von Beziehungen und der Wahrnehmung von romantischen Partnerschaften.
- Erfahrungen mit Dating-Apps: Einschätzung der Vor- und Nachteile sowie der Auswirkungen auf Erwartungen und Beziehungen.

Die Fragen wurden als Multiple-Choice- und Likert-Skalen-Items formuliert, um eine standardisierte und benutzer:innenfreundliche Beantwortung zu ermöglichen.

Die Studie wurde gemäß den ethischen Richtlinien der Universität Wien durchgeführt. Eine Datenschutzerklärung wurde den Teilnehmer:innen vorgelegt, in der alle relevanten Rechte gemäß DSGVO erläutert wurden.

5. Statistisches Vorgehen

Die deskriptiven und inferenzstatistischen Analysen wurden mithilfe des Statistikprogramms SPSS durchgeführt. Um die interne Konsistenz der verwendeten Skalen zu bewerten, wurde Cronbach's Alpha berechnet. Dieser Wert gibt an, wie zuverlässig die Skalen die zugrundeliegenden Konstrukte messen. Werte oberhalb einer festgelegten Schwelle weisen dabei auf eine gute Zuverlässigkeit hin (Datatab, n.d.).

Die Verteilung der metrischen Variablen wurde mit dem Shapiro-Wilk-Test untersucht. Der Shapiro-Wilk-Test ist für kleinere Stichproben präziser und wird häufig als Standardtest verwendet, um die Annahme einer Normalverteilung zu prüfen. In der Nullhypothese geht das Verfahren von normalverteilten Werten aus. Je nach Ergebnis dieser Tests wurde entschieden, ob parametrische oder nicht-parametrische Verfahren für die weiteren Analysen eingesetzt werden (Walther, 2023). Die Hypothesentests umfassten Vergleiche zwischen Gruppen, die nach Geschlecht, Altersgruppen oder Beziehungsstatus unterschieden wurden, um mögliche Unterschiede zu identifizieren. Dabei wurde auf die Verteilung der Daten geachtet, um geeignete statistische Tests auszuwählen, wobei für die nicht-normalverteilten Werte der Mann-Whitney-U-Test (Datatab, n.d.) angewendet wurde.

Um Zusammenhänge zwischen verschiedenen Variablen zu untersuchen (z. B. Nutzungsdauer von Dating-Apps und deren wahrgenommene Effektivität), wurden Korrelationsanalysen durchgeführt. Diese ermöglichten Einblicke in die Stärke und Richtung der Beziehungen zwischen den Variablen. Während negative Korrelationen einen diskordanten Zusammenhang anzeigen, deuten positiven Korrelationen auf konkordante Zusammenhänge hin (Datatab, n.d.).

6. Datenauswertung

6.1 Deskriptive Statistiken

Zunächst erfolgt eine tabellarische Darstellung der Eigenschaften der Stichprobe, was mittels der Angabe relativer und absoluter Häufigkeiten geschieht:

Merkmal	n	%	Merkmal	n	%
Geschlecht			Bildungsgrad		
Männlich	42	26.42	Kein Abschluss	-	-
Weiblich	104	65.41	Volksschule/Hauptschule	-	-
Divers	12	7.55	Lehre/Berufsausbildung	12	7.55
Keine Angabe	1	.63	Matura (AHS/BHS)	37	23.27
Altersklassen			Fachhochschulreife	5	3.0
< 18 Jahren	4	2.52	Bachelorabschluss	61	38.37
18–24 Jahre	50	31.45	Masterabschluss	43	27.04
25–34 Jahre	87	54.72	Doktorat/PhD	1	.63
35–44 Jahre	14	8.81			
45–54 Jahre	3	1.89			
> 55 Jahre	1	.63			
Aktueller Beziehungsstatus					
In einer Beziehung	43	27.04			
Verheiratet	72	45.28			
Single (seit bis zu 3 Jahren)	5	3.16			
Single (seit über 3 Jahren)	20	12.58			
Ich hatte noch nie eine Beziehung	19	11.95			

Tabelle 1: Soziodemografische Eigenschaften der Stichprobe

Es wird deutlich, dass der Großteil der Befragten weiblich ist (65,41 %). Zudem ist die Stichprobe relativ jung, da die 18–24- und die 25–34-Jährigen ca. 85 % der Befragten ausmachen. Des Weiteren ist von Bedeutung, dass der Großteil der Befragten in einer

Beziehung (27,04 %) oder verheiratet (45,28 %) ist. Bezüglich des Bildungsgrades kann festgestellt werden, dass die Mehrheit der Befragten einen Hochschulabschluss besitzt, wobei 38,37 % der Befragten einen Bachelor- und 27,04 % einen Masterabschluss besitzen.

Merkmale	n	%
„Wie lange nutzen Sie Dating-Apps?“		
Seit einem Jahr	26	16.35
Seit zwei Jahren	9	5.66
Seit über zwei Jahren	61	38.37
Ich habe noch nie Dating-Apps genutzt	29	18.24
Ich verwende Dating-Apps nicht mehr	34	21.38
„Wie oft nutzen Sie Apps?“		
Täglich	21	13.21
Wöchentlich	26	16.35
Monatlich	13	8.18
Selten	27	16.98
Nie	72	45.28

Tabelle 2: Nutzungsverhalten Dating-Apps

Bezüglich des Nutzungsverhaltens von Dating-Apps kann festgestellt werden, dass die größte Gruppe an Befragten (38,37 %) seit über 2 Jahren Dating-Apps nutzt. Insgesamt nutzen etwa 60 % der Befragten mindestens eine Dating-App. 18,24 % der Befragten haben noch nie Dating-Apps verwendet und 21,38 % haben in der Vergangenheit von Dating-Apps Gebrauch gemacht. Die Nutzungsfrequenz von Dating-Apps zeigt, dass 13,21 % der Befragten Dating-Apps täglich und 16,35 % wöchentlich nutzen.

Genutzte Apps	n	%
Tinder	99	62.26
Bumble	78	49.06
Hinge	48	30.19
OkCupid	22	13.84
Parship	7	4.40
Badoo	18	11.32

Tabelle 3: Genutzte Dating-Apps

Die genutzten Dating-Apps weisen unterschiedliche Popularität auf: Während 62,26 % der Befragten Tinder nutzen oder genutzt haben, geben 49,06 % Bumble und 30,19 % Hinge an. Teurere Plattformen wie Parship werden nur von 4,40 % der Befragten genannt.

6.2 Beschreibung der Skalen

Im Folgenden werden die Skalen untersucht, welche im Fragebogen verwendet wurden. Dabei wird zunächst auf die interne Konsistenz eingegangen, welche ein Indikator für die Reliabilität einer Skala sein kann. Um entsprechend hohe Werte des Maßes Cronbach's Alpha zu erhalten, werden bei einigen Skalen Items weggelassen.

Skala	Anzahl Items/negativ gepolte Items	Cronbach's Alpha
Zufriedenheit mit Beziehung	3/1 (Exklusion Item 4)	.614
Einstellung gegenüber Beziehung	5/5	.781
Einstellung gegenüber Dating-Apps	3/0 (Exklusion Item 1)	.697

Tabelle 4: Interne Konsistenz der Skalen

Die Items werden anschließend zu einem Skalenmittelwert zusammengefasst, welcher einer Verteilungsanalyse unterzogen wird. Hier besteht der Fokus auf der Tatsache, ob die Skalen normalverteilt sind. Die Normalverteilung wird mit dem Shapiro-Wilk-Test untersucht, welcher in der Nullhypothese von normalverteilten Werten ausgeht.

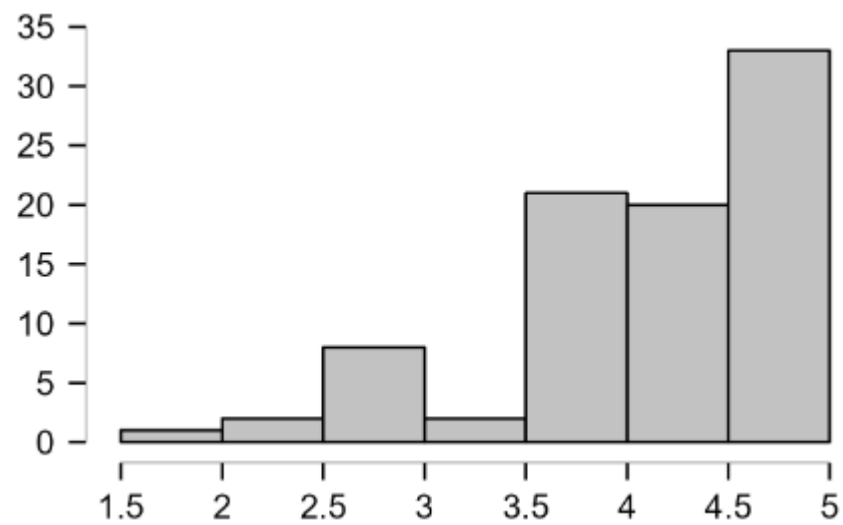


Abbildung 1: Histogramm Zufriedenheit mit Partnerschaft

Die Skala „Zufriedenheit mit Partnerschaft“ weist laut Shapiro-Wilk-Test keine normalverteilten Werte auf ($S\text{-Wilk}=.875$, $p<.001$). Das Histogramm der Werte (s. Abb. 1) weist eine asymmetrische Verteilung mit einer links-schiefen und rechts-steilen Form auf.

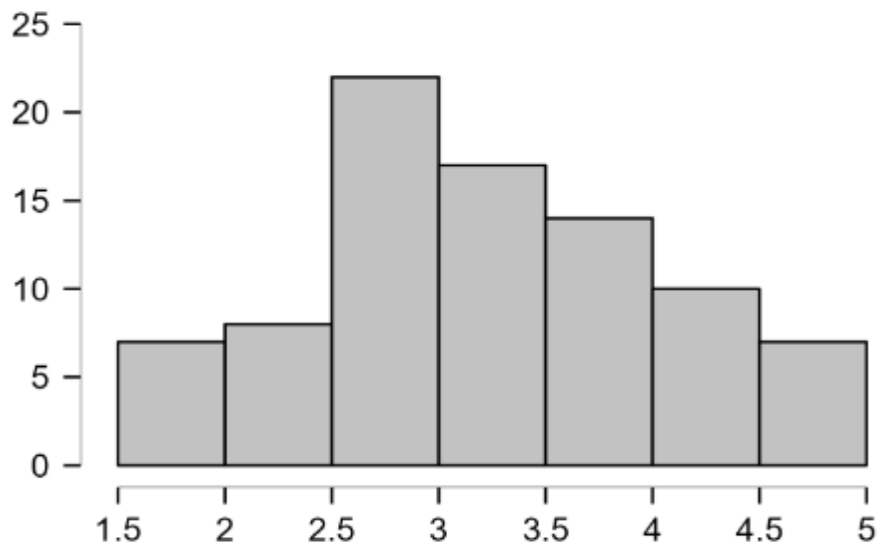


Abbildung 2: Histogramm Einstellung gegenüber romantischen Beziehungen

Die Werte der Skala „Einstellung gegenüber romantischen Beziehungen“ weisen laut Shapiro-Wilk-Test Normalverteilung auf ($S\text{-Wilk}=.974$, $p=.090$). Das Histogramm (s. Abb. 2) zeigt eine unimodale, jedoch asymmetrische Verteilung.

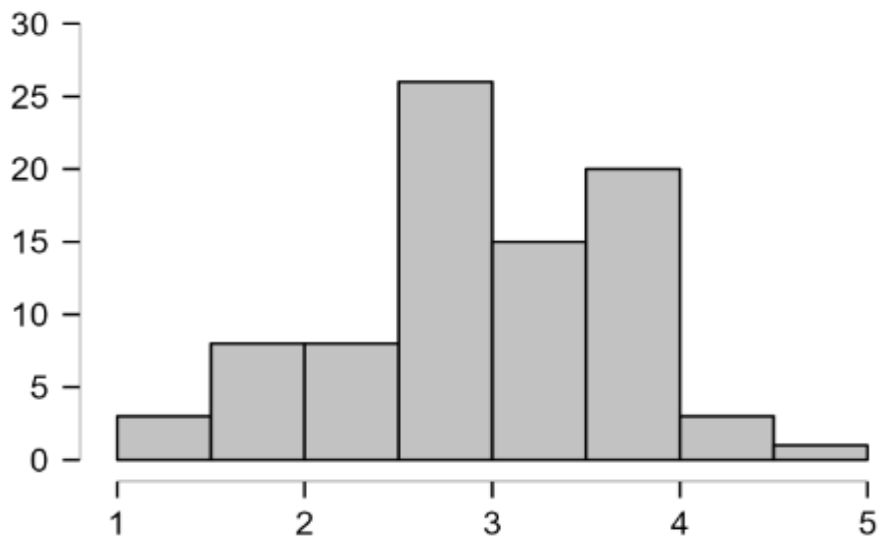


Abbildung 3: Histogramm Einstellung gegenüber Dating-Apps

Die Werte der Skala Einstellung zu Dating-Apps weisen keine Normalverteilung auf (S-Wilk=.968, $p=.034$). Das Histogramm zeigt eine bimodale und asymmetrische Verteilung.

In einem weiteren Schritt werden die Skalen mit einigen Merkmalen auf bivariate Korrelationen untersucht:

	Zufriedenheit mit Beziehung	Einstellung gegenüber romantischer Beziehung	Einstellung gegenüber Dating-Apps	Summe verwendeter Apps	Nutzungsfrequenz Apps
Einstellung gegenüber romantischer Beziehung	-.056				
Einstellung gegenüber Dating-Apps	.185*	.132			
Summe verwendeter Apps	.059	.087	.129		
Nutzungsfrequenz Apps	-.272**	.061	-.108	-.323**	
Alter (in Jahren)	-.157	-.159	.067	.132*	.193**
$p<.05^*$ $p<.01^{**}$					

Tabelle 5: Bivariate Korrelationen nach Pearson, Signifikanzniveau 5 %

Anhand der Korrelationsmatrix wird deutlich, dass die Zufriedenheit mit der Beziehung einen positiven Zusammenhang mit der Einstellung gegenüber Dating-Apps aufweist ($r=.185$, $p<.05$). Zudem zeigt die Zufriedenheit eine negative und signifikante Korrelation mit der Nutzungsfrequenz ($r=-.272$, $p<.01$), was bedeutet, dass bei abnehmender Nutzungsfrequenz die Beziehungszufriedenheit zunimmt. Das Alter der Befragten zeigt sowohl eine positive und signifikante Korrelation mit der Summe der verwendeten Apps ($r=.132$, $p<.05$) als auch mit der Nutzungsfrequenz von Dating-Apps ($r=.193$, $p<.01$). Die Korrelationen sind in ihrer Stärke allesamt als mittelstark bis schwach zu interpretieren.

6.3 Überprüfung der Hypothesen

H1: Intensivnutzer:innen bewerten die Auswahlmöglichkeiten an Personen in Dating-Apps als überfordernder als andere Nutzer:innen.

Für H1 werden 3 Variablen dichotomisiert, um eine weitere dichotome Variable zu bilden, welche Intensivnutzer:innen und Nicht-Intensivnutzer:innen unterscheidet. Die Variable „Summe der Dating-Apps“ wird in eine neue Variable transformiert, welche indiziert, ob in der Summe 0–2 oder über 2 Dating-Apps genutzt werden. Die Variable „Nutzungsfrequenz von Dating-Apps“ wird so transformiert, dass eine neue Variable anzeigt, ob Dating-Apps täglich, wöchentlich oder seltener genutzt werden. Des Weiteren wird die Frage zur Nutzungsdauer von Dating-Apps ebenfalls umgewandelt, wobei eine neue Variable anzeigt, ob die Befragten Dating-Apps seit mehr als 3 Jahren oder seit kürzerer Zeit nutzen. In einem letzten Schritt werden die Werte dieser drei Variablen aufsummiert, wobei ein Wert über Null anzeigt, ob ein:e Befragte:r laut einer oder mehrerer der hier verwendeten 3 Variablen als Intensivnutzer:in eingestuft werden kann.

Für die Überprüfung von H1 wurde nun untersucht, ob sich Intensivnutzer:innen und Nicht-Intensivnutzer:innen hinsichtlich des Items „Man ist durch die Auswahlmöglichkeiten an Personen bei Dating-Apps überfordert“ unterscheiden. Dieses Item wird mittels einer 5-er Likert Skala gemessen und stellt somit ein ordinales Merkmal dar. Die Hypothese wird dadurch mittels des Mann-Whitney-U-Tests untersucht, welches die nicht-parametrische Alternative zum T-Test ist. Dabei kann ermittelt werden, dass Intensivnutzer:innen und Nicht-Intensivnutzer:innen sich nicht signifikant hinsichtlich ihrer Zustimmung zu dem Item unterscheiden (Mann-Whitney-U=569.50, $p=.090$). Somit muss H1 abgelehnt werden.

H2: Intensivnutzer:innen haben eine geringere Zufriedenheit mit ihrer Partnerschaft als andere Nutzer:innen.

Für H2 wird untersucht, ob sich Intensivnutzer:innen hinsichtlich ihrer Zufriedenheit mit ihrer Partnerschaft von Nicht-Intensivnutzer:innen unterscheiden. Da die aggregierten Werte der Skala der Zufriedenheit nicht normalverteilt sind ($S\text{-Wilk}=.875$, $p<.001$), wird

auch hier auf den Mann-Whitney-U-Test zurückgegriffen. Laut dem Test unterscheiden sich Intensivnutzer:innen nicht signifikant hinsichtlich ihrer Zufriedenheit mit ihrer Partnerschaft von Nicht-Intensivnutzer:innen (Mann-Whitney-U=655.50, $p=.194$). Somit muss H2 abgelehnt werden.

H3: Intensivnutzer:innen neigen im Vergleich zu anderen Nutzer:innen zu unrealistischeren Erwartungen an potenzielle Partner:innen.

Für H3 wird untersucht, ob Intensivnutzer:innen sich signifikant hinsichtlich ihrer Zustimmung zu dem Item „Dating-Apps erschaffen realistische Erwartungen für potenzielle Partner:innen“ von Nicht-Intensivnutzer:innen unterscheiden. Jedoch existieren hier ebenfalls keine signifikanten Unterschiede (Mann-Whitney-U=723.50, $p=.885$). Somit muss H3 abgelehnt werden.

H4: Intensivnutzer:innen haben eine negativere Einstellung zu langfristigen romantischen Beziehungen als andere Nutzer:innen.

H4 untersucht, ob sich Intensivnutzer:innen hinsichtlich ihrer Einstellung gegenüber romantischen Beziehungen von Nicht-Intensivnutzer:innen unterscheiden. Da die Werte der Skala zur Einstellung gegenüber romantischen Beziehungen nicht normalverteilt sind ($S\text{-Wilk}=.974$, $p=.090$), wird hier ebenfalls der Mann-Whitney-U-Test angewendet. Jedoch existieren auch hier keine signifikanten Unterschiede (Mann-Whitney-U=664.00, $p=.324$). Somit muss H4 abgelehnt werden.

6.4 Überprüfung der zusätzlichen Hypothesen

Im Rahmen der weiteren Untersuchung werden zusätzliche Hypothesen überprüft, welche spezifische Aspekte des Verhaltens und der Einstellungen von Intensivnutzer:innen von Dating-Apps im Vergleich zu Nicht-Intensivnutzer:innen betreffen. Die hier vorgestellten Hypothesen zielen darauf ab, tiefere Einblicke in die Wahrnehmungen und Überzeugungen der beiden Nutzer:innengruppen zu gewinnen. Dabei wird ein besonderes Augenmerk auf die Ansichten zu Partnerschaft sowie den Einfluss von Dating-Apps auf die Partner:innensuche gelegt. Im Folgenden werden die

folgenden Hypothesen einer detaillierten Prüfung unterzogen, um zu ermitteln, ob sich Intensivnutzer:innen in bestimmten Bereichen signifikant von Nicht-Intensivnutzer:innen unterscheiden.

H5: Intensivnutzer:innen unterscheiden sich von Nicht-Intensivnutzer:innen hinsichtlich der Ansicht, dass man ohne Partnerschaft unabhängig leben kann.

Für das Item „Man kann unabhängig ohne Partnerschaft leben“ konnten signifikante Unterschiede zwischen Intensivnutzer:innen und Nicht-Intensivnutzer:innen festgestellt werden (Mann-Whitney-U=529.50, $p=.015$). Somit kann H5 angenommen werden. Es wird deutlich, dass Intensivnutzer:innen eher dieser Ansicht zustimmen, da die Häufigkeitsverteilung bei dieser Gruppe eine größere Anzahl an Zustimmungen zeigt, was an den höher werdenden grünen Säulen erkennbar ist:

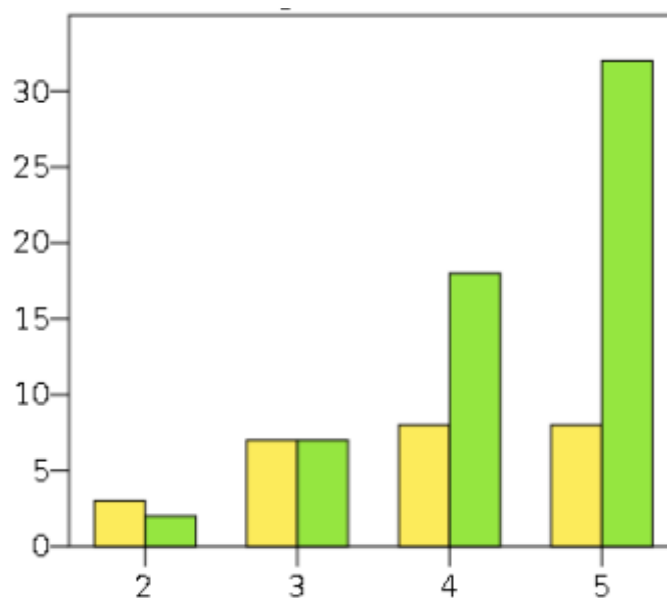


Abbildung 4: Gruppierendes Balkendiagramm: Zustimmung zum Item „Man kann unabhängig ohne Partnerschaft leben.“ (5 = stimme vollkommen zu, grün = Intensivnutzer:innen, gelb = Nicht-Intensivnutzer:innen)

H6: Intensivnutzer:innen unterscheiden sich von Nicht-Intensivnutzer:innen hinsichtlich der Ansicht, dass Dating-Apps die Suche nach einer Partnerschaft erleichtern.

Intensivnutzer:innen unterscheiden sich signifikant von Nicht-Intensivnutzer:innen in der Ansicht, dass Dating-Apps die Suche nach einer Partnerschaft erleichtern (Mann-Whitney-U=518.50, $p=.023$). Dabei stimmen die Intensivnutzer:innen der Aussage stärker zu, was im Balkendiagramm deutlich wird. Somit kann H6 angenommen werden.

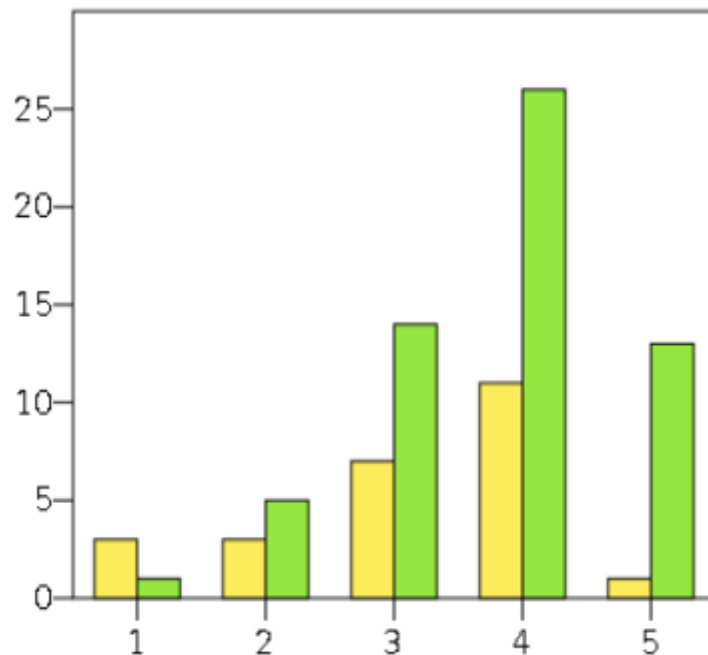


Abbildung 5: Gruppierendes Balkendiagramm: Zustimmung zum Items Dating-Apps erleichtern die Suche nach einer Partnerschaft.“ (5 = stimme vollkommen zu, grün = Intensivnutzer:innen, gelb = Nicht-Intensivnutzer:innen)

6.5 Fazit der Überprüfung der Hypothesen

Die Überprüfung der Hypothesen zu Verhalten und Einstellungen von Intensivnutzer:innen im Vergleich zu Nicht-Intensivnutzer:innen von Dating-Apps ergab keine signifikanten Unterschiede in den Bereichen Wahrnehmung von Auswahlmöglichkeiten, Partnerschaftszufriedenheit, Erwartungen an potenzielle Partner:innen und Einstellung zu langfristigen Beziehungen. Diese Ergebnisse legen nahe, dass die Nutzungshäufigkeit von Dating-Apps nicht zwangsläufig zu signifikanten Veränderungen in diesen Bereichen führt. Insbesondere konnten keine signifikanten Unterschiede zwischen den Gruppen hinsichtlich der Hypothesen H1 bis H4 festgestellt werden. Dies deutet darauf hin, dass die Nutzung von Dating-Apps keinen direkten

Einfluss auf die genannten Faktoren hat und möglicherweise andere Einflussfaktoren eine größere Rolle spielen.

Die zusätzlichen Hypothesen führten hingegen zu signifikanten Ergebnissen. Intensivnutzer:innen von Dating-Apps neigen stärker dazu, zu glauben, dass ein Leben unabhängig von einer Partnerschaft möglich ist (H5), und sind eher der Meinung, dass Dating-Apps die Partnersuche erleichtern (H6). Diese Erkenntnisse deuten darauf hin, dass Intensivnutzer:innen eine größere Unabhängigkeit in ihrem Denken bezüglich Partnerschaften und ein stärkeres Vertrauen in die Funktionalitäten von Dating-Apps haben.

Zusammenfassend zeigen die Ergebnisse, dass Intensivnutzer:innen sich zwar in einigen Wahrnehmungen und Überzeugungen von Nicht-Intensivnutzer:innen unterscheiden, jedoch keine signifikanten Unterschiede in den untersuchten Verhaltensweisen und Einstellungen festgestellt wurden. Daraus kann gefolgert werden, dass die Unterschiede in der Nutzung der Apps geringer ausfallen könnten als ursprünglich angenommen.

7. Diskussion

7.1 Reflexion der Hypothesen und Ergebnisse

Die deskriptiven Statistiken zeigen, dass die Mehrheit der Teilnehmer:innen weiblich (65,41 %) und zwischen 25 und 34 Jahre alt ist (54,72 %). Das Bildungsniveau ist überwiegend hoch, 38,37 % der Teilnehmer:innen verfügen über einen Bachelorabschluss. Dies deutet auf eine akademisch geprägte Stichprobe hin.

Was den Beziehungsstatus betrifft, so sind 45,28 % der Befragten verheiratet, während nur 12,58 % seit mehr als drei Jahren ledig sind. Bei der Nutzung von Dating-Apps zeigen die Daten eine klare Trennung: 38,37 % nutzen Apps seit mehr als zwei Jahren, während 45,28 % noch nie eine Dating-App genutzt haben. Die am häufigsten genutzten Apps sind Tinder (62,26 %) und Bumble (49,06 %). Diese Ergebnisse geben einen Einblick in die Demografie und das Nutzungsverhalten, wobei zukünftige Studien eine breitere Alters- und Bildungsgruppe einbeziehen sollten, um die Repräsentativität zu erhöhen.

Im Rahmen dieser Studie wurden vier Hypothesen formuliert, welche den Zusammenhang zwischen der Vielfalt an Auswahlmöglichkeiten in Dating-Apps und verschiedenen Aspekten der Nutzer:innenerfahrung untersuchen. Im Folgenden werden die Ergebnisse sowie mögliche Erklärungen für die Ablehnung jeder Hypothese zusammengefasst.

Die Ergebnisse stehen im Widerspruch zur Theorie „Choice Overload“ (Schwartz, 2004), die besagt, dass eine übermäßige Auswahl Menschen überfordern und ihre Zufriedenheit mit getroffenen Entscheidungen verringern kann. Vor diesem theoretischen Hintergrund hätte erwartet werden können, dass Intensivnutzer:innen, die häufiger und mit einer größeren Auswahl konfrontiert sind, ein höheres Maß an Überforderung wahrnehmen.

Die Studie ergab jedoch keine signifikanten Unterschiede zwischen Intensivnutzer:innen und weniger intensiven Nutzer:innen in der Wahrnehmung von Überforderung durch die Vielzahl an Auswahlmöglichkeiten (H1). Eine mögliche Erklärung dafür könnte sein, dass erfahrene Nutzer:innen durch ihre Expertise besser in der Lage sind, relevante

Optionen aus der Vielzahl der Möglichkeiten zu identifizieren, wodurch die empfundene Überforderung reduziert wird. Diese Interpretation wird von Forschungsergebnissen gestützt, die zeigen, dass Gewöhnung und Erfahrung in digitalen Umfeldern dazu beitragen können, die kognitive Belastung durch eine große Auswahl zu minimieren (Iyengar & Kamenica, 2010). Zudem spielt möglicherweise die subjektive Bewertung der Auswahlmöglichkeiten eine Rolle. Nutzer:innen, die Dating-Apps regelmäßig nutzen, könnten die Vielzahl an Optionen weniger als Belastung, sondern vielmehr als Chance zur Erweiterung ihrer Auswahl und zur gezielteren Suche nach passenden Matches wahrnehmen. Deci und Ryan (2000) argumentieren in ihrer Theorie der Selbstbestimmung, dass die Wahrnehmung von Wahlfreiheit individuell unterschiedlich ist und stark von intrinsischen Faktoren wie der Autonomie, Entscheidungen zu treffen, und den persönlichen Zielen abhängt.

Es konnten auch keine signifikanten Unterschiede in der Zufriedenheit mit der Partnerschaft zwischen Intensivnutzer:innen und anderen Nutzer:innen festgestellt werden (H2). Eine mögliche Erklärung hierfür könnte darin liegen, dass andere Faktoren, wie etwa die Qualität der Beziehung oder externe Einflüsse, wie der sozioökonomische Status, eine größere Rolle für die Zufriedenheit spielen als die Vielfalt an Auswahlmöglichkeiten in Dating-Apps. Darüber hinaus könnte die Art der Partnerschaft einen entscheidenden Einfluss haben. In Partnerschaften, in denen beide Personen mit der Nutzung von Dating-Apps einverstanden sind oder diese sogar gemeinsam nutzen, könnte die wahrgenommene Zufriedenheit weniger negativ beeinflusst werden. Es könnte die Zufriedenheit stabilisieren oder sogar erhöhen, wenn beide Partner:innen die Nutzung von Dating-Apps als unproblematisch oder sogar förderlich für die Beziehung ansehen. Diese Annahme wird durch die Beziehungsforschung gestützt, die die Bedeutung von Kommunikation und gegenseitiger Akzeptanz betont. Laurenceau et al. (2005) betonen, dass Intimität und Zufriedenheit in Beziehungen durch offene Kommunikation und das Teilen von Gefühlen und Bedürfnissen gestärkt werden. In Partnerschaften, in denen ein solches Klima der Akzeptanz und des Verständnisses

herrscht, wird die Nutzung von Dating-Apps als weniger störend empfunden, was zu einer stabilen und zufriedenen Partnerschaft führt.

Die Hypothese, dass Intensivnutzer:innen unrealistischere Erwartungen an potenzielle Partner:innen haben (H3), konnte ebenfalls nicht bestätigt werden. Es zeigte sich keine signifikante Neigung zu unrealistischeren Erwartungen bei Intensivnutzer:innen. Ein möglicher Erklärungsansatz für dieses Ergebnis könnte darin liegen, dass Intensivnutzer:innen mit wachsender Erfahrung realistischerere Erwartungen entwickeln. Durch die regelmäßige Nutzung und die damit verbundene Vielzahl an Begegnungen sammeln Intensivnutzer:innen mehr Wissen über ihre eigenen Präferenzen und Grenzen. Diese Entwicklung kann durch die Selbstbestimmungstheorie (Self-determination theory, n.d.) gestützt werden, die beschreibt, dass Individuen ihre Strategien anpassen, und Erfahrungen aus früheren Interaktionen könnten auch dazu beitragen, überzogene Erwartungen abzubauen und die Auswahl realistischer zu gestalten.

Die Hypothese H4 musste ebenfalls verworfen werden, da keine signifikanten Unterschiede in der Einstellung zu langfristigen Beziehungen zwischen Intensivnutzer:innen und anderen Nutzer:innen festgestellt werden konnten. Eine mögliche Erklärung für das Fehlen eines signifikanten Zusammenhangs könnte in der starken Rolle individueller Wertvorstellungen, früherer Beziehungserfahrungen sowie persönlicher Lebensziele liegen, die alle die Einstellung zu langfristigen Partnerschaften stark beeinflussen. Diese Faktoren könnten die wahrgenommenen Effekte der Nutzung von Dating-Apps auf die Einstellung zu Beziehungen überlagern. Die Forschung zur Selbstbestimmungstheorie (Deci & Ryan, 2000) unterstützt die Idee, dass intrinsische Motivation und persönliche Werte entscheidend für die Gestaltung zwischenmenschlicher Beziehungen sind.

Die Ablehnung der Hypothesen kann auf verschiedene Ursachen zurückgeführt werden. Zum einen kann die Verwendung adäquater Messinstrumente, welche in der Lage sind,

subtile Unterschiede in den Wahrnehmungen von Intensivnutzer:innen und weniger aktiven Nutzer:innen zu erfassen, nicht gewährleistet werden. Des Weiteren ist es möglich, dass individuelle Unterschiede, wie persönliche Werte, Erfahrungen oder die Art der genutzten Dating-Apps, eine größere Rolle gespielt haben als ursprünglich angenommen wurde. Des Weiteren ist denkbar, dass die Nutzer:innen die Auswahlmöglichkeiten als weniger belastend empfinden, da ihnen durch die App-Algorithmen eine gezieltere Auswahl bereitgestellt wird, wodurch der Effekt des „Choice Overload“ gemindert werden könnte.

Diese Ergebnisse eröffnen jedoch interessante Perspektiven auf die Theorien zu Choice Overload sowie die Auswirkungen von Online-Dating auf Beziehungsdynamiken. Die Forschungsliteratur legt nahe, dass Choice Overload zu einer Überforderung und unrealistischen Erwartungen führen kann (Schwartz, 2004). Die Ergebnisse dieser Studie deuten jedoch darauf hin, dass solche Effekte weniger stark ausgeprägt sein könnten als angenommen. Es ist denkbar, dass Nutzer:innen durch ihre Erfahrung mit Dating-Apps oder andere Faktoren in ihrer Einstellung gegenüber Beziehungen weniger anfällig für die negativen Effekte von Choice Overload werden.

7.2 Limitation

Wie jede wissenschaftliche Arbeit ist auch die vorliegende Masterarbeit gewissen Limitationen unterworfen, die bei der Interpretation der Ergebnisse zu berücksichtigen sind.

Obwohl angestrebt wurde, eine möglichst breite Gruppe zu erreichen, war die Teilnahme nur für Personen möglich, die nicht länger als drei Jahre Single waren. Dies schränkt die Repräsentativität der Stichprobe zusätzlich ein und führt dazu, dass Nutzer:innen mit anderen Beziehungsbiografien, wie beispielsweise längerer Single-Phasen, nicht in die Analyse einbezogen wurden.

Die Berücksichtigung kultureller Faktoren stellt eine wesentliche Limitation dieser Studie dar, da Beziehungsmuster und -erwartungen in unterschiedlichen kulturellen Kontexten erheblich variieren können. Diese Unterschiede können die Übertragbarkeit der

Ergebnisse auf andere kulturelle Kontexte einschränken. Insbesondere könnten Begriffe, die in einem kulturellen Umfeld als selbstverständlich gelten, in einem anderen falsch interpretiert oder missverstanden werden. Bei der Gestaltung der Umfrage wurde versucht, die Fragen so neutral wie möglich zu formulieren. Dennoch ist es wahrscheinlich, dass einige kulturelle Nuancen unbeabsichtigt unberücksichtigt blieben, was die Vergleichbarkeit der Antworten zwischen verschiedenen kulturellen Hintergründen einschränken könnte.

Ein wichtiger Punkt ist auch die geringe interne Konsistenz einiger Skalen, die durch niedrige Cronbach's Alpha-Werte angezeigt wird. Dies deutet darauf hin, dass die Zuverlässigkeit der verwendeten Messinstrumente nicht optimal war, was die Genauigkeit der Ergebnisse beeinträchtigen könnte. Darüber hinaus könnte die Stichprobengröße die Verallgemeinerbarkeit einschränken. Eine größere und vielfältigere Stichprobe hätte möglicherweise zu differenzierteren Ergebnissen geführt. Zukünftige Studien sollten daher auf eine höhere Reliabilität der Skalen und eine größere Stichprobe achten.

Die Verwendung selbstberichteter Daten stellt eine Herausforderung bei der Auswertung von Fragebögen dar (Wirtschaftspsychologische Gesellschaft, n.d.). Diese basieren auf den subjektiven Erfahrungen und Eindrücken der Teilnehmenden, wobei eine Verfälschung der Daten durch bewusste oder unbewusste Einflussnahme nicht ausgeschlossen werden kann. Ein wesentlicher Aspekt ist dabei die soziale Erwünschtheit, die dazu führt, dass die Befragten ihre Antworten so anpassen, dass sie den gesellschaftlichen Normvorstellungen entsprechen und nicht negativ beurteilt werden. Obwohl das Betonen der Anonymität der Umfrage ein essenzieller Schritt war, um den Teilnehmenden ein sicheres Umfeld zu bieten, in dem sie ehrlich antworten können, bleibt die Möglichkeit, dass die Befragten ihre Antworten aus dem Wunsch nach sozialer Akzeptanz verändern, ein potenzielles Problem. Dies könnte die Validität der gesammelten Daten beeinträchtigen und sollte bei der Auswertung der Ergebnisse berücksichtigt werden.

8. Conclusio

8.1 Fazit

Die vorliegende Arbeit hat zum Ziel, die Auswirkungen der Nutzung von Dating-Apps auf romantische Entscheidungen und Partnerschaften zu untersuchen. Im Rahmen der Untersuchung wurde insbesondere der Frage nachgegangen, inwiefern die Nutzung dieser Plattformen das Beziehungsverständnis und die Wahrnehmung von Auswahlmöglichkeiten beeinflusst. Die Ergebnisse der Studie legen nahe, dass Intensivnutzer:innen von Dating-Apps eine positivere Einstellung gegenüber den Plattformen entwickeln und diese als eine Erleichterung bei der Partner:innensuche wahrnehmen. Allerdings konnten keine signifikanten Unterschiede in Bezug auf Auswahlüberforderung, Partnerschaftszufriedenheit oder langfristige Erwartungen an Beziehungen festgestellt werden.

Ein weiterer wesentlicher Befund der vorliegenden Arbeit ist die Erkenntnis, dass es insbesondere differierende Einstellungen zur Unabhängigkeit in Beziehungen gibt. Es lässt sich feststellen, dass Intensivnutzer:innen von Dating-Apps eine höhere Präferenz für die individuelle Entscheidungsfreiheit in romantischen Partnerschaften aufweisen. Die aufgezeigten Unterschiede in der Nutzung und Einstellung zur Partnerschaft deuten darauf hin, dass die Auswirkungen von Dating-Apps eher von der individuellen Nutzung und persönlichen Einstellungen abhängen als von einer grundlegenden Veränderung der Wahrnehmung romantischer Beziehungen insgesamt.

In der Gesamtschau lässt sich konstatieren, dass die intensive Nutzung von Dating-Apps eine Transformation der Wahrnehmung und Einstellungen in Bezug auf Beziehungen und die Partner:innensuche bedingt. Von besonderer Relevanz sind dabei die Aspekte Unabhängigkeit und Erleichterung, die durch digitale Plattformen erzielt werden. Allerdings manifestiert sich, dass in anderen Bereichen, wie der Auswahlüberforderung oder der Zufriedenheit in bestehenden Partnerschaften, keine signifikanten Unterschiede eruierbar sind. Die Resultate legen nahe, dass die Verwendung von Dating-Apps nicht zwangsläufig zu einer substanziellen Veränderung der Sichtweise auf

romantische Beziehungen führt. Entscheidende Faktoren sind demgemäß individuelle Nutzungsgewohnheiten und persönliche Einstellungen.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass Dating-Apps vor allem als Hilfsmittel zur Partner:innensuche dienen. Dabei variieren die Auswirkungen auf die Nutzer:innen je nach Häufigkeit der Nutzung.

Dating-Apps bieten keine Antwort auf die Frage nach der Liebe, sondern regen uns dazu an, uns zu fragen: Was suchen wir wirklich?

9. Literaturverzeichnis

- Aimojo. (2024). *Tinder-Statistik 2024: Neueste Einblicke in die Top-Dating-App*.
<https://aimojo.io/de/tinder-statistics/>
- Bauman, Z. (2003). Pump-house of the heart: Liquid Love: On the frailty of human bonds. *The Guardian*.
<https://www.proquest.com/docview/189089563/pageview/8E1E09813C2D46DBPQ/1?accountid=14682&sourcetype=Historical%20Newspapers>
- Beck, J. (2016). *The rise of dating-app fatigue*. The Atlantic.
<https://www.theatlantic.com/health/archive/2016/10/the-unbearable-exhaustion-of-dating-apps/505184/>
- Blair, O. (2017). *Too much Tinder: Why some single people are experiencing a dating burnout*. The Independent. <https://www.independent.co.uk/life-style/love-sex/tinder-too-much-single-people-dating-burnout-lifestyle-love-relationship-messaging-apps-a7670656.html>
- Centraal Bureau voor de Statistiek. (2018). *Honderd jaar alleenstaanden*.
<https://www.cbs.nl/nl-nl/achtergrond/2018/26/honderd-jaar-alleenstaanden>
- Cheek, N., Reutskaja, E., Schwartz, B., & Iyengar, S. (2022). *Is having too many choices (versus too few) really the greater problem for consumers?* Behavioral Scientist.
<https://behavioralscientist.org/is-having-too-many-choices-versus-too-few-really-the-greater-problem-for-consumers/>
- Coontz, S. (2005). *Marriage, a history: From obedience to intimacy, or how love conquered marriage*. Viking.
- D'Angelo, J. D., & Toma, C. L. (2017). There are plenty of fish in the sea: The effects of choice overload and reversibility on online daters' satisfaction with selected partners. *Media Psychology*, 20(1), 1–27.
<https://doi.org/10.1080/15213269.2015.1121827>
- Datatab. (n.d.). *Cronbachs Alpha*. Abgerufen am 2. Dezember 2024, von
<https://datatab.de/tutorial/cronbachs-alpha>
- Datatab. (n.d.). *Korrelation*. Abgerufen am 27. November 2024, von
<https://datatab.de/tutorial/korrelation>

- Datatab. (n.d.). *Mann-Whitney-U-Test*. Abgerufen am 27. November 2024, von <https://datatab.de/tutorial/mann-whitney-u-test>
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The "what" and "why" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227-268. https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1104_01
- Ellison, N., Heino, R., & Gibbs, J. (2006). Managing impressions online: Self-presentation processes in the online dating environment. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 415–441. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2006.00020.x>
- Engels, B. (2023). *Viele Matches, wenig Erfolg. So viel kostet die Suche nach der Liebe beim Onlinedating per App*. Institut der deutschen Wirtschaft (IW). <https://www.iwkoeln.de/studien/barbara-engels-so-viel-kostet-die-suche-nach-der-liebe-beim-onlinedating-per-app.html>
- Finkel, E. J., Eastwick, P. W., Karney, B. R., Reis, H. T., & Sprecher, S. (2012). Online dating: A critical analysis from the perspective of psychological science. *Psychological Science in the Public Interest*, 13(1), 3–66. <https://doi.org/10.1177/1529100612436522>
- Fiore, A. T., & Donath, J. S. (2005). Homophily in online dating: When do you like someone like yourself? *In Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1371–1374. <https://doi.org/10.1145/1056808.1056919>
- Fischer, A. (2024). *Eine Frage des Kennenlernens – Partnermärkte und Kommunikation*. Infas. <https://www.infas.de/partnermaerkte-und-kommunikation/>
- Franssen, C. (2024). *The Paradox of choice: How limiting choice can increase e-commerce conversions*. Convertize. <https://www.convertize.com/paradox-of-choice/>
- Gebauer, G. F. (2022). *A Perfect Match? – Online-Partnersuche aus psychologischer Sicht*. Edigo.
- Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360–1380. <https://doi.org/10.1086/225469>

- Huston, T. L., & Houts, R. M. (1998). The psychological infrastructure of courtship and marriage: The role of personality and compatibility in romantic relationships. In T. N. Bradbury (Hrsg.), *The Developmental Course of Marital Dysfunction* (S. 114–115). Cambridge University Press.
<https://doi.org/10.1017/cbo9780511527814.006>
- Iyengar, S. S., & Kamenica, E. (2010). Choice proliferation, simplicity seeking, and asset allocation: A psychological perspective on choice overload. *Journal of Public Economics*, 31(5), 530–539. <https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2010.03.006>
- Iyengar, S. S., Lepper, M. R., & Diener, E. (2000). When choice is demotivating: Can one desire too much of a good thing? *Journal of Personality and Social Psychology*, 79(6), 995–1006. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.79.6.995>
- Iyengar, S. S., & Lepper, M. R., & Kruglanski, A. W. (1999). Rethinking the value of choice: A cultural perspective on intrinsic motivation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76(3), 349–366. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.76.3.349>
- Kemp, S. (2021). *Digital 2021: Global overview report*. Datareportal.
<https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>
- Kerckhoff, A. C. (1964). Patterns of homogamy and the field of eligibles. *Social Forces*, 42(3), 289–297. <https://doi.org/10.1093/sf/42.3.289>
- Laurenceau, J.-P., Barrett, L. F., Rovine, M. J., & Kazak, A. E. (2005). The interpersonal process model of intimacy in marriage: A daily-diary and multilevel modeling approach. *Journal of Family Psychology*, 19(2), 314–323.
<https://doi.org/10.1037/0893-3200.19.2.314>
- Lenton, A. P., Fasolo, B., & Todd, P. M. (2008). “Shopping” for a mate: Expected versus experienced preferences in online mate choice. *IEEE Transactions on Professional Communication*, 51(2), 169–182.
<https://doi.org/10.1109/TPC.2008.2000342>
- Lenz, C. (o. D.). „Perfektion“. Zitate.de. Abgerufen am 12. Oktober 2024, von <https://www.zitate.de/kategorie/perfektion?page=2>
- Match.com, & Chadwick Martin Bailey (2010). *Recent trends: Online dating*.
https://cp.match.com/cppp/media/CMB_Study.pdf

- Mörth, I. (1998). *Bausteine zu einer Theorie der Partnerwahl. Ergebnisse der „Theoriwerkstatt“ im Proseminar für HauptfachsoziologInnen WS 1997/98.* Johannes Kepler Universität Linz. <http://soziologie.soz.uni-linz.ac.at/sozthe/staff/moerthpub/STSPartnerwahl1.pdf>
- Myschew, N. G. (2021). *Dating-Website: Die Illusion der Freiheit der Wahl.* B17. <https://www.b17.ru/article/sajt-znakomstv-illyuziya-svobody-vybora/>
- Piegsa, O. (2014). *Entscheidungen treffen: Was soll ich tun?* Zeit Campus. <https://www.zeit.de/campus/2014/05/entscheidungen-treffen-stress-zufriedenheit/komplettansicht>
- Pikabu.ru. (2023). *Kann man Liebe online finden? Globale Studie auf einer Dating-Website.* <https://pikabu.ru/story/mozhno-li-nayti-lyubov-onlayn-globalnoe-issledovanie-na-sajte-znakomstv-11155157>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Qualtrics. (2022). *Quantitative Forschung.* <https://www.qualtrics.com/de/erlebnismanagement/marktforschung/quantitative-forschung/>
- Rosenfeld, M. J., & Thomas, R. J. (2012). Searching for a mate: The rise of the internet as a social intermediary. *American Sociological Review*, 77(4), 523–547. <https://doi.org/10.1177/0003122412448050>
- Schwartz, B. (2004). *The paradox of choice: why more is less* (1. Aufl.). Ecco.
- Stanford University. (2017). *How Couples Meet and Stay Together 2017 (HCMST 2017).* <https://data.stanford.edu/hcmst2017>
- Tierney, J. (2008). *Hitting it off, thanks to the algorithms of love.* The New York Times. <http://www.nytimes.com/2008/01/29/science/29tier.html>
- Vogel, W. (1913). *Im zeitlosen Strome. Randbemerkungen des Lebens.* Xenien.
- Walther, B. (2023). *Shapiro-Wilk-Test in R rechnen.* Björn Walther. <https://bjoernwalther.com/shapiro-wilk-test-in-r-rechnen/>

- Ward, J. (2016). Swiping, matching, chatting: Self-presentation and self-disclosure on mobile dating apps. *Human IT*, 13(2), 81–95.
<https://repub.eur.nl/pub/98151/516-1892-1-PB.pdf>
- Willeke, S. (2023). *Beziehungskiller: Welche Verhaltensmuster die Beziehungen gefährden*. Diplom-Psychologin Sarah Willeke. <https://www.psychologin-willeke.de/beziehbeziehungskiller-fehler-in-beziehungen-kommunikation>
- Wikipedia. (n.d.). *Self-determination theory*. In Wikipedia. Abgerufen am 2. Dezember 2024, von https://en.wikipedia.org/wiki/Self-determination_theory
- Windmüller, G. (2020). Tinder und so: So beeinflusst dich Online-Dating bei der Partnerwahl. Welt. <https://www.welt.de/kmpkt/article163270693/Tinder-Co-Online-Dating-macht-anspruchloser-bei-der-Partnerwahl.html>
- Wirtschaftspsychologische Gesellschaft. (n.d.). *Response bias – Verzerrung von Ergebnissen durch Teilnehmer*. Abgerufen am 2. Dezember 2024, von <https://wpgs.de/fachtexte/ergebnisinterpretation/response-bias-verzerrung-ergebnisse-durch-teilnehmer/>
- Yang, M.-L., & Chiou, W.-B. (2009). Looking online for the best romantic partner reduces decision quality: The moderating role of choice-making strategies. *CyberPsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(5), 517–522.
<https://doi.org/10.1089/cyber.2009.0208>

10. Tabellenverzeichnis

TABELLE 1: SOZIODEMOGRAFISCHE EIGENSCHAFTEN DER STICHPROBE	31
TABELLE 2: NUTZUNGSVERHALTEN DATING-APPS.....	32
TABELLE 3: GENUTZTE DATING-APPS.....	33
TABELLE 4: INTERNE KONSISTENZ DER SKALEN	33
TABELLE 5: BIVARIATE KORRELATIONEN NACH PEARSON, SIGNIFIKANZNIVEAU 5 %.....	36

11. Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Histogramm Zufriedenheit Mit Partnerschaft	34
Abbildung 2: Histogramm Einstellung Gegenüber Romantischen Beziehungen	35
Abbildung 3: Histogramm Einstellung Gegenüber Dating-Apps	35
Abbildung 4: Gruppiertes Balkendiagramm: Zustimmung Zum Item „Man Kann Unabhängig Ohne Partnerschaft Leben.“ (5 = Stimme Vollkommen Zu, Grün = Intensivnutzer:Innen, Gelb = Nicht-Intensivnutzer:Innen).....	39
Abbildung 5: Gruppiertes Balkendiagramm: Zustimmung Zum Items Dating-Apps Erleichtern Die Suche Nach Einer Partnerschaft.“ (5 = Stimme Vollkommen Zu, Grün = Intensivnutzer:Innen, Gelb = Nicht-Intensivnutzer:Innen).....	40

12. Anhang

Fragebogen



Liebe Studienteilnehmer*innen!

A004

Im Rahmen meiner Masterarbeit an der Universität Wien untersuche ich Ihre Erfahrung mit Dating Apps und ich freue mich über Ihre Teilnahme!

Alle Angaben, die Sie beim Ausfüllen des Fragebogens machen, sind natürlich anonym und werden streng vertraulich behandelt. Da es um Ihre persönliche Einschätzung geht, gibt es keine richtigen oder falschen Antworten. Ich bitte Sie darum, den Fragebogen ehrlich und vollständig zu beantworten.

Das Ausfüllen des Fragebogens wird etwa 5 Minuten dauern. Wenn Sie auf „Weiter“ klicken, bestätigen Sie die Teilnahme an der Studie.

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

—

Dear participants!

As part of my Master's thesis at the University of Vienna, I am investigating your experiences with dating apps and I am looking forward to your participation!

All the information you provide in this questionnaire will of course be kept anonymous and strictly confidential. As this is your personal assessment, there are no right or wrong answers. Please be honest and complete. It will take about 5 minutes to complete. By clicking 'Continue' you will confirm your participation in the study.

Thank you very much for your cooperation!

- ☐ Weiter (deutschsprachiger Fragebogen)
- ☐ Continue (English survey)

Datenschutzerklärung

Der Schutz Ihrer persönlichen Daten ist mir in dieser Befragung sehr wichtig. Ihre Daten werden daher ausschließlich auf Grundlage der gesetzlichen Bestimmungen (§ 2f Abs 5 FOG) erhoben und verarbeitet.

Diese Befragung wird im Zuge der Abfassung einer Masterarbeit an der Universität Wien erstellt. Die Daten können von der Lehrveranstaltungs-Leitung bzw. von dem/der Betreuer/in bzw. Begutachter/in der wissenschaftlichen Arbeit für Zwecke der Leistungsbeurteilung eingesehen werden. Die erhobenen Daten dürfen gemäß Art 89 Abs 1 DSGVO grundsätzlich unbeschränkt gespeichert werden.

Es besteht das Recht auf Auskunft durch den/die Verantwortlichen an dieser Studie über die erhobenen personenbezogenen Daten sowie das Recht auf Berichtigung, Löschung, Einschränkung der Verarbeitung der Daten sowie ein Widerspruchsrecht gegen die Verarbeitung sowie des Rechts auf Datenübertragbarkeit.

Wenn Sie Fragen zu dieser Erhebung haben, wenden Sie sich bitte gern an den Verantwortlichen dieser Untersuchung: ELMIRA BILONOH (a12116041@unet.univie.ac.at), Studentin der Studienrichtung Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (Master), an der Universität Wien, Währinger Str. 29, 1090 Wien.

Für grundsätzliche juristische Fragen im Zusammenhang mit der DSGVO/FOG und studentischer Forschung wenden Sie sich an den Datenschutzbeauftragten der Universität Wien, Dr. Daniel Stanonik, LL.M. (verarbeitungsverzeichnis@univie.ac.at). Zudem besteht das Recht der Beschwerde bei der Datenschutzbehörde (bspw. über dsb@dsb.gv.at).

—

Data Protection Notice

The protection of your personal data is very important to me. Therefore, your data will only be collected and processed according to the legal regulations (§ 2f Abs. 5 FOG).

This survey is part of a master thesis at the University of Vienna. The data may be viewed by the course instructor or the supervisor or assessor of the academic work for the purpose of performance assessment. The data collected may be stored for an unlimited period of time in accordance with Article 89(1) of the GDPR.

You have the right to obtain from the person responsible for this study information about the personal data collected, as well as the right to rectification, erasure, restriction of the processing of the data and the right to object to the processing and the right to data portability.

If you have any questions regarding this survey, please contact the person in charge of this study: ELMIRA BILONOH (a12116041@unet.univie.ac.at), student of Journalism and Communication Studies (Master) at the University of Vienna, Währinger Str. 29, 1090 Vienna.

For basic legal questions regarding the GDPR/FOG and student research, please contact the data protection officer of the University of Vienna, Dr Daniel Stanonik, LL.M. (verarbeitungsverzeichnis@univie.ac.at). You also have

the right to file a complaint with the data protection authority (e.g. via dsb@dsb.gv.at).

- ☐ Ich stimme der Verarbeitung meiner anonymen Daten im Rahmen dieser Studie zu/ I consent to the processing of my anonymous data as part of this study.

A010

Zunächst möchte ich einige allgemeine Informationen abfragen.

Wie alt sind Sie?

A001

- ☐ Unter 18 Jahren
☐ 18-24
☐ 25-34
☐ 35-44
☐ 45-54
☐ 55 und älter

Welchem Geschlecht fühlen Sie sich zugehörig?

A002

- ☐ Männlich
☐ Weiblich
☐ Divers
☐ Keine Angabe

A005

Was ist Ihr höchster Bildungsabschluss?

- ☐ Kein Abschluss
- ☐ Volksschule, Hauptschule
- ☐ Lehre / Berufsausbildung
- ☐ Matura (AHS oder BHS)
- ☐ Fachhochschulreife
- ☐ Bachelorabschluss (FH oder Universität)
- ☐ Masterabschluss (FH oder Universität)
- ☐ Doktorat / PhD

Sie sind aktuell...

A003 

- ☐ In einer Beziehung
- ☐ Verheiratet
- ☐ Single (seit bis zu 3 Jahren)
- ☐ Single (seit über 3 Jahren)
- ☐ Ich hatte noch nie eine Beziehung

Seit wann nutzen Sie Dating Apps?

- ☐ Seit einem Jahr
- ☐ Seit zwei Jahren
- ☐ Seit über zwei Jahren
- ☐ Ich habe noch nie Dating Apps genutzt
- ☐ Ich verwende Dating Apps nicht mehr

Wie oft nutzen Sie Dating-Apps?



- ☐ Täglich
- ☐ Wöchentlich
- ☐ Monatlich
- ☐ Selten
- ☐ Nie

Welche der folgenden Dating Apps/ Webseiten nutzen Sie/ haben Sie genutzt?

(Mehrere Nennungen möglich)

- ☐ Tinder
- ☐ Bumble
- ☐ Hinge
- ☐ Okcupid
- ☐ Parship
- ☐ Badoo
- ☐ Sonstiges:
- ☐ Keine

ZB04

Hier möchte ich Informationen zu Ihren Partnerschaften erfragen.

ZB01

Bitte nehmen Sie Stellung zu den folgenden Aussagen bezüglich Ihrer aktuellen Beziehung

(Personen, die in der Vergangenheit eine Beziehung hatten, versuchen die Aussagen auf diese zu beziehen).

	Stimme gar nicht zu	Stimme weniger zu	Teils teils	Stimme eher zu	Stimme vollkommen zu
Meine:r Partner:in hat gute Eigenschaften.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wir haben oft Missverständnisse in dieser Beziehung.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wir werden selten zusammen gesehen, aber unsere Beziehung läuft gut.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich kommuniziere oft mit meinem:r Partner:in.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Bitte nehmen Sie Stellung zu den folgenden Aussagen zu romantischen Beziehungen.

ZB02

	Stimme gar nicht zu	Stimme weniger zu	Teils teils	Stimme eher zu	Stimme vollkommen zu
Man kann unabhängig ohne Partnerschaft leben.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Das Leben ist ohne romantische Beziehungen vollständig.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Romantische Beziehungen einzugehen ist nicht wichtig.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Man braucht nicht romantische Beziehungen einzugehen, um im Leben glücklich zu sein.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Heutzutage ist es nicht notwendig, in romantischen Beziehungen zu sein.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Bitte nehmen Sie Stellung zu den Aussagen bezüglich Online Dating/ Dating Apps.

ZB03

	Stimme gar nicht zu	Stimme weniger zu	Teils teils	Stimme eher zu	Stimme vollkommen zu
Dating Apps erschaffen realistische Erwartungen für potenzielle Partner:innen..	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dating Apps erleichtern die Suche nach einer Partnerschaft.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Man ist durch die Auswahlmöglichkeiten an Personen bei Dating Apps überfordert.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Nutzung von Dating Apps ermöglicht langfristige Beziehungen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Vielen Dank für Ihre Teilnahme! Ihre Antworten wurden erfolgreich gespeichert!
Thank you for your participation! Your responses have been successfully saved!

Möchten Sie in Zukunft an interessanten und spannenden Online-Befragungen teilnehmen?

Wir würden uns sehr freuen, wenn Sie Ihre E-Mail-Adresse für das SoSci Panel anmelden und damit wissenschaftliche Forschungsprojekte unterstützen.

E-Mail:

Am Panel teilnehmen

Die Teilnahme am SoSci Panel ist freiwillig, unverbindlich und kann jederzeit widerrufen werden.

Das SoSci Panel speichert Ihre E-Mail-Adresse nicht ohne Ihr Einverständnis, sendet Ihnen keine Werbung und gibt Ihre E-Mail-Adresse nicht an Dritte weiter.

Sie können das Browserfenster selbstverständlich auch schließen, ohne am SoSci Panel teilzunehmen.