

- PERSBERICHT -

Nieuwegein, 15 december 2004

DE DO'S & DON'TS VAN (ONLINE) DATING ONDERZOEKSRESULTATEN OVER HET DATE GEDRAG VAN SINGLES

De jaarwisseling staat voor de deur en op dit moment vragen 2 miljoen singles in Nederland zich af: wie moet ik in hemelsnaam om twaalf uur zoenen? Veel singles zien de feestdagen liever gaan dan komen. Dagen waarop hun moeders zich afvragen wanneer ze nou eindelijk eens iemand meenemen voor het kerstdiner. En op 31 december de overpeinzing: blijf ik in 2005 ook alleen? Een grote groep singles heeft inmiddels het heft in eigen hand genomen en zoekt op internet naar de nieuwe partner. Bemiddelingssite Parship.nl onderzocht samen met TNS NIPO de voordelen van online dating, maar ook de gedragscodes. En wat gebeurt er daarna?

Meer dan 500 singles kregen een aantal persoonlijke en zeer intieme vragen voor hun kiezen. Deze respondenten bestonden uit twee groepen: singles die veel gebruik maken van online dating sites en singles die daten op de traditionelere manier. De onderzoeksresultaten schetsen een opmerkelijk beeld.

Efficiënt en tijdbesparend

Veel singles besluiten niet langer te wachten tot de ware voor hun deur staat. Ze ondernemen zelf actie en gaan het internet op om via dating sites of online bemiddelingsbureaus een leuke date te scoren. Als groot voordeel voor 31% van de online daters geldt dat dating sites tijdbesparend zijn: geen eindeloze diner- of borrelsessies met iemand die aan het eind van de avond toch niet zo interessant blijkt te zijn (figuur 12). Dat drankje doe je gewoon lekker thuis achter de PC terwijl je chat met je digitale date. De hoge mate van anonimiteit vindt 54% van de online daters aantrekkelijk (figuur 13). Hierdoor lopen de selectie- en afwijspcedures ook veel soepeler. Als blijkt dat iemand niet je cup of tea is, kun je gemakkelijk het contact verbreken. Andersom loop je wel eens een blauwtje, maar dan zonder gezichtsverlies. En zo erg is dat ook weer niet, want het grote aanbod aan singles biedt nieuwe mogelijkheden en verzacht de pijn. Deze ruime keuze noemen veel online daters ook als voordeel. Heb je uiteindelijk je match gevonden? Dan kunnen online daters via e-mail het contact rustig opbouwen (figuur 13). Tenslotte zijn dating sites vaak erg toegankelijk en worden door veel singles als spannend en stimulerend ervaren (figuur 14).

Waar heb je het over?

Je match gevonden? Veel online daters gaan dan over op chatten of e-mailen vanuit de persoonlijke mailbox (27%) (figuur 15). Veel mensen mailen over zichzelf (89%), maar ook 'interesses en hobby's' zijn favoriet (79%). Het werk, uiterlijk en seks zijn ook populaire onderwerpen die geregeld aan de orde komen. En hoewel veel therapeuten er altijd voor waarschuwen, bespreekt een selecte groep singles (10%) toch de hoogte- en dieptepunten uit vorige relaties (figuur 16).

Lekker snel

Een grote groep van de online daters (21%) besluit niet langer te wachten dan noodzakelijk en maakt direct een afspraak in levenden lijve (figuur 17). Helemaal uniek is dit niet, veel singles geven aan in het verleden meerdere afspraakjes te hebben gemaakt als het online eenmaal klikte (figuur 18). Maar waar ga je op je eerste date naartoe? Zowel online daters als niet-online daters spreken grotendeels af in een restaurant (62%) of café (44%). Voor diegenen die er niet zeker van zijn of ze het een aantal gangen met elkaar uithouden is er altijd nog het strand of park (20%): een populaire ontmoetingsplaats (figuur 19). Hoewel een enkeling ter herkenning nog een roos of anjer in het knoopsgat bevestigt (1% van de online daters), wisselen de meeste daters van tevoren foto's uit (52% van alle singles). Anderen bellen als ze op de plaats van bestemming zijn aangekomen (figuur 20).

Je was toch slank en spontaan?

In zes van de tien gevallen gebeurt het dat de online date niet helemaal lijkt op de persoon die uiteindelijk tegenover je zit (figuur 21). Uit ervaring van PARSHIP blijkt dat dit vooral bij gratis dating sites gebeurt. Met name het uiterlijk (67%), het karakter (37%) en de seksuele voorkeur (31%) worden online soms wat opgepoetst (figuur 22). Gelukkig weten de meeste singles hier wel mee om te gaan. Hoe geef je aan het eind van een date aan dat er geen vervolgspraak komt? De meerderheid van alle singles (zowel online daters als niet-online daters) geeft in zo'n geval aan het eind van de avond expliciet aan geen afspraakjes meer te willen met de ander (54%). Andere singles doen het wat omzichtiger: ze mailen de volgende dag dat ze een volgdate niet op prijs stellen (17%) of ze laten helemaal nooit meer iets van zich horen (12%). 11% is zo assertief om al tijdens de afspraak op te stappen. Een enkeling gebruikt lichaamstaal en zegt 'nee' door niet met de ander naar bed te gaan (3%) (figuur 23).

Eind goed...

Gelukkig komt het ook voor dat de date wel succesvol is. Hoe geef je aan dat je een vervolgspraak wel ziet zitten? De meeste singles (zowel online daters als niet-online daters) zeggen het expliciet (50%) of ze melden het via de telefoon (31%) of email (14%). Een enkeling laat het over aan de non-verbale communicatie en duikt na afloop met de date het bed in (3%) (figuur 24). Dit is doorgaans niet gebruikelijk, want uit het onderzoek blijkt dat de meerderheid (26%) met zijn of haar laatste verovering nog niet naar bed is geweest (figuur 25). Voor alle singles geldt in ieder geval dat online daten een avontuur is waaraan ze een leuke afspraak, een goede vriend of een vaste relatie over houden.

Over PARSHIP

PARSHIP is een relatiebemiddelingssite met meer dan 1 miljoen leden. PARSHIP richt zich op serieuze relatiebemiddeling via het internet en onderscheidt zich daarmee van de reguliere datingsites. PARSHIP hanteert hierbij een wetenschappelijke persoonlijkheidstest die ervoor zorgt dat op zeer zorgvuldige wijze 'matches' tussen de juiste personen tot stand komen. PARSHIP is in 2001 in Duitsland gestart met haar unieke service, vervolgens is deze uitgebreid naar Oostenrijk, Zwitserland, Italië, Spanje, Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk. In december 2003 is in Nederland de start gemaakt met PARSHIP.nl. PARSHIP.nl werkt in Nederland samen met diverse partners waaronder de Volkskrant, Trouw, NRC, Psychologie Magazine en Elsevier. PARSHIP is een dochteronderneming van de Duitse uitgevergroep Holtzbrinck. In Nederland is Holtzbrinck tevens aandeelhouder van bol.com.

- EINDE BERICHT -

Achtergrondinformatie (niet voor publicatie):

Heeft u vragen of wilt u de resultaten van het TNS NIPO/PARSHIP onderzoek over online dating ontvangen, neemt u dan contact op met:

Winkelman en Van Hessen

Lot Bosch van Drakestein of Jochem Rotteveel

Bankplein 3

2585 EV Den Haag

T: 070 – 416 16 16

F: 070 – 416 16 26

lboschvandrakestein@winkelmanenvanhessen.nl of

jrotteveel@winkelmanenvanhessen.nl

Kijk voor meer informatie op www.parship.nl

of ga naar het perscentrum www.parship.nl/docs/public/press