



DER ONLINE-DATING-MARKT IN ÖSTERREICH 2013-2014



Mit den aktuellen Trends und Entwicklungen der Datingbranche:
Nutzer — Anbieter — Umsatz — Technologie

Online-Dating 2014 in Österreich: Stagnation trotz Bewegung

Nachdem sich der Markt für die Online-Partnersuche in Österreich in der ersten Dekade zwischen 2002 und 2012 kontinuierlich nach oben entwickelt hat, sorgen im aktuellen Untersuchungszeitraum 2013/2014 zwei gegenläufige Trends für einige Unruhe in der Branche: So konnten zwar neue Usergruppen für das Online-Dating erschlossen werden, der erzielte Umsatz pro Kopf ist jedoch zurückgegangen.

In dieser 4. Auflage unserer Marktanalyse finden Sie die wichtigsten Hintergründe und aktuellen Trends zum Online-Dating in Austria.

1. SINGLES IM INTERNET

Von den knapp 8,5 Millionen Einwohnern Österreichs hatten im Jahreschnitt 2013 etwa 1,6 Millionen zumindest zeitweise den Status „Single“ inne, wobei es schwierig ist, den Begriff eindeutig zu definieren: Ist z.B. eine 72-Jährige noch Single? Die Zahl der Alleinlebenden nimmt weiterhin drastisch zu – allein in den letzten beiden Jahren ist der Umfang an Ein-Personen-Haushalten hierzulande um 54.000 gestiegen. Von den österreichischen Singles bewegen sich knapp 1,3 Millionen regelmäßig im Internet und bilden damit die Hauptzielgruppe der Branche. Schätzungen zufolge kommen zu diesen noch einmal rund 25% Interessenten hinzu (insbesondere Männer), die offiziell noch „in Beziehung lebend“ sind.

2. ANBIETERLANDSCHAFT

Grundsätzlich lassen sich die Online-Dating-Angebote in 5 Bereiche kategorisieren:

» Klassische Kontaktanzeigen-Portale

Mainstream-Services für die eigenverantwortliche Suche, oft mit Chat, mittleres Preissegment

Top-3: [FRIENDSCOUT24](#), [NEU.AT](#), [ZOOSK](#)

» Online-Partneragenturen

Vermittlung von Lebenspartnern auf Basis paarpsychologischer Matchingverfahren, gehobenes Preissegment

Top-3: [eDARLING.AT](#), [ELITEPARTNER.AT](#), [PARSHIP.AT](#)

» Social-Dating

überwiegend auf mobilen Geräten genutzte Flirtservices mit jungem Publikum, unteres Preissegment (Freemium)

Top-3: [Badoo](#), [LOVOO](#), [TINDER](#)

» Adult-Dating

Datingportale für erotische Kontakte (Casual-Dating, Seitensprünge, Swinger, Fetisch)

Top-3: [C-DATE.AT](#), [JOYCLUB.AT](#), [SECRET.AT](#)

» Nischen-Singlebörsen

spezialisiert auf engere Zielgruppen wie Senioren, Alleinerziehende, Mollige, Homosexuelle ...

In Österreich gibt es einige Hundert dieser Portale, die meisten sind jedoch kleine Kontaktanzeigen-Seiten. Immerhin 19 Anbietern ist es inzwischen gelungen, über 100.000 Mitglieder zu gewinnen. Abgesehen von [LOVE.AT](#) und [WEBSINGLES.AT](#) wird die Szene allerdings von ausländischen, vornehmlich deutschen Playern beherrscht.

Stichwort „Mobile-Dating“

Die Trennung von *Online-Dating* und *Mobile-Dating* ist in unseren Augen hinfällig. Die etablierten Online-Dating-Player bieten heute selbstverständlich auch mobile Seiten und eine ergänzende App. Und die meisten ehemaligen „mobile-only“ unter den Datingservices haben mit einer Webseite nachgezogen, denn der Kunde erwartet inzwischen, dass der Anbieter seiner Wahl überall und mit allen Medien erreichbar ist.

Auch eine separate Berechnung des Umsatzes über mobile Endgeräte ist wenig sinnvoll, da ein Großteil der Nutzer vom Erstkontakt bis zum Kauf zwischen „online“ und „mobile“ hin- und herspringt: Über 50% aller Logins erfolgen heute mobil, aber über 75% der Umsätze werden weiterhin am PC getätigt.

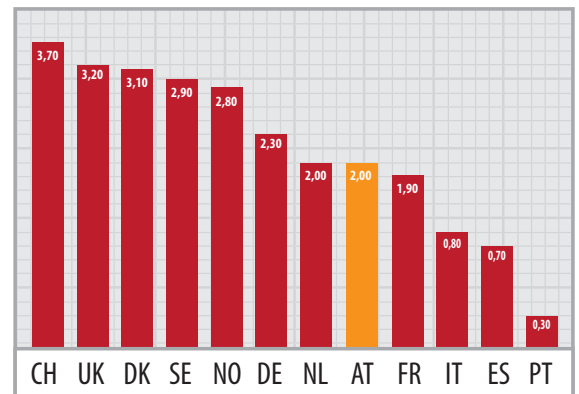
Wir fassen daher unter dem Begriff „Online-Dating“ beide Spielarten zusammen.

3. ONLINE-DATING-USER: KURVE STEIGEND

Der Boom der Internet-Partnersuche begann in Österreich im Jahre 2002. In diesem Jahr waren erstmalig mehr als 100.000 Single-Profilen im Netz. Aktuell begeben sich monatlich rund 680.000 Österreicher online auf Partnersuche, deutlich mehr als noch 2011 (610.000). Der frische Zustrom an Usern wird vor allem durch die neue Generation von Social-Dating-Services wie **LOVOO** und **BADOO** generiert, denen es gelungen ist, auch die junge Zielgruppe der 18+Dater und Singles mit Migrationshintergrund zu erschließen.

Hinzu kommen monatlich weitere 375.000 Nutzer im Bereich „Adult-Dating“ sowie rund 40.000 Nutzer von Gay-Dating-Services.

Umsatz pro Einwohner in Euro



4. UMSATZENTWICKLUNG: ZAHLEN STAGNIEREN

Trotz der deutlich gestiegenen Userzahlen lag der Branchenumsatz 2013 mit 17,2 Millionen Euro auf einem ähnlichen Niveau wie 2011 (16,9 Millionen Euro). Auch für 2014 erwarten wir keine nennenswerte Steigerung, denn:

- » Die Monetarisierung der Mitglieder wird aufgrund verbesserter Konsumentenschutz-Regelungen und mündiger Kunden immer schwieriger.
- » Klassische Kontaktanzeigen-Marktplätze verzeichnen Abwanderbewegungen zu den günstigeren Social-Dating-Playern.

Die Gesamtlage darf aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass es einzelnen Anbietern – vor allem unter etablierten Online-Partneragenturen – in den vergangenen zwei Jahren gelang, merkliche Umsatzzuwächse zu erzielen.

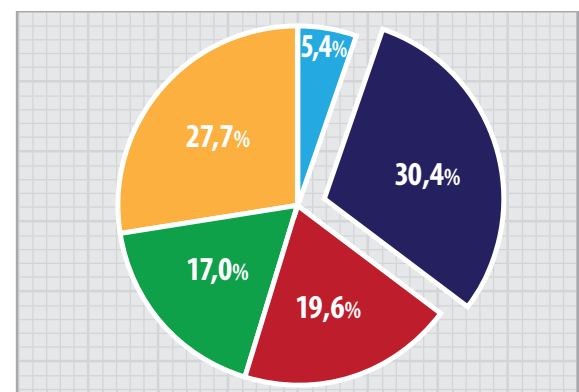
5. BRANCHENTRENDS 2013/2014

Trotz aller Bewegung durch die Faktoren „Social“ und „Mobile“ wird der Markt nach wie vor von den Etablierten beherrscht: die hochpreisigen Qualitätsanbieter im Bereich der „seriösen“ Partnersuche, für die v.a. Singles über 30 Jahre gerne zahlen. Die Big-5 der Branche **C-DATE.AT**, **eDARLING.AT**, **ELITEPARTNER.AT**, **FRIENDSCOUT24.AT** und **PARSHIP.AT** erzielen zusammen über 60% des Gesamtumsatzes.

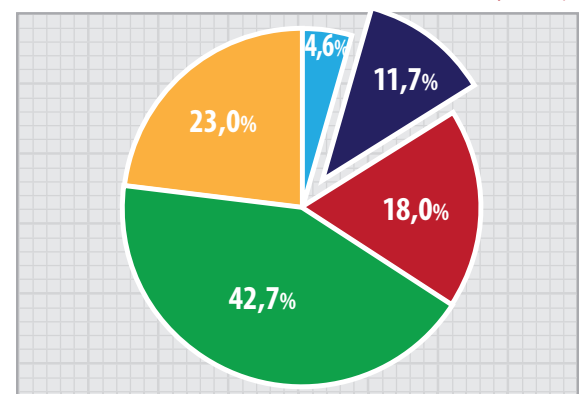
Sowohl den neuen Social-Dating-Playern als auch Flirt-Apps wie **TINDER** ist es bislang in erster Linie über Facebook und die App-Stores gelungen, sehr schnell und auf kostengünstige Weise eine große Reichweite zu erlangen. Sie müssen nun zeigen, dass sie sich auch langfristig stabilisieren können.

Der ehemalige Mittelbau, z.B. **LOVE.AT**, hat es zwischen diesen Fronten schwer, weiter zu bestehen. Eine gute Chance haben weiterhin die Spezialisten, vor allem dann, wenn sie sich nicht nur auf ein Land beschränken.

Marktanteil (monatl. Nutzer)



Marktanteil (Umsatz)



- Social-Dating
- Kontaktanzeigen
- Partnervermittlungen
- Adult-Dating
- Nischenanbieter

ÜBER DIE STUDIE

Die vorliegende Studie „Der Online-Dating-Markt in Österreich 2013/2014“ ist Bestandteil einer jährlich aktualisierten Analysenreihe zum Online-Dating im deutschsprachigen Raum.

Sie hat sich seit dem Jahr 2004 als einzig seriöse Marktbetrachtung in der Branche etabliert.

Die Zahlen basieren auf Marktforschungsergebnissen, Internet-Traffic-Analysen und vor allem den direkten Gesprächen mit dem Management der führenden Anbieter.

ÜBER SINGLEBOERSEN-VERGLEICH.AT

SINGLEBOERSEN-VERGLEICH.AT ist ein kostenloses Informationsangebot mit den Schwerpunkten:

- » Test und Bewertung von Online-Dating-Angeboten
- » Ratgeber-Magazin für Einsteiger und Fortgeschrittene

Mehr als 250.000 Singles aus Österreich fanden seit 2004 über dieses Portal ihre Mitgliedschaften in geeigneten Singlebörsen.

Empfehlungen, Interviews oder Auszüge der Testergebnisse wurden mittlerweile in über 100 Presse-, TV- und Radiosendungen veröffentlicht.

ÜBER METAFLAKE

Das metaflake-Network mit Stammsitz in Köln sowie Büros in der Schweiz und London beschäftigt 12 feste Mitarbeiter und unterhält Singlebörsen-Vergleiche in mittlerweile 14 Ländern.

Hinter dieser Studie steht
Singleboersen-Vergleich.at



- singleboersen-vergleich.de
- singleboersen-vergleich.at
- singleboersen-vergleich.ch
- guide-sites-rencontres.fr
- guida-incontri.it
- sitios-encuentros.es
- dejting-experten.se
- nettdating-eksperter.no
- netdating-eksperter.dk
- leadingdatingsites.co.uk
- datingsitesreviewed.com
- sites-encontros.com.pt
- central-encontros.com.br
- datingsitesreviews.com.au

WWW.SINGLEBOERSEN-VERGLEICH.AT



Ihr Ansprechpartner:
Daniel Baltzer

metaflake

metaflake AG
Bahnhofstr. 4
CH-9630 Wattwil

Tel.: +41 (79) 551 00 52
Mail: gf@metaflake.net

