



# Der Online-Dating-Markt in Österreich 2018-2019



**Singlebörsen-Vergleich**

[www.singleboersen-vergleich.at](http://www.singleboersen-vergleich.at)

## Auf einen Blick: Der Online-Dating-Markt in Österreich

---

Monatliche Singlebörsen-Nutzer in Österreich	<b>1.150.000</b>
Ungekündigte Mitgliedschaften bei Singlebörsen in Österreich	<b>21.000.000</b>

---

Deutschsprachige Domains, auf denen eine Singlebörse installiert ist	<b>&gt; 25.000</b>
Seriöse Singlebörsen auf deutschsprachigen Domains	<b>&lt; 2.500</b>
Neugründungen (2013-2018)	<b>2</b>

---

Frauenanteil im Online-Dating insgesamt	<b>40 %</b>
Frauenanteil bei Seitensprungagenturen	<b>10 %</b>
Frauenanteil in Singlebörsen für Alleinerziehende	<b>78 %</b>

---

Chance, sich in einer kostenlosen Singlebörse zu verlieben	<b>&lt; 20 %</b>
Chance, sich in einer kostenpflichtigen Partnerbörse zu verlieben	<b>&gt; 30 %</b>

---

Umsatz (€) der Online-Dating-Industrie in Österreich 2018	<b>18.400.000</b>
---	-------------------

---

## Anbieterlandschaft

Es gibt über 25.000 deutschsprachige Domains, auf denen eine Singlebörse läuft. Viele dieser Singlebörsen sind mittlerweile jedoch fusioniert und so steckt oft ein Anbieter hinter vielen Singlebörsen.

Die Zahl der Singlebörsen-Seiten an sich ist damit eher irrelevant. Viel interessanter ist die Frage nach den real existierenden Mitgliederdatenbanken, welche sich derzeit auf rund 2.000 erstrecken. Von diesen 2.000 Mitgliederdatenbanken sind im deutschsprachigen Raum gut 100 und davon für Österreich 50 relevant.

Bis Dezember 2018 gelang es insgesamt 5 Betreibern in Österreich mehr als 1 Million Mitglieder einzusammeln.

---

### Dating-Portale, die in Österreich viele Mitglieder eingesammelt haben

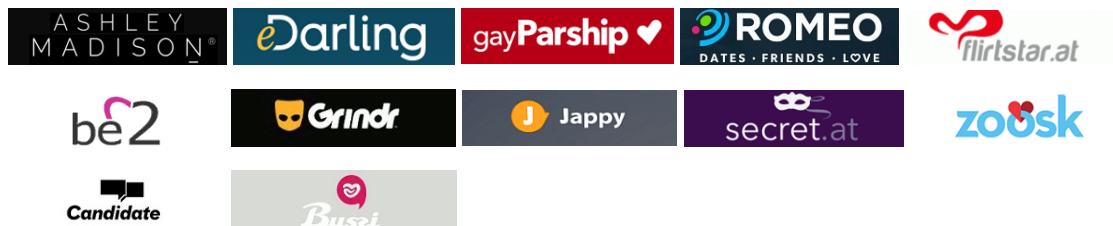
...über 1 Million Mitglieder



...über 250.000 Mitglieder



...über 100.000 Mitglieder



---

Hinzu kommen rund 25 kleinere und mittlere Online-Dating-Angebote, die relevante Mitgliederaktivitäten und Umsatzzahlen aufweisen.

Der Online-Dating-Markt war in den letzten Jahren von Fusionen und Geschäftsaufgaben gekennzeichnet. Die DSGVO tat ihr Übriges und zwang viele kleine Singlebörsen (z.B. Love.at) zur Aufgabe.

## Marktsegmente

Im Wesentlichen lassen sich Online-Dating-Angebote anhand von drei Kriterien klassifizieren:

- **Suchmethode:** Single sucht aktiv selbst vs. Vermittlungsverfahren
- **Zielgruppe:** Feste Beziehung, Flirt, Sexkontakt, Seitensprung, Themen (Religion, Hobby usw.)
- **Preismodell:** werbefinanziert, Freemium, Zahlung pro Aktion, Flatrate usw.

Anhand dieser Kriterien haben wir die Anbieterlandschaft in fünf relevante Marktsegmente gegliedert.

### Social-Dating

Mit über 500.000 Unique Usern im Dezember 2018 (im Vergleich 2014: 250.000 Millionen) bilden Dating-Apps das nutzerstärkste Marktsegment:

- Social-Dating-Anbieter dominieren die App-Stores sowie das Facebook-Umfeld.
- Angesprochen wird eine breite junge Zielgruppe, denn offiziell geht es einfach ums Kennenlernen neuer Leute.

Die meisten Anbieter sind ohne großes Werbebudget gewachsen und setzen auf Freemium-Preismodelle (Nutzung grundsätzlich kostenlos). Zusatzfunktionen, um mehr Aufmerksamkeit zu erhalten, verlangen dann nach einer geringen Investition. Der einzelne Dater fällt umsatzmäßig weniger ins Gewicht, den Ausschlag gibt die Masse.

### Kontaktanzeigen-Portale

Durch die Verschmelzung der Mitgliederdatenbanken von LoveScout24 und Neu.de war im Jahr 2015 eine neue Mega-Plattform mit über einer Million aktiven deutschsprachigen Nutzern pro Monat entstanden.

Die Kontaktanzeigen-Sparte als Ganzes schrumpft jedoch seit Jahren. Es sind nur wenige umsatzstarke Anbieter übriggeblieben. Unter ihnen erzielen lediglich zwei (LoveScout24 und Zoosk) Jahresumsätze über 2,5 Millionen Euro.

Das schwindende Mitgliedervolumen bei den Kontaktanzeigen-Portalen ist vor allem durch die Abwanderung zum hipperen und günstigeren Social-Dating begründet, denn beide Sparten konkurrieren um die gleiche Zielgruppe.

### Partnerbörsen

Online-Partnerbörsen bilden die Fortsetzung der klassischen Partnervermittlungen im Internet. Bei diesen deutlich höherpreisigen Anbietern werden im Eingangstest Persönlichkeitsmerkmale gemessen und dann auf Basis paarpsychologischer Vergleiche Kontaktvorschläge unterbreitet. Angesprochen sind v.a. Singles über 28 Jahre, die nach einem Lebenspartner suchen.

In diesem Segment dominiert klar die PE Digital GmbH, die Parship und Elitepartner betreibt. Pro Kunde werden im Schnitt über 500 Euro verdient, was zum einen das aggressive Marketing ermöglicht. Zum anderen führt der hohe Preis zu überdurchschnittlichen Vermittlungsquoten.

## Adult-Dating

Adult-Dating, das vierte große Marktsegment beim Online-Dating, zeigt sich unverändert stabil. Unter den Online-Dating-Portalen, bei denen es um erotische Kontakte geht, haben sich nach einer frühen „Schmuddelphase“ seit 2008 einige hochprofessionell geführte Angebote wie C-Date oder JOYclub etabliert, die in der Szene mit unterschiedlichen Schwerpunkten den Ton angeben.

Marktführer C-Date hat sich neben seiner TV-Präsenz werbetechnisch auch erfolgreich im Sport-Sponsoring erprobt. JOYclub punktet mit starker Offline-Präsenz etwa bei Swinger-Veranstaltungen.

## Nischen-Dating

Das Spektrum reicht von Singlebörsen für religiöse Singles über Spezialisten für die internationale Partnersuche bis hin zu Communities für spezielle erotische Vorlieben.

Die wichtigsten Themen bei den Nischen-Anbietern sind:

- Generation 50plus
- Sexuelle Orientierung (schwul/lesbisch, Swinger, BDSM, Fetisch, ...)
- Internationale Partnersuche (Osteuropa, Asien, ...)
- Alternative, religiöse oder spirituelle Ausrichtung
- Altersunterschied (Cougar-Dating, Sugardaddy/Sugarbabe)

Der höchste Umsatz wird beim Gay-Dating und im Bereich der Osteuropa-Partnersuche erzielt.

## Userzahlen

Monatlich sind rund 720.000 Singles aus Österreich auf der Suche nach einer festen Partnerschaft via Online-Dating. Rund 390.000 Singles suchen einen Sexpartner online. Und circa 40.000 Nutzer sind auf Gay-Dating-Seiten unterwegs.

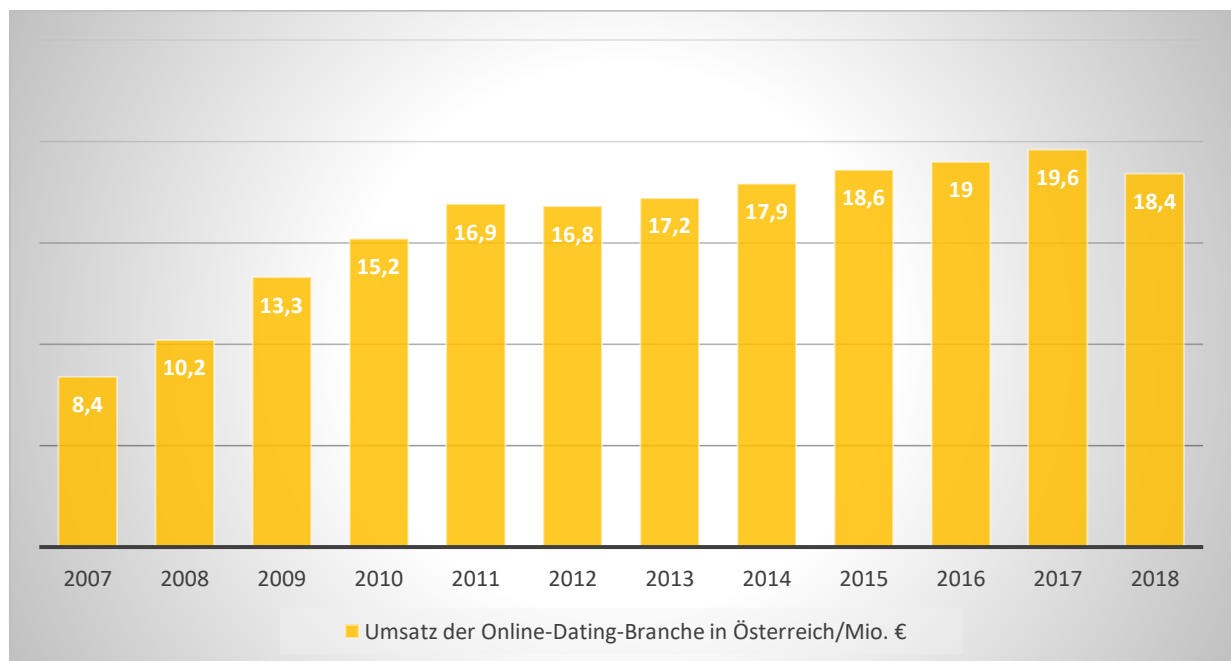
Insgesamt loggen sich also pro Monat 1,15 Millionen aktive User aus Österreich auf Internetportalen rund um die Themen Partnerschaft und Sexpartnersuche ein.

Viele Nutzer registrieren sich parallel auf mehreren Portalen. Viele melden sich nicht wieder ab, was dazu führt, dass sich knapp 21 Millionen nicht mehr genutzte Profile in Singlebörsen angehäuft haben.

## Gesamtumsatz der Branche

Von 2014 bis 2017 legte der Umsatz in der österreichischen Online-Dating-Branche jährlich konsequent zu. 2017 stieg der Umsatz zuletzt auf 19,6 Millionen Euro. 2018 sank er auf 18,4 Millionen Euro.

### Umsatz der Online-Dating-Branche in Österreich (Mio. €)



## Umsatzeinbruch 2018 wegen gestärkter Verbraucherrechte

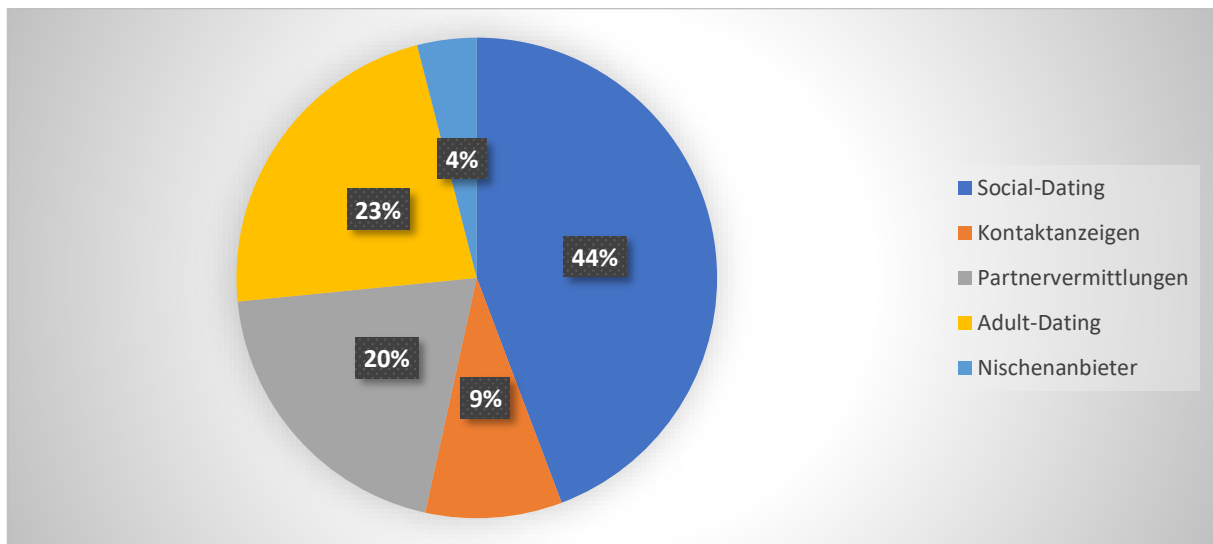
Der Umsatzeinbruch zwischen 2017 und 2018 ist mit den Auseinandersetzungen zwischen Konsumentenschützern und großen Online-Dating-Anbietern, wie z.B. Parship, zu erklären. Die Konsumentenschützer haben die Rechte der Verbraucher gestärkt bezüglich unklar angekündigter Abo-Verlängerungen und Wertersatzforderungen.

So hatte zum einen der Verein für Konsumentenschützer (VKI) die PE Digital GmbH erfolgreich verklagt, weil das Unternehmen seiner Kundschaft keinen klar formulierten Hinweis zukommen ließ, dass sich der Parship-Vertrag automatisch verlängere.

Auch das Verbandsverfahren der Bundesarbeiterkammer wegen des Themas Wertersatz gegen die PE Digital GmbH war erfolgreich. Das Oberlandesgericht bestätigte, dass „eine allfällige Wertersatzforderung bei Dauerschuldverhältnissen nur laufzeitabhängig berechnet werden darf“. Wertersatzforderungen während der 14-tägigen Rücktrittsfrist mit einem Rücktrittsgeld von bis zu 75 Prozent zu vergüten ist damit nicht mehr rechtens.

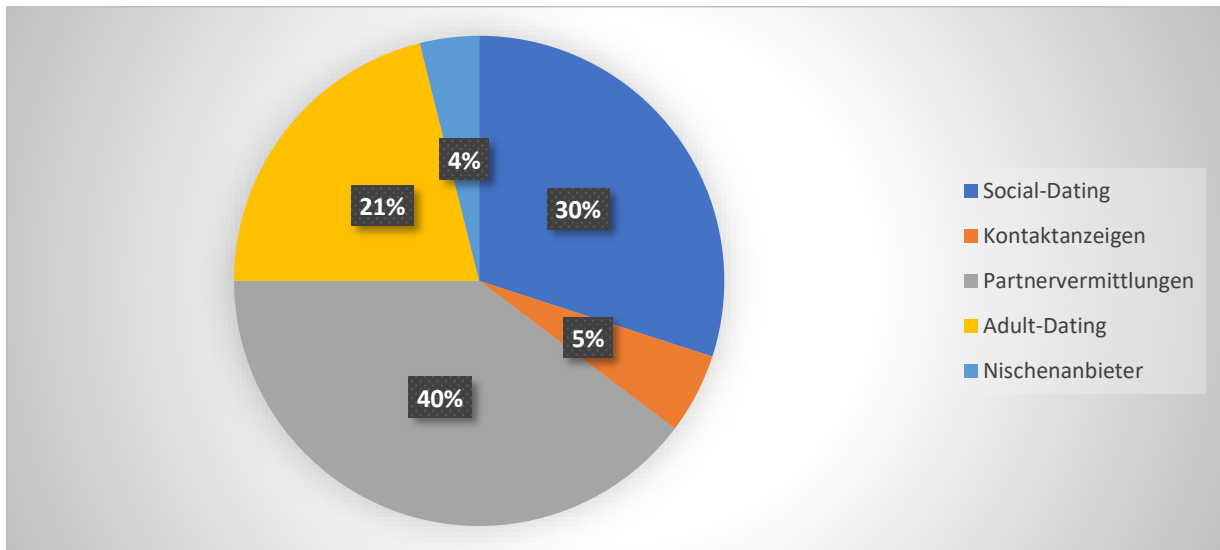
## Umsatz und Marktanteile nach Marktsegmenten

### Marktanteile nach Nutzern



Seit 2016 sinken die Userzahlen bei den Kontaktanzeigenportalen, wohingegen die Social-Dating-Anbieter stark zugelegt haben was die Userzahlen anbelangt. Die Partnervermittlungen bleiben stabil, ebenso die Nischen-Singlebörsen.

## Marktanteile nach Umsatz



Beim Umsatz gelten die Kontaktanzeigenportale als die Verlierer der Branche. Auch Partnervermittlungen haben Umsatzeinbußen zu verzeichnen, was mit den vorangegangenen Auseinandersetzungen mit Konsumentenschützern zusammenhängt.

Die Social-Dating-Anbieter bzw. Dating-Apps gehen auch bei den Marktanteilen nach Umsatz als Gewinner hervor. Allen voran Tinder.



## Über uns & diese Studie

Die vorliegende Studie „Der Online-Dating-Markt in Österreich 2018/2019“ ist Bestandteil einer jährlich aktualisierten Analysereihe zum Online-Dating im deutschsprachigen Raum. Sie hat sich als einzig seriöse Marktbetrachtung in der Branche etabliert.

Die Erhebung der Marktdaten wurde im Januar/Februar 2019 durchgeführt und basiert auf verschiedenen Best-Practice-Ansätzen, die sich im Laufe der vorangegangenen Studien als besonders valide herausgestellt haben.

Unser expliziter Dank gilt dem Management diverser führender Online-Dating-Unternehmen. Ohne die langjährige und vertrauensvolle Zusammenarbeit wären realistische Aussagen zu dem komplexen und für Außenstehende unüberschaubaren Wettbewerbsgefüge auf dem Singlebörsenmarkt unmöglich.

Das Internet-Portal [singleboersen-vergleich.at](http://singleboersen-vergleich.at) ist ein kostenloses Informationsangebot für Singles, Dating-Interessierte und Journalisten.

Unter [Singleboersen-Vergleich.at](http://Singleboersen-Vergleich.at) finden Sie:

- Tests & Bewertungen von Online-Dating-Angeboten
- Ratgeber, Hintergrundwissen, News & Tipps für Einsteiger wie Fortgeschrittene
- Studien & Erhebungen zum Online-Dating

Medienvertreter greifen gerne und häufig auf unser Wissen zu: Ratgeber-Infos, Interviews oder Auszüge der Testergebnisse wurden mittlerweile in über 1.000 Pressebeiträgen und rund 100 TV- sowie Radiosendungen veröffentlicht.

### **Für Fragen zu dieser Studie stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:**

Daniel Baltzer  
metaflake AG  
Bahnhofstr. 4  
CH-9630 Wattwil

Tel.: +41 (79) 551 00 52  
E-Mail: [gf@metaflake.net](mailto:gf@metaflake.net)

### **Copyrightvermerk und Haftungsausschluss**

Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung der Verfasser unzulässig. Das gilt insbesondere für die Vervielfältigung, Übersetzung sowie Einspeisung und Verarbeitung in elektronischen Systemen. Dieses Werk wurde nach bestem Wissen erstellt, Irrtümer und Druckfehler können jedoch nicht ausgeschlossen werden. Die Verfasser übernehmen keine Haftung für die inhaltliche Richtigkeit sowie für die Vollständigkeit der dargestellten Informationen. Dies bezieht sich auf eventuelle Schäden materieller oder ideeller Art Dritter, die durch die Nutzung dieses Werkes verursacht wurden.