ZU-ZWEIT.ch

# ZU-ZWEIT.ch Profilbild-Studie 2021/2022:

# Partnersuche, Schnee und Selfies

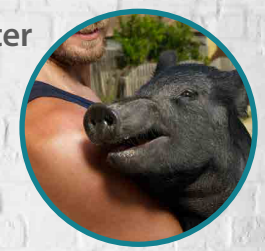
## Zusammenfassung der Studie

Die Analyse von mehr als 22 Millionen Online-Dating-Profilbildern aus der ganzen Welt zeigt, mit welchen Fotomotiven sich Singles bevorzugt in Szene setzen. Hierbei bestätigte sich das ein oder andere Klischee, das meiste überraschte die Autoren allerdings vollkommen. Die Studie zeigt, dass man bei der Wahl des Profilbildes einiges beachten kann und sollte.

# Fun Facts

- **Schneemänner** sieht man anteilig **häufiger auf Frauenprofilen, Schnee-Engel** häufiger bei **Männern.**

- Die **Schweizer** lieben es **heiss!** Alle Fotos mit **Lava** gehen an die **Schweizer.**
- **36,42%** der Fotos mit **Gebirgsmassiv** gehen an die Schweizer.
- **43,66%** aller Fotos mit dem **BMW M6** gehen an die Schweizer - Damit ist dieses **Luxusmodell** des bayerischen Automobilherstellers in der Schweiz anteilig **häufiger zu sehen als in Deutschland.**
- **76,42%** der Fotos mit **grossen Pandas** gehen an die **männlichen Online-Dater**



- Männer sind nicht immer Schweine, mögen sie aber scheinbar sehr gerne: Fast **80%** der Fotos mit **Schweinen** gehen an die **Männer**
- "Ich lasse es mir gut gehen." Die entspannte Seite zeigen vor allem gerne **Männer** und sind auf knapp **80%** der Fotos mit **Whirlpool** zu sehen
- **Schwule Online-Dater** haben eher Fotos mit der **Tram** in ihrem Profil
- Hammer, Seide, Tiger - Die Rede ist natürlich von **Haien** und lustigerweise gehen **40%** der Fotos mit dieser Gattung der "Grundhaie" an die Schweizer.

- Nirgends laden Online-Dater so viele Fotos von **Atollen** hoch wie in der Schweiz.
- **Pünktchen** sind zu **92,63% Frauensache.**
- Gehäkeltes ist zu **92,54%** um den Hals und auf dem Kopf von Frauen zu sehen.

- **Nicht-Akademiker** haben eher Fotos mit **Zebras** auf ihrem Profil
- **Shiba Inu-Hunde** sieht man vor allem bei **schwulen Online-Datern**
- **Frauen** sieht man sehr viel öfter mit **süssen Welpen** kuscheln als Männer.

- Auf Schweizer Profilfotos ist **Bier 87,3 mal häufiger** zu sehen als **Wasser**
- Imposant! Die meisten **Trompeter** wird man im **internationalen Vergleich** in der **Schweiz** finden.
- Dieser Weg wird steinig und schwer - Schweizer mögen **holprige, staubige, menschenverlassene Strassen** und Wege mehr als andere Länder in der Studie.
- **Hoch hinaus** wollen im internationalen Vergleich vor allem die Schweizer. Zumindest sind sie auf **Platz 1** der Online-Dater, die sich gerne mit dem **Airbus** ablichten lassen
- Da komme ich her und da will ich hin - Fotos von **Landkarten** sind vor allem bei Schweizern sehr beliebt

- Oh Wunder, die meisten **Schrauber und Handwerker** sind **Männer: 83,6%**
- **Hunde,** die besonders bei **Akademikern** beliebt sind? **Pudel!**

- Im internationalen Vergleich sind die **Schweizerinnen** am **seltensten** im **Kleinen Schwarzen zu sehen**
- Im internationalen Vergleich sieht man die Schweizer Online-Dater am häufigsten beim **Paragliding**

- Ist das etwa eine Anspielung? **97,44%** aller Fotos mit **Pfirsichen** gehen an die **Online-Daterinnen.**
- Trotz geringer Fallzahlen sind besonders **Straussen häufiger bei Akademikern** zu sehen.
- Besonders **schwule Schweizer Online-Dater** achten auf ihre **Figur** - zumindest sind sie öfter in **Sportkleidung** zu sehen.

# Inhalt


**Fun Facts** 02
**Über Uns** 06
**Vorgehen bei der Studie** 07
**Wussten Sie schon, dass...** 08
**Grundlegendes zur visuellen Selbstdarstellung beim Online-Dating** 09
**Demografische Merkmale des Schweizer Online-Dating-Marktes** 10
Geschlechterverhältnis auf dem Schweizer Online-Dating-Markt 10
Altersverteilung 11
**"Ich Tarzan, Du Jane": Zur Selbstdarstellung von Männern** 12
Der durchschnittliche männliche Schweizer Online-Dater 12
Äusserst männlich: Die Top-Motive nach Altersgruppen 15
Mutige Männer? 18
Extremsportarten 18
Wilde Tiere 20
Mit Waffen zum absoluten (Schürzen-)Jäger? 22
"I can be your hero, baby" 23
Zu guter Letzt: Die Leine einholen 23
**"Wo bleibt mein Prinz?": Die Selbstdarstellung der Frauen** 24
Die durchschnittliche Schweizer Online-Daterin 24
Äusserst weiblich: Die Top-Motive nach Altersgruppen 26
Lange Haare, Kleider und Pferde 29
Echte Prinzen kommen auf dem Pferd? 31
Noch mehr Prinzessinnen-Flair 32
Die Top 5 Kleidungsstücke der Frauen: 32
Die Top 5 Farben der Frauen 32
Frauen und Sport 33
**Selbstdarstellung made in Switzerland: Wie inszenieren sich die Schweizer insgesamt?** 34
Wie stellen sich die Schweizer dar? 34
Die beliebtesten Fotomotive 35
Stadt, Land, Strand? 35
Sonne oder Schnee? 36
Farbliche Stimmung 37
Immer mit auf dem Foto 38
Der eigene Körper, natürlich! 39
Tiere 40
Schau mal, meine Freunde 42
Essen 43
Trinken 45
Autos 46
Die beliebtesten Interessen und Hobbys 47
Reisen 48
Sport 49
Musik 50
Tanzen 51

# Inhalt


Gay & Lesbian 53
Die Top 10 der queeren Motive 53
Erscheinungsbild 54
Sport 55
Tiere 56
Die 10 beliebtesten Touristenattraktionen bei Schwulen und Lesben: 57
Akademiker auf Partnersuche 58
Anzüge und Uniform 60
Anzüge und Business-Kleidung 61
**Geheime Botschaften** 62
"Ich will heiraten" 63
"Ich will Kinder und Familie" 64
"Ich will Sex" 65
"Komm zu mir ins Bett" 67
**Show me the money: Was kostet dein Herz?** 68
Wer versucht mit welchem Luxus das andere Geschlecht zu beeindrucken? 68
Luxusautos 69
Dating rich 70
**Internationaler Vergleich - Wie steht die Schweiz im Vergleich zu anderen Ländern?** 72
Fakten zum internationalen Online-Dating Markt 72
Geschlechterverhältnis 73
Sexuelle Orientierung 74
Altersstruktur 75
Internationale Rankings 76
Online-Dater auf Reisen 76
Welche Online-Dater sind die glücklichsten? 77
Wer ist am wütendsten und gibt sich eher grimmig? 77
Wer hat die schlechtesten Fotos? 78
Welche Online-Dater zeigen am meisten nackte Haut? 79
FSK 18: Wer lädt die schmutzigsten Fotos hoch? 79
Welche Online-Dater zeigen sich von ihrer sportlichen Seite? 80
Welches Land ernährt sich am gesündesten? 81
Welches Land trinkt am meisten Alkohol? 83
Wer greift am ehesten zur Kopfbedeckung? 85
Wo schiesst Amor mit scharfer Munition? 86
Wer hat die kinderliebsten Online-Dater? 88
Welche Online-Dater haben ihre Freunde immer mit dabei? 88
Wer hat die meisten heiratswilligen Online-Dater? 89
Wer zeigt am meisten Luxus auf Fotos? 90
**Nachdenkliche Sprüche mit Bilder** 91
**Zusammenfassung der Ergebnisse und Ausblick** 93
Experten-Tipps für das richtige Profilbild 94
Ein Blick in die Zukunft 98
**Bildnachweise** 99
**Copyright** 102

# Über Uns

## Wie alles begann...

**ZU-ZWEIT.ch** startete als **Online-Dating-Blog von Studenten**

Wie viele grosse Ideen dieser Welt wurde auch das Online-Dating Verbrauchertest-Portal ZU-ZWEIT.ch aus der Not heraus geboren: Vor über 8 Jahren stellten wir als Informatikstudenten fest, dass wir zwar ein spannendes Fach studierten, aber von lauter Männern umgeben waren. Im Informatikstudium gab es einfach zu wenige Repräsentantinnen des schönen Geschlechts und das Arbeitspensum liess es selten zu, sich in der Freizeit gross auf die Suche zu machen. Also überlegten wir uns, es einmal mit Online-Dating zu versuchen. So gross die Auswahl der Online-Dating-Plattformen, waren leider auch ihre Preise. Und so stellte sich uns die Frage, wie wir trotz unseres mageren Studentenbudgets die wichtigsten Online-Dating-Portale nutzen konnten.

Heute ist **ZU-ZWEIT.ch** eine etablierte, sehr **erfolgreiche Vergleichswebseite** für **Dating-Portale**

Die Antwort auf diese Frage war die Geburtsstunde des Vorläufers von ZU-ZWEIT.ch. Wir starteten einen Online-Dating-Blog und baten die Portalbetreiber um die Bereitstellung von kostenlosen Demo-Accounts. Im Gegenzug stellten wir die jeweiligen Dating-Portale ausführlich auf unserem Blog vor. Unser Blog stiess auf grosses Interesse und wuchs so rasant an, dass wir schliesslich beschlossen, ihn in eine Vergleichs-Website umzuwandeln. Unser Ziel war und ist es, die verschiedenen Dating-Portale zu kategorisieren, sie nach einem konkreten Schema zu vergleichen und objektiv zu bewerten.
Damit sind wir eine der ganz wenigen seriösen Anlaufstellen zur objektiven Bewertung von Online-Dating-Angeboten. Wir tragen im Gegensatz zu den Betreibern keine rosa Brille und decken Schwachstellen auf, um unseren Nutzern Enttäuschungen und unnötige Ausgaben zu ersparen.
Denn Dating-Portal ist nicht gleich Dating-Portal. Es gibt Portale zum unverbindlichen Flirten und Chatten (Singlebörsen), für die fokussierte Suche nach einem Partner fürs Leben (Partnervermittlungen) und Seiten für die Suche nach unverbindlichem Sex (Casual-Dating). Und selbstverständlich gibt es innerhalb dieser drei grossen Kategorien wieder unzählige spezialisierte Seiten von Flirtseiten für Vegetarier bis hin zu Partnervermittlungen für mollige Singles.
Wir prüfen alle Portale auf Herz und Nieren – mit dem Ziel, unseren Lesern die nötigen Informationen an die Hand zu geben, die sie zur Auswahl des für sie persönlich am besten geeigneten Portals brauchen. Mit Erfolg: Mehr als 500'000 Singles fanden über ZU-ZWEIT.ch bisher ihren Weg zu geeigneten Online-Dating-Anbietern.

**Herausgeber der Studie:**

*Chris Pleines*

*Andia Bothe*

ZU-ZWEIT.ch

Tel: +41 43 588 1093
E-Mail: presse@zu-zweit.ch
Web: https://www.zu-zweit.ch

## Vorgehen bei der Studie

**Über 22 Millionen Fotos** wurden mit Hilfe **künstlicher Intelligenz** anhand von mehr als **6'000 Aspekten** analysiert

Zur Analyse wurden exakt **22'285'543 Profilbilder** herangezogen, die Online-Dater aus 16 Ländern zeigen. Mit Hilfe von künstlicher Intelligenz und Deep-Learning wurden die Profilfotos auf mehr als **6'000 Aspekte** hinsichtlich der Selbstdarstellung der Nutzer untersucht. Für diese Studie wurden demnach **mehr als 100 Millionen Datenzeilen** analysiert. So konnten umfassende Daten gewonnen werden, die klare Tendenzen in der visuellen Darstellung von Online-Datern über Profilfotos weltweit erkennen lassen.
Auch wenn sich hin und wieder einige Fehler einschleichen bei der Erkennung bestimmter Motive, waren wir durchaus positiv überrascht wie hoch die Trefferquote des Deep-Learning-Programms war. "Hand in Hand" mit diesem und mehreren menschlichen Augenpaaren haben wir es geschafft, die spannendsten und aufschlussreichsten Erkenntnisse in dieser Studie zusammenzufassen.

Durch diese Erhebungen konnten Analysen geführt werden, die sowohl den Schweizer als auch den internationalen Dating-Markt widerspiegeln:
Wie ist der Schweizer Online-Dating-Markt zusammengesetzt? Wie funktioniert die Selbstdarstellung über Profilbilder beim Online-Dating? Welche Rolle spielen dabei Geschlecht, Alter und sexuelle Orientierung?

Diese Studie ist die **weltweit erste,** die sich in diesem Umfang mit Bilddaten des Online-Datings detailliert auseinandersetzt.

# Wussten Sie schon, dass...

- die Online-Dating-Experten von ZU-ZWEIT.ch im Rahmen dieser Studie **über 22 Millionen Profilbilder** von Online-Datern **aus 16 Ländern** ausgewertet haben?
- **rund 20% aller Fotos,** die Online-Dater international verwenden, **Selfies sind?**
- der Schweizer Online-Dater **im Schnitt 4 Profilfotos** hochlädt und das auch international nicht gross variiert?
- der **durchschnittliche** Schweizer **Online-Dater 1,85 m gross, dunkelhaarig, muskulös und bärtig** ist? (Seite 9)
- Männer **Bären, Wölfe, Tiger** und andere wilde Tiere dem zahmen Haustiger auf Fotos vorziehen? (Seite 19)
- Vor allem Männer gerne den **Superhelden** mimen und sich in Kostümen ablichten lassen? (Seite 22)
- die **durchschnittliche** Schweizer Online-Daterin **über 1,70 m gross ist und lange, braune Haare** hat? (Seite 23)
- Besonders **junge Frauen** auf **viel nackte Haut** und schöne **Kleider** setzen? (Seite 25)
- **30% der erkennbaren Fotospots** einen **Strand** zeigen? (Seite 34)
- **70% aller Tiere** auf den Fotos mit Tieren der Schweizer Online-Dater **Hunde** sind? (Seite 39)
- beim Online-Dating **vor allem gesundes Essen** auf dem Teller gezeigt wird? (Seite 42)
- **Bier das am häufigsten abgebildete Getränk und 87x häufiger** zu sehen ist **als Wasser?** (Seite 44)
- die **meisten Autos** auf Schweizer Online-Dating-Profilbildern **BMWs** sind? (Seite 45)
- der **Eiffelturm in Paris** die **beliebteste** fotografierte **Touristenattraktion** der Schweizer ist? (Seite 47)
- von allen Sportarten **Fitness und Klettern** bei Schweizer Online-Datern am beliebtesten sind? (Seite 48)
- die meisten Schweizer Musiker **Gitarre oder Bass** spielen? (Seite 50)
- vor allem die schwulen Online-Dater gerne ihren **Brustpelz** zeigen? (Seite 53)
- **schwule und lesbische** Online-Daterinnen besonders gerne mit **Nagetieren und Geparden** posen? (Seite 55)
- **Akademiker** sich **seltener mit Tattoos** und in **Unterwäsche** zeigen? (Seite 57)
- **Yoga** die **Top-Sportart** der **akademischen Online-Dater** ist? (Seite 58)
- es in **96% der Fälle Männer** sind, die sich in **Business-Klamotten** ablichten lassen? (Seite 60)
- vor allem **homosexuelle Online-Dater** sich **verträumt im Bett** aufnehmen? (Seite 66)
- das **Geschlechterverhältnis** der Online-Dater **in den USA am ausgewogensten** ist und dort **jeder 5. homosexuell** - in der Schweiz ungefähr **jeder 15.** ein **homosexueller Online-Dater** ist? (Seite 72)
- **Dänemark** die **glücklichsten Online-Dater** hat? Und **Italiener** scheinbar nicht so gerne **lachen?** (Seite 76)
- die **Australier** am ehesten ihre **nackte Haut präsentieren** und die Finnen dagegen sehr keusch sind? (Seite 78)
- **Österreich die sportlichsten Online-Dater hat?** (Seite 79)
- bei **amerikanischen Online-Datern** Amor am ehesten mit **scharfer Munition** schiesst? (Seite xx)
- vor allem die **Schweizer** auf **gesunde Ernährung** achten und **Italiener Fastfood** nicht widerstehen können? (Seite 80)
- die **Nordiren** am ehesten mit **Alkohol** zu sehen sind und **weder Deutschland noch Österreich auf Platz 1 der Biertrinker** ist? (Seite 82)
- bei **amerikanischen Online-Datern** Amor am ehesten mit **scharfer Munition** schießt? (Seite 85)

# Grundlegendes zur visuellen Selbstdarstellung beim Online-Dating

**Profilfotos** prägen den **ersten Eindruck**

Egal ob Mann oder Frau: Das Profilbild sollte beim Gegenüber ein "Wow" hervorbringen. Denn beim Online-Dating sieht man täglich massig Leute: Wer nicht direkt mit seinem Foto überzeugt, geht da unter. Wie man sich am besten in Szene setzt und was man lieber nicht tun sollte, hängt aber auch massgeblich von der Art des Dating-Portals ab: Was wird hier gesucht? Ein Flirt oder eine Affäre? Oder doch etwas Ernstes?

Je nach Portal scheinen andere (oberflächliche) Kriterien entscheidend zu sein

Es gibt Portale zum unverbindlichen Flirten und Chatten (Singlebörsen), für die fokussierte Suche nach einem Partner fürs Leben (Partnervermittlungen) und Seiten für die Suche nach unverbindlichem Sex (Casual Dating). Und selbstverständlich gibt es innerhalb dieser drei grossen Kategorien wieder unzählige spezialisierte Seiten von Flirtseiten für Vegetarier bis hin zu Partnervermittlungen für mollige Singles.

In der Schweiz gibt es unzählige Online-Dating-Portale. Unsere Experten vergleichen seit über 8 Jahren die wichtigsten Anbieter am Markt, daher kann ZU-ZWEIT.ch einen guten Einblick über die besten Anbieter geben.

Es gibt **geschlechtsspezifische Unterschiede** bei der Beurteilung der Fotos

Ganz klar sind für Männer und Frauen in puncto Beurteilung des Fotos andere Massstäbe gesetzt. Während Selfies von Frauen eher gut ankommen, werden Selfies von Männern (vor allem wenn es auf dem Profil nur Selfies gibt) eher negativ beurteilt. Es gibt aber einige Kriterien, die für beide Geschlechter gleich sind.

Die visuelle Selbstdarstellung lässt viel **Rückschluss auf die Persönlichkeit** zu

Ein Profilbild überzeugt am ehesten, wenn es positive Emotionen beim Gegenüber hervorruft und gute Charaktereigenschaften assoziieren lässt.

Ein Lächeln erzeugt Nähe und kommt meist besser an als andere Gesichtsausdrücke. Aber auch die gezeigte Aktivität, der Hintergrund oder die anderen Gegenstände auf dem Foto können entscheidend sein - so lassen sich aus jeder Dimension eines Fotos verschiedene Informationen lesen. Ist jemand familiär, reiselustig, sportlich, tierlieb? Stubenhocker, Ästhet oder Feierwütiger?

Nicht nur die individuelle **Attraktivität,** auch die **Interessen** können auf Fotos zur Geltung kommen

So oder so: Die erste Entscheidung über Anziehung oder Abstossung wird anhand des Profilbildes getroffen. Aber was zeigen Online-Dater auf ihren Fotos, und wie?

# Demografische Merkmale des Schweizer Online-Dating-Marktes

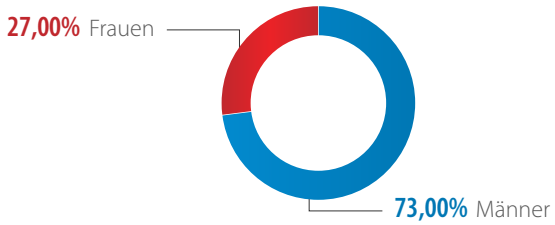
## Geschlechterverhältnis auf dem Schweizer Online-Dating-Markt

**Mehr als 70%** der Online-Dater sind **männlich**

Nur **circa 25%** des Schweizer Online-Dating-Marktes sind **Frauen**

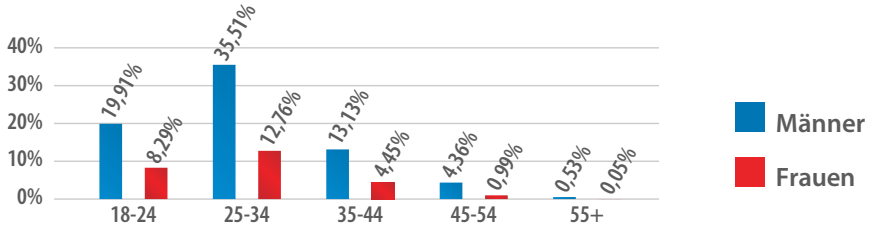
Die Verteilung auf die Geschlechter am Schweizer Online-Dating-Markt ist etwas ungleich: In unserer Studie zeigte sich, dass die Männer mit einem Verhältnis von 73% zu 27% Frauen überwiegen.

**Geschlechterverhältnis Schweizer Online-Dater**




Männer sind auf dem Schweizer Online-Dating-Markt also deutlich überrepräsentiert. Das bedeutet in der Folge, dass sie es durchaus etwas schwerer haben, das begehrte und doch eher knappe andere Geschlecht von sich zu überzeugen. Trotz des "Frauenmangels" sollte sich das weibliche Geschlecht aber nicht weniger in der Pflicht sehen, sich von seiner besten Seite zu zeigen.
Noch deutlicher wird die unterschiedliche Verteilung, wenn man sich die Altersklassen ansieht. Der Frauenanteil nimmt mit zunehmendem Alter stetig ab. Und irgendwann ist der Markt für die Männer fast leer.

**Verteilung der Schweizer Online-Dater über die Altersklassen**




Betrachtet man die Gesamtheit der Schweizer Online-Dater, lässt sich feststellen, dass es über die Altersklassen hinweg nie ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis gibt. In der jüngsten Altersklasse gibt es noch circa doppelt so viele online datende Männer wie Frauen, ab 25 sind es schon fast dreimal so viele Männer.

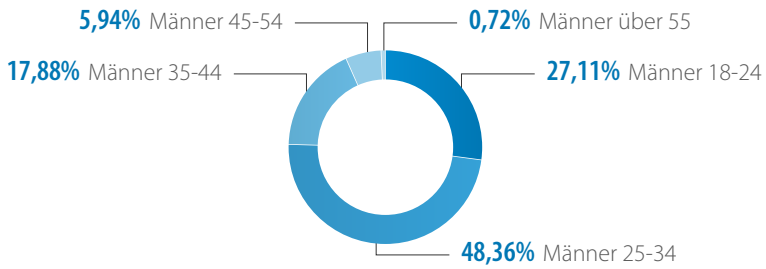
## Altersverteilung

**Fast die Hälfte** der **männlichen** Online-Dater ist **zwischen 25 und 34**

Mehr als **75%** der Online-Dater sind **jünger als 35**

Dass vorwiegend junge Menschen Online-Dating nutzen, ist nicht neu. Allerdings zeigte sich bei uns, dass fast die Hälfte (~48%) aller männlichen Nutzer zwischen 25 und 34 Jahre alt ist und somit nicht in die jüngste Altersgruppe zwischen 18 und 24 Jahren fällt (~27%). Gut 18% der Online-Dater sind zwischen 35 und 44 Jahre alt und somit im mittleren Alter. Nur 6% der Nutzer sind zwischen 45 und 55 und weniger als 1% noch älter.

**Altersverteilung männliche Online-Dater aus der Schweiz**

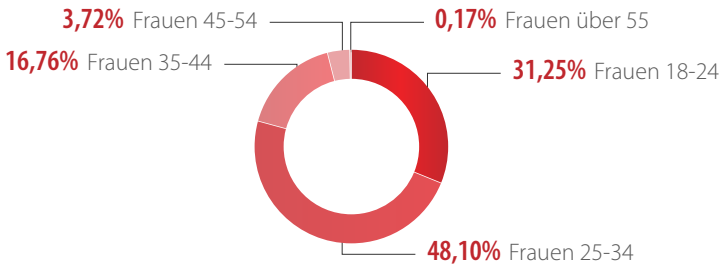



Knapp **50% der Online-Daterinnen** sind **zwischen 25 und 34.**

**Beinahe 80%** der **Online-Daterinnen** sind **unter 35.**

Ähnlich verhält es sich bei den Online-Daterinnen in der Schweiz: Gut die Hälfte (48%) ist zwischen 25 und 34. Fast ein Drittel ist in der jüngsten Alterskategorie zwischen 18 und 24 zu finden. Knapp ein Sechstel der Frauen (~17%) ist zwischen 25 und 44 und gut 4% binnen der Altersgrenzen von 45 bis 54. Frauen über 55 gibt es kaum, nur 0,2% fallen in diese Altersgruppe.

**Altersverteilung weibliche Online-Dater aus der Schweiz**




Diese Konzentration der Online-Dater auf das junge bis mittlere Alter finden wir aber nicht weiter verwunderlich - schliesslich wünscht sich jeder Topf lieber früher als später seinen passenden Deckel zu finden.
Singles über 45 zeigen generell seltener eine Affinität für Online-Dating und werden wohl auch eher andere Formen des Kennenlernens nutzen.

# “Ich Tarzan, Du Jane”

# Zur Selbstdarstellung von Männern

## Der durchschnittliche männliche Schweizer Online-Dater

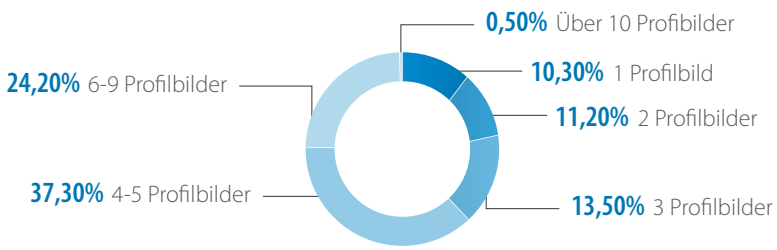
**Physische Attraktivität** und **kulturelles Kapital** sind **Frauen bei Männern sehr wichtig**

Wie sehen Online-Dater aus? Oder besser: Wie stellen sich die meisten Männer auf dem Online-Dating-Markt dar? Und was genau macht die Selbstdarstellung der Männer auf ihren Profilbildern aus?
Aus evolutionspsychologischer Sicht hat man als Mann die besten Chancen wenn physische Attraktivität und kulturelles Kapital möglichst hoch sind - für Männer heisst das heutzutage: Körperliche Fitness und Statussymbole.
Wir haben uns die Daten angesehen und können folgende Aussagen über Männer treffen:

Die meisten **männlichen Online-Dater laden 4-5 Fotos hoch**

Die meisten männlichen Schweizer Online-Dater laden 4-5 Profilbilder hoch (~37%). Eine gute Menge, wie wir finden - sofern alle Bilder sich nicht nur dadurch unterscheiden, dass der Selfie-Arm gewechselt wurde.
Danach folgen männliche Profile mit 6-9 Profilbildern (~24%). Ehrlich gesagt ist das schon zu viel: Frauen könnten diese Männer als selbstdarstellerisch oder egozentrisch betrachten - je nachdem, was auf den Bildern zu sehen ist.
Gut 14% haben 3 Profilbilder - ein guter Schnitt um sich als einigermassen offen darzustellen. Gut 11% haben nur zwei Profilbilder, was schon zu wenig ist.
Ungefähr jeder zehnte Mann hat nur ein Profilbild. Ob man(n) damit Erfolg hat, wagen wir zu bezweifeln. Dazu müsste dieses eine Profilbild perfekt sein. Personen mit wenig Profilbildern wirken nicht geheimnisvoll (falls sie das denken sollten), sondern eigenbrötlerisch bis verschlossen.
Mehr als 10 Profilbilder gibt es bei Männern dagegen fast nie.

**Wie viele Profilbilder laden männliche Schweizer Online-Dater hoch?**

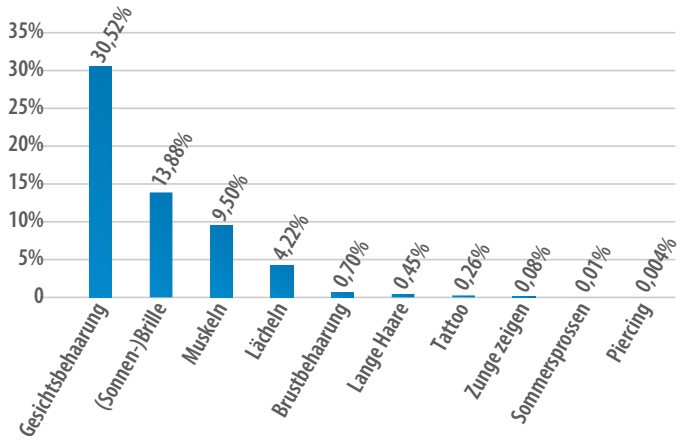


## Erscheinungsbild

Auf gut 31% **der Fotos von Männern** ist ein **Bart** zu sehen, auf gut 14% eine (Sonnen-)Brille

Was fällt bei dem Erscheinungsbild der Männer auf? Dafür haben wir alle möglichen Erscheinungsmerkmale bei Männern betrachtet und uns die Verteilung auf alle Profilbilder von Männern angesehen.
Ganz klar auf Platz 1: Haare im Gesicht. Die Gesichtsbehaarung ist ~31% anteilig das auffallendste an den männlichen Online-Datern und auf beinahe jedem dritten Foto eines Mannes zu sehen. Bärte stehen für einen hohen Testosteronspiegel und gelten deshalb als besonders männlich - denn ein hohes Mass an Testosteron ist ein Zeichen für Potenz und damit äusserst attraktiv für Frauen auf Partnersuche - zumindest sagen das die Wissenschaftler.
Auf Platz 2 sind die (Sonnen-)Brillen - darunter fallen Brillenträger sowie Männer, die ihre Augenfarbe wohl geheim halten oder ihre coolen Ray Bans zeigen wollen. Platz 3 ist das zur Schau stellen von Muskeln - aber nur auf rund 10% der Fotos. Einige Männer lassen sich doch zu einem Lächeln hinreissen. Auch Brustbehaarung ist - wer hätte es gedacht - Männersache, wenn auch insgesamt sehr selten. Dasselbe gilt für die unteren Ränge: lange Haare, Tattoos, Zunge zeigen, Sommersprossen sowie Körperpiercings sind nicht besonders häufig vertreten.

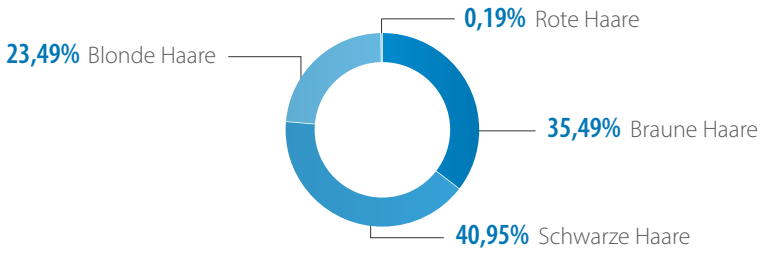
**Das Erscheinungsbild männlicher Schweizer Online-Dater**




Und wie sieht es mit den Haarfarben aus? Die meisten Männer sind braun- oder schwarzhaarig. Jeweils mehr als ein Drittel der Fotos von Männern zeigen dunkle Haare. Dahinter sind blonde Haare - diese sind auf gut 23% der Fotos zu sehen. Rote Haare hingegen sind äusserst selten: Nur auf 0,19% der Fotos von Männern ist ein Rotschopf zu sehen.

Die **meisten männlichen Schweizer Online-Dater** haben **schwarze oder braune Haare** (beide Haarfarben zusammen machen mehr als 75% aus)

**Verteilung der Haarfarben männlicher Schweizer Online-Dater**



## Körpergrösse

Die **meisten Schweizer Online-Dater** sind **1,85 m gross**

Die meisten Schweizer Online-Dater sind über 1,80 m gross, wobei 1,85 m die häufigste Körpergrösse ist. Auf Platz 2 der Körpergrößen sind 1,90 m, gefolgt von 1,80 m und 1,83 m. Auf Platz 5 sind 1,88 m. Für gewöhnlich ist der durchschnittliche Schweizer aber "nur" 1,75m gross. Wir gehen aber davon aus, dass Männer unter 1,80 m seltener direkt zu ihrer Körpergrösse stehen.

# Äusserst männlich:

# Die Top-Motive nach Altersgruppen

Was ist für Männer verschiedenen Alters relevant? Wie stellen sich junge, wie ältere Männer dar? In diesem Kapitel geht es um die Top-Motive nach Altersgruppen. Dafür wurde die Konzentration der relativen Häufigkeit eines Fotomotivs in einer Altersgruppe gemessen und in Kontrast zu den anderen Altersgruppen der Männer gesetzt.

Dank **Wehrpflicht** sind **Militärfotos** bei jungen Online-Datern sehr dominant vertreten

## Top 10 männliche Online-Dater 18-24:

1. Militärkleidung und -motive
2. Eishockey
3. American Football
4. Gymnastik
5. Volkswagen Golf
6. Halfpipe
7. Fussball
8. Doktorhut und Talar
9. Motocross
10. Lederjacken

In der Schweiz herrscht Millitärpflicht. Insofern ist es nicht verwunderlich, dass sich besonders die jungen Männer in ihren Tarnanzügen und mit vielen Kameraden zeigen. Eishockey auf Platz zwei ist auch keine grosse Überraschung, der Sport ist schliesslich ausserordentlich beliebt, gerade bei jungen Männern. Sport dominiert die Top 10 hier ganz klar - denn es geht weiter mit American Football und Gymnastik, später folgen noch Skaten in der Halfpipe, Fussball und Motocross. Dazwischen gesellen sich ein Auto-Klassiker, stolze Uni-Absolventen mit Doktorhut und Talar und coole Jungs in Lederjacke.

## Top 10 männliche Online-Dater 25-34:

1. Grillieren
2. Bungee Jumping
3. Krafttraining
4. Schach
5. Baseball
6. Tonstudio
7. Shinto-Schrein und Torii
8. Rugby
9. Wasserfälle
10. Bahnhöfe

Männer **zwischen 25 und 34** sind gerne draussen, ob **sportlich, kulinarisch** oder **kulturell**

Männer zwischen 25 und 34 sind also wahre Grillmeister. Nach langer Zeit beim Militär haben sie sich aber auch ein schönes Steak oder eine saftige Bratwurst verdient. Für Extremsport wie Bungee-Jumping oder hartes Muskeltraining braucht man ja auch eine grosse Portion Proteine. Allerdings finden wir auch schon ruhige Tätigkeiten wie das Schachspiel. Ebenso zeigen sich die jungen Erwachsenen gern mit ihren Bandkollegen im Tonstudio oder lichten sich auf Reisen bevorzugt vor japanischen Torii-Bögen ab. Ausserdem stehen sie gerne noch in der Nähe von Wasserfällen und haben ein Faible für das Motiv "Ich, einsam und nachdenklich am (U-)Bahnhof",

## Top 10 männliche Online-Dater 35-44:

1. Spruchbilder
2. Angeln
3. Mountainbiking
4. Frösche
5. Rafting
6. Ferrari
7. Meerestiere
8. Kutsche
9. Pizza
10. Kunstlicht-Strahlen

**Spruchbilder** und **Comicfiguren:** Männer um die 40 sind scheinbar weniger zeigefreudig?

Manchmal reicht ein Foto nicht, und auch nicht das restliche Online-Dating-Profil, um sich ausreichend auszudrücken. Für diesen Fall sind Grafiken mit Text sehr beliebt in dieser Altersgruppe. Von "Je suis Charlie" bis "Kein Bild, aber ich schwöre ich bin schön!" ist alles dabei - auch frivoles. Dann geht es wieder raus in die Natur: Mit Angelrute oder Mountainbike, kleinen grünen Weggefährten oder in wilden Gewässern. Dann kommen auch mal die Poser zum Zug. Auf Platz 6 präsentiert sich diese Altersgruppe stolz in oder vor einem meist roten Luxusflitzer. Auch Tauchen ist beliebt - hier darf dann auch vorbei schwimmendes Getier mit aufs Bild. Romantisch wird es im Anschluss: Echte, märchenhafte Kutschen sind ein weiteres beliebtes Motiv. Und schliesslich doch noch etwas verbliebene jugendliche Sorglosigkeit: viel Pizza und Disco-Laserstrahlen.

## Top 10 männliche Online-Dater 45-54:

| | | | |
|---|---|---|---|
| 1 | Lava | 6 | Schweine |
| 2 | Sport-Trikot | 7 | Jeep |
| 3 | Fleisch und Fisch | 8 | Velo |
| 4 | Comicfiguren | 9 | Boot |
| 5 | Hubschrauber | 10 | Champagner |

Männer **zwischen 45 und 54** mögen **Abenteuer** und **Comicfiguren**

Nervenkitzel der anderen Art gönnen sich so manche Online-Dater über 45. Dafür reisen sie auch gerne ein Stückchen - aktive Vulkane gibt es keine in der Schweiz und trotzdem ist Lava hier auf dem ersten Platz. Männer ab 45 scheinen dann auch weniger aktiv beim (Mannschafts-)Sport zu sein, aber ihre Lieblingsmannschaft unterstützen sie noch mit der entsprechenden Fankluft. Lecker wird's auf Platz drei, hier wird Fleisch und Fisch geschlemmt. Ein Comic-Alter-Ego haben sich auch viele zugelegt. Warum? Das wiederum entzieht sich unserer Kenntnis. Man könnte aber interpretieren, dass die Männer damit sagen wollen, dass trotz +/- eines halben Jahrhunderts auf Erden noch ein wenig inneres Kind in ihnen steckt. Platz 5-10 sind ein wahrer Potpourri aus Luxus und Outdoor-Liebe: Hubschrauber, Schweine, Fahrzeuge zu Land und Wasser und kostspielige Prickelbrause.

## Top 10 männliche Online-Dater über 55:

| | | | |
|---|---|---|---|
| 1 | Handarbeit | 6 | Akkordeon |
| 2 | Schäferhund | 7 | Jazzgitarre |
| 3 | Trompete | 8 | Lamborghini |
| 4 | Comicfiguren | 9 | Privatflugzeug |
| 5 | Porsche 911 | 10 | Audi |

**Ab 55 wird es luxuriös** und **musikalisch: Autos** und **Instrumente** sind hier besonders beliebt

Eine interessante Mischung besonders beliebter Motive finden wir auch in dieser Altersgruppe. Gleich dreimal ein fahrbarer Untersatz: Porsche, Lamborghini und Audi. Ebenso oft gibt es Musikinstrumente: Trompete, Akkordeon und Jazzgitarre - denn Stil muss sein! Und dann mögen die Herren in den besten Jahren noch ihren Hund und ihr Privatflugzeug - what else?

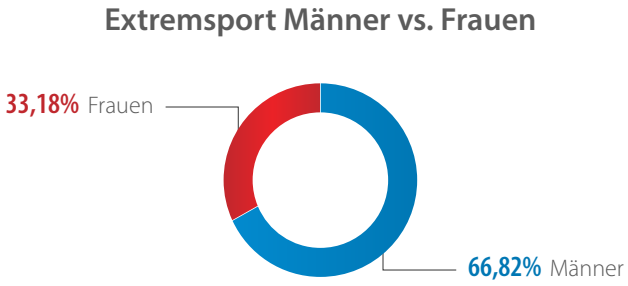
# Mutige Männer?

Was macht den modernen Mann sonst noch aus? Die Antwort: Dasselbe wie schon zur Steinzeit. Sein Mut ist gefragt. Der Schweizer Online-Dater inszeniert sich also bestenfalls als mutigen und furchtlosen Helden. Wie, das verraten wir nun:

## Extremsportarten

**Extremsport** ist eher **Männersache -** gut **70% der Fotos von riskanten Sportarten** zeigen Männer

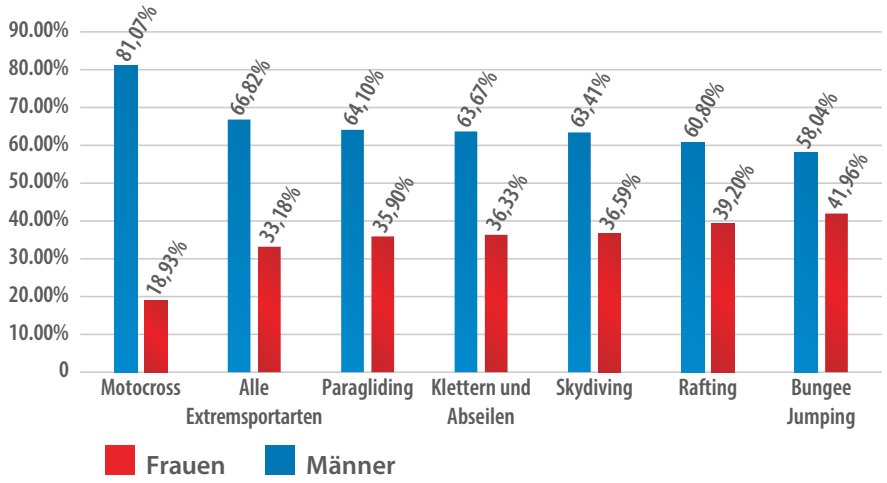
Extreme Männer brauchen extremen Sport. Und tatsächlich: Es sind mehr Männer, die sich bei extremen Sportarten zeigen. Betrachten wir die Konzentration der Fotos, die Extremsport zeigen, für beide Geschlechter, dann gehen gut zwei Drittel an die Männer.



**Motocross** ist ein **absoluter Männersport**

**Bungee Jumping** wird sowohl von **Frauen (42%)** als auch Männern gerne gezeigt - wobei es sich hierbei auch um keinen regelmässigen Extremsport handelt

## Geschlechterverhältnis der Schweizer Online-Dater bei Extremsport

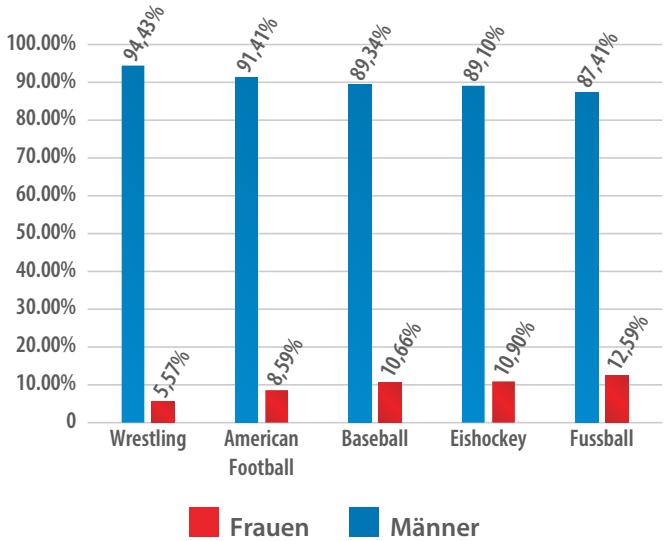



Auch bei einem detaillierteren Blick auf die ausgeübten, risikoreichen Sportarten wird klar: hier ist Mann deutlich aktiver als Frau.
Bei allem was mit Höhenmetern in Verbindung mit Springen zu tun hat und ein eher einmaliges Event ist, liegen Frauen mit den Männern ungefähr gleichauf: beim Bungee Jumping ist der Frauenanteil mit gut 42% zu 58% am ausgewogensten; bei allen anderen Extremsportarten sind die Frauen aber weniger vertreten als die Männer.

Und wie sieht es bei geläufigen Sportarten aus? Was ist hier auffallend männlich? Betrachten wir die Sportarten, in denen anteilig sehr viele Männer, aber sehr wenige Frauen sind, ergeben sich nachfolgende Top 5: Beim Wrestling, American Football, Baseball, Eishockey und Fussball sind es jeweils gerundet mindestens 90% männliche Online-Dater. Bei diesen Sportarten handelt es sich aber auch um solche, die viel Körpereinsatz erfordern. Auch Mannschaftssportarten wie Baseball und Fussball sind eher männliches Metier. Individualsportarten sind dafür eher Frauensache.

## Die Top 5 männlichen Sportarten Schweizer Online-Dater

**Die Top 1 der männlichen Sportarten** ist **Wrestling**

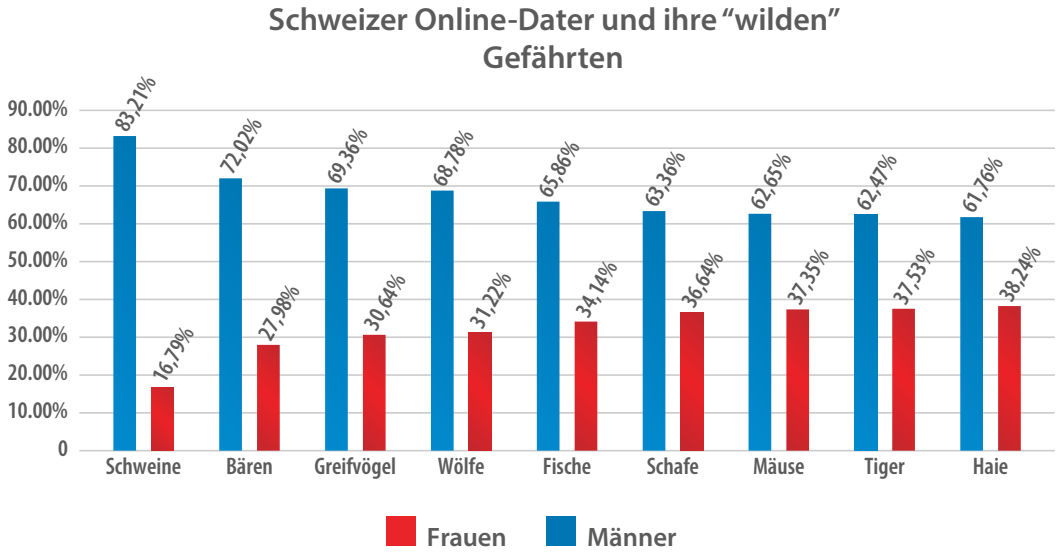


# Wilde Tiere

Vor allem **wilde Tiere** wird man **eher bei Männern** sehen

Was ist maskuliner als ein Mann, der wilde Tiere zähmt? Auch wenn Säbelzahntiger ausgestorben sind und Pelzbekleidung längst nicht mehr in ist, haben wir uns genauer angesehen, mit welchen Tieren sich Männer gerne darstellen. Dazu haben wir analysiert, welche Wildtiere bei Männern im Gegensatz zu Frauen besonders häufig vorkommen.
Die Antwort: Äusserst männlich sind Schnappschüsse mit Schweinen, Bären, Greifvögeln, Wölfen, Fischen, Tigern und mit äusserst gefährlichen (wohl weil so flauschigen) … Schafen und Mäusen.

Auch **Wölfe, Haie und Tiger** sind eher **männliche Fotobegleiter**

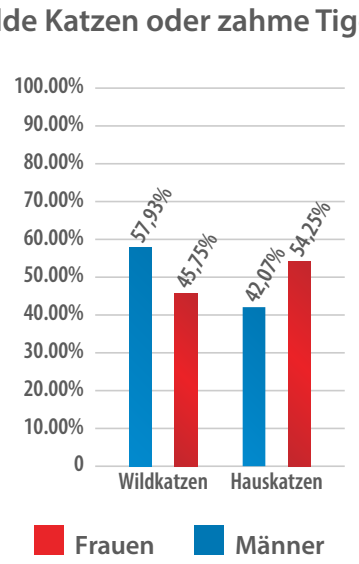



Dabei zeigt sich aber doch, wie der moderne Mann, der seine Partnerwahl im Internet aufnimmt, sich archaisch als Ernährer und Versorger darstellt. Der Fischfang und die Jagd auf die Schweine als Nahrungsbeschaffung, Schafwolle als Kleidung und die anderen wilden Tiere als seine gejagten und gezähmten Begleiter. So, oder so ähnlich, liesse sich diese spezifische Tierauswahl von wollig bis wild wohl erklären.

## Wilde Katzen oder zahme Tiger?

**Männer ziehen wilde Katzen zahmen Tigern vor**

Aber was bevorzugen Männer ganz konkret? Wilde Katzen oder zahme Tiger? Die Antwort: Männer stehen mehr auf wilde, gefährliche Katzen. Raubkatzen verstärken das Bild des starken und ein wenig barbarischen Mannes, der selbst die grössten Wildkatzen zähmen und mit ihnen posieren kann. Die Analyse zeigt, dass Löwen, Tiger und andere Raubkatzen von Männern bevorzugt werden. Gut 58% der Wildkatzen sind neben Männern zu sehen. Bei Hauskatzen ist es genau andersrum: nur 42% der Männer lassen sich mit zahmen Stubentigern ablichten.




Oft sind es aber auch keine Fotos mit wilden Katzen, sondern Stockfotos von wilden Katzen - eine Reise in ein Reservat nach Südafrika ist aber auch sehr teuer, wir sehen es den Schweizer Online-Datern also nach.

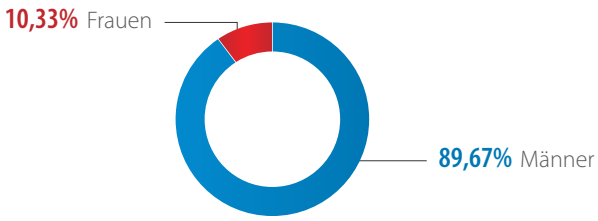
# Mit Waffen zum absoluten (Schürzen-)Jäger?

Hin und wieder trifft man eine **Jägerin oder Sportschützin** beim Online-Dating

Was wären wir Menschen ohne den Gebrauch von Werkzeugen und Waffen? Manche Theorie besagt, dass wir ohne diese nicht über den urzeitlichen Status des einfachen Höhlenmenschen hinaus gekommen wären. Männer als Jäger, Frauen als Sammlerinnen.

Dieses Bild bestätigte sich auch in dieser Studie: Trotz geringer Fallzahlen der Waffennarren in der Schweiz - rund 90% der Jagdfotos zeigen Männer. Nur auf gut jedem zehnten Jagdfoto sind Frauen zu sehen, wobei die Fotos von Frauen eher Jagdhunde zeigen.

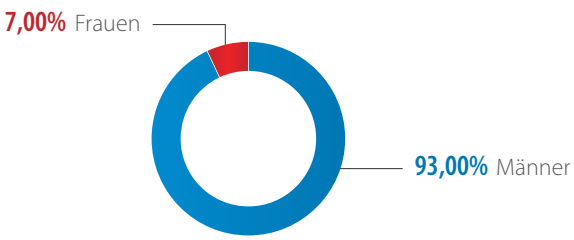
**Die Schweizer (Schürzen-)Jäger**




**Männer** sind **Waffennarren:** Mehr als **90% der Fotos mit Gewehren und Pistolen** sind von Männern

Fast genau so zeichnet sich diese Geschlechterverteilung bei der Benutzung von Waffen ab. Genau 93% der Waffen-Fotos sind von Männern, exakt 7% von Frauen.

**Waffennarren und Shootergirls?**




Die meisten Schützen sind also definitiv Schürzenjäger und keine draufgängerischen Lara Crofts, die in eng anliegenden Ganzkörperanzügen Verbrecher jagen. Schade für die Männer, aber natürlich nicht aufgrund der engen Anzüge.

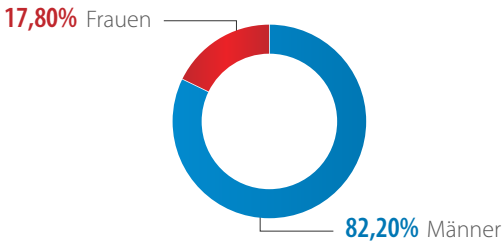
## "I can be your hero, baby"

Gut 80% der **"Superhelden"** sind Männer

Natürlich werden Frauen gerne auf Händen getragen - dafür muss Mann aber kein Clark Kent sein. Trotzdem gibt es sie - die Online-Dater, die wohl gerne über sich hinauswachsen und die Welt retten würden. Ob sich der Superhelden-Alltag gut in eine Beziehung einfügt, das können wir nicht beurteilen. Nach Tim Bendzko angeblich schon: "Muss nur noch kurz die Welt retten, danach bin ich bei dir." Und, oh Wunder, mehr als 80% der Weltretter sind männliche Online-Dater - Superman allen voran. Frauen sind aber auch eher Supergirls als Wonder Women, oder posieren mit Superman und Iron Man.

Echte Super-Bösewichte gibt es aber auch. Hier allen voran "der Joker"

**Verteilung der Superhelden unter Schweizer Online-Datern**

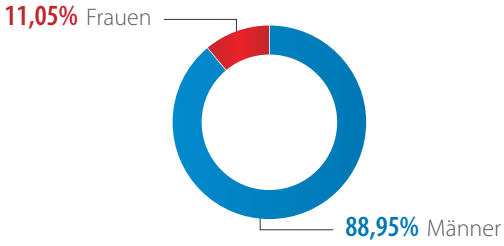



## Zu guter Letzt: Die Leine einholen

**90%** der Fotos beim **Köder auswerfen** und **Leine einholen** sind von Männern

Wer nicht schiesst oder durch die Lüfte fliegt, wirft vielleicht lieber einen Köder aus: Angler sind ebenso primär Männer und inszenieren sich wie immer stolz in ihrer Versorgerrolle: Knapp 90% der Fotos mit Lachs, Barsch und Co. sind von männlichen Anglern. Seltener sieht man Frauen angeln, diese posieren eher auf Boot oder Steg. Köder auswerfen - anbeissen lassen - Leine einholen: Nicht immer ist es so leicht wie beim Angeln. Ob die Frauen aber mit den Fischen auch leichter anbeissen und der Mann dann seine Leine einholen kann? Wir wissen es nicht, finden Angeln aber weniger primitiv als Schusswaffen und Alkoholexzesse.

**Wer hat wen an der Angel? Verteilung der Schweizer Online-Dater beim Angeln**



# “Wo bleibt mein Prinz?”

# Die Selbstdarstellung der Frauen

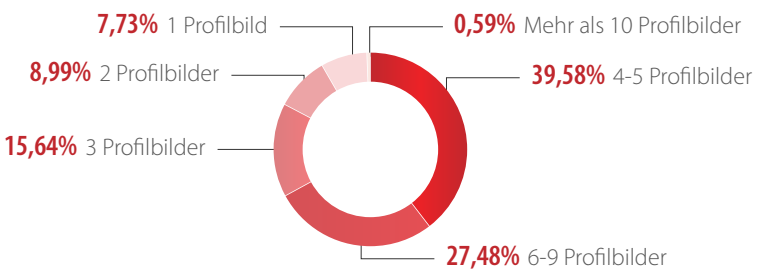
## Die durchschnittliche Schweizer Online-Daterin

Wie sieht die typische Schweizer Online-Daterin aus? Wie stellt sie sich dar? Evolutionspsychologen haben festgestellt, dass bei Frauen vor allem die physische Attraktivität entscheidend ist. Demnach sind bei Frauen vor allem Merkmale attraktiv, die von Gesundheit und Weiblichkeit zeugen. Wir haben uns die Schweizer Online-Daterinnen deshalb genauer angesehen:

Die **meisten Schweizer Frauen laden** online **4-5 Profilbilder** für die Partnersuche hoch

4-5 Profilbilder sind bei Frauen am wahrscheinlichsten (~40%). Das entspricht, wie bei Männern, der von uns empfohlenen Anzahl an Profilbildern - sofern Abwechslung vorherrscht und mehr gezeigt wird, als die Lieblingsoutfits. Aber auch mehr Profilbilder sind bei Frauen nicht unüblich: Auf Platz 2 sind 6-9 Profilbilder. Männer interpretieren ja generell weniger und nehmen das Frauen auch nicht unbedingt übel, wenn sie sich umfassend selbst darstellen wollen - Männer fokussieren sich da lieber auf qualitative Aspekte, als die reine Quantität. 3 Profilbilder lädt ungefähr jede siebte Frau hoch. Nur zwei oder ein Profilbild gibt es jeweils bei weniger als jeder zehnten zu sehen. Das ist bei Frauen somit eher unüblich - und es macht Männer übrigens sehr misstrauisch, wenn kein Körperfoto zu sehen ist.
Nach oben hin zügeln sich die Damen aber dann doch, mehr als 10 Profilbilder sind fast nie zu sehen.

**Wie viele Profilbilder laden die Schweizer Online-Daterinnen hoch?**

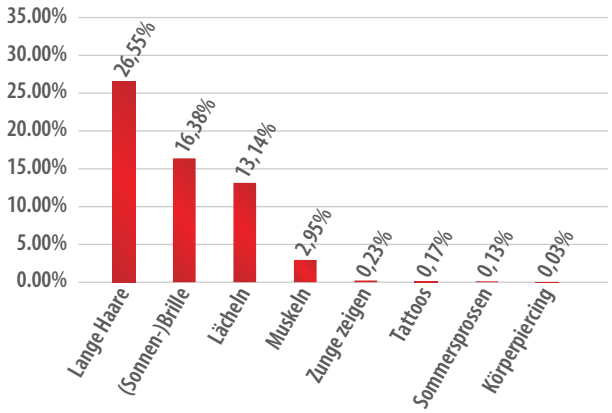


## Erscheinungsbild

**Lange Haare, Brillen und Lächeln:** Das fällt vor allem beim Erscheinungsbild der **weiblichen Schweizer Online-Daterinnen auf**

Was fällt beim Erscheinungsbild der Schweizer Online-Daterinnen auf? Dafür haben wir alle möglichen Erscheinungsmerkmale bei Frauen betrachtet und uns die Verteilung davon angesehen. Auf Platz 1 stehen ganz klar lange Haare. Diese sind nach wie vor ein Zeichen der Weiblichkeit und auf mehr als 27% aller Fotos von Frauen zu sehen. Auf Platz 2 die Sonnenbrille oder normale Brille, die auf knapp 17% der Fotos zu sehen ist. Es folgt das Lächeln mit gerundet 12%. Auf Platz 4 die Muskeln - der Fitnesstrend zieht schliesslich nicht nur bei Männern. Freche Mädchen gibt es auch - Platz 5 ist die rausgestreckte Zunge. Tattoos, Sommersprossen und Körperpiercings gibt es generell selten, bei Frauen sind diese Erscheinungen wirklich nur marginal.

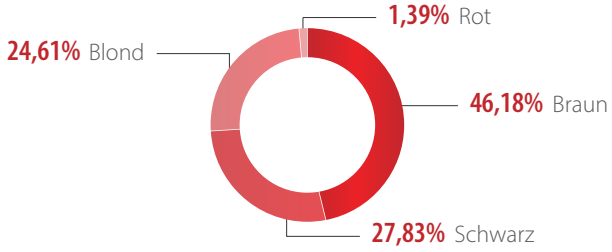
**Das Erscheinungsbild weiblicher Schweizer Online-Daterinnen - Was fällt auf?**




Fast die Hälfte (~46%) aller Fotos von Frauen zeigt Brünette. Dahinter kommen Schwarzhaarige (~28%) und Blondinen (~25%). Viel seltener sind Rotschöpfe zu sehen: Rothaarige Frauen gibt es nur auf 1,39% der Bilder, auf denen eine Haarfarbe erkannt wurde.

Die **meisten Online-Daterinnen sind Brünette:** Zumindest ist dies die am häufigsten erkannte Haarfarbe mit mehr als 45%

**Verteilung der Haarfarben Schweizer Online-Daterinnen**




## Körpergrösse

Die meisten Schweizer Online-Daterinnen sind über 1,70 m gross - zumindest geben sie das so an. Im Schnitt sind die Schweizer Frauen aber circa 1,65 m gross. Unsere Analyse ergab hier nun jedoch, dass die meisten Schweizerinnen 1,78 m gross sind. Auf Platz 2 sind 1,75 m, danach 1,80 m. Platz 4 sind 1,73 m und auf Platz 5 1,70 m.
Dies können wir uns nur dadurch erklären, dass grossen Frauen besonders wichtig ist, dass der Mann grösser ist als sie. Somit wird man bei ihnen eher Angaben zur Körpergrösse im Profil finden.

## Äusserst weiblich: Die Top-Motive nach Altersgruppen

Wie stellen sich die Schweizer Online-Daterinnen in den verschiedenen Altersgruppen dar oder was zeigen sie sonst noch? Inwiefern wirkt sich das Alter auf Interessen, Kleidung und Fotobegleiter aus? Dafür haben wir uns wieder die Konzentration in einer Altersgruppe angesehen und die Distanz zu den anderen Altersgruppen betrachtet.

### Top 10 Schweizer Online-Daterinnen von 18-24:

Online-Daterinnen **zwischen 18 und 24** probieren sich noch aus: Sie setzen auf **nackte Haut und gefärbte Haare**

| | | | |
|---|---|---|---|
| 1 | Décolletés und Unterwäsche | 6 | Kurze Kleider |
| 2 | Gothic | 7 | Lange Haare |
| 3 | Volleyball | 8 | Gefärbte Haare |
| 4 | Kinderfotos | 9 | Pink |
| 5 | Abendkleider | 10 | Schals |

Die jüngste Altersgruppe der Online-Daterinnen inszeniert sich auffallend weiblich und aufreizend: tief ausgeschnittene Décolletés, lange Haare, nackte Beine und Kleider sind hier sehr beliebt. Aber auch die Selfie-Quote und die Gruppenfotos sind höher als in anderen Altersgruppen weiblicher Schweizer Online-Daterinnen. Interessant ist auch die Konzentration von Gothic-Fotos und gefärbten Haaren. Ob die Online-Daterinnen noch in der Phase der Selbstfindung sind und deshalb verschiedene Stile ausprobieren? Auch Fotos mit pink sind oft zu sehen und Frauen, die sich mit Schals bekleiden.
Im Vergleich zu den männlichen Alterskollegen fällt auf, dass Frau vielmehr sich selbst in den Fokus stellt und kaum andere Motive mit aufs Bild lässt.

### Top 10 Schweizer Online-Daterinnen 25-34:

Für Online-Daterinnen **zwischen 25 und 34** sind besonders **Tiere, Abenteuer und Feiern** relevant

| | | | |
|---|---|---|---|
| 1 | Bungee Jumping | 6 | Partyfotos |
| 2 | Pole Dance | 7 | Canyon |
| 3 | Trinken (Cocktails) | 8 | Fallschirmspringen |
| 4 | Welpen | 9 | Möpse |
| 5 | Nordische Hunde | 10 | Pferde |

Weibliche Online-Daterinnen zwischen 25 und 34 setzen auf Action und Erotik. Bungee Jumping, Fallschirmspringen und Pole Dance sind beliebte Fotomotive in dieser Altersgruppe. Aber oft sind diese Frauen auch verkuschelt mit ihren Welpen, nordischen Hunderassen und Möpsen zu sehen. Auch sitzen hier besonders viele auf dem Pferderücken oder gönnen sich bei leckeren Cocktails und im Club eine Auszeit. Es ist also alles dabei: Tiere, Action und Party.

## Top 10 Schweizer Online-Daterinnen 35-44:

**Berge und Schnee -** das fällt vor allem **bei Online-Daterinnen zwischen 35 und 44** auf

| | | | |
|---|---|---|---|
| 1 | Golfen | 6 | Vögel |
| 2 | Meeresfrüchte | 7 | Nahaufnahmen vom Auge |
| 3 | Lichterketten | 8 | Tauchen |
| 4 | Feuerwerke | 9 | Fleisch |
| 5 | Löwen | 10 | Regenschirme |

Online-Daterinnen zwischen 35 und 44 zeigen sich gerne bei Sport und mit Tieren. Besonders Golfen und Tauchen sind in dieser Altersgruppe beliebt. Statt mit Welpen posen die Damen aber nun lieber mit Löwen und Vögeln. Auch zeigen sie gerne, was bei Ihnen auf den Teller kommt: Fleisch und Meeresfrüchte - scheinbar keine Kohlenhydrate.
Ein anderes beliebtes Motiv sind Nahaufnahmen von ihrem Auge - manche sagen ja, dass jede Iris einem Universum gleicht: In dieser Altersgruppe findet man besonders viele.
Wieso Bilder mit Regenschirmen beliebt sind, können wir nicht genau sagen. Eine subtile Nachricht? Vielleicht. Vielleicht wurden die Frauen bislang im Regen stehen gelassen und mussten sich mit einem Regenschirm selbst behelfen.
Knallen lassen es die Frauen übrigens eher mit Feuerwerken, als mit Cocktails - vernünftig.

## Top 10 Schweizer Online-Daterinnen 45-54:

**Luxus und Lifestyle:** Frauen **zwischen 45 und 54 setzen auf Natur,** zeigen aber auch ihre **Haustiere** und **Kochkünste**

| | | | |
|---|---|---|---|
| 1 | Getränke | 6 | Kleine Hunde |
| 2 | Gebäck | 7 | Palmen |
| 3 | Laub | 8 | Zelten |
| 4 | Kuchen | 9 | Blasinstrumente |
| 5 | Fotos im Grünen | 10 | Yacht |

Weibliche Online-Daterinnen zwischen 45 und 54 sind vor allem mit Leckereien und im Grünen zu sehen. Vor allem Gebäck und Kuchen zieren die Profile der Damen dieser Altersgruppe besonders häufig. Aber auch Fotos mit und auf Palmen, mit Laub und generell in der Natur sind hier besonders relevant. Die Damen dieser Altersklasse setzen mehr auf kleinere Hunde, gehen gerne zelten und wenn es um Fortbewegung geht, setzen sie anders als Männer lieber auf Wasserfahrzeuge.

**Damen über 55,** die online einen Partner suchen, zeigen vor allem ihr **Interesse an Tanz und gesunder Ernährung**

## Top 10 Schweizer Online-Daterinnen über 55:

1. Gemüse
2. Moderner Tanz
3. Asiatisches Essen
4. Ballett
5. Fast Food
6. Tiger
7. Wein
8. Katzen
9. Blumen
10. Spiegelselfies

Frauen über 55, die online daten, setzen auf Kunst, Kultur und Kulinarisches. Sie lieben Tanz und gesundes Essen, scheuen aber auch Pizza, Burger und Co. nicht. Ausserdem wird man sie vermehrt mit Weingläsern sehen, mit Katzen kuschelnd oder einfach ein paar Fotos mit oder von Blumen. Spiegelselfies kommen in dieser Altersgruppe verhältnismässig oft vor.

# Lange Haare, Kleider und Pferde

Wie stellen sich die Damen beim Online-Dating dar? Was gilt hier als besonders weiblich? Dafür betrachten wir Dinge, die besonders oft bei Frauen auf dem Foto zu sehen waren, bei Männern dafür selten bis gar nicht.

Die **Pony-Frisur** ist **eindeutig** ein **weibliches Ding**

Auch **Leggings** sind glücklicherweise **eher den Damen vorbehalten**

## Hier die Top 10 Dinge, die auffallend weiblich sind:

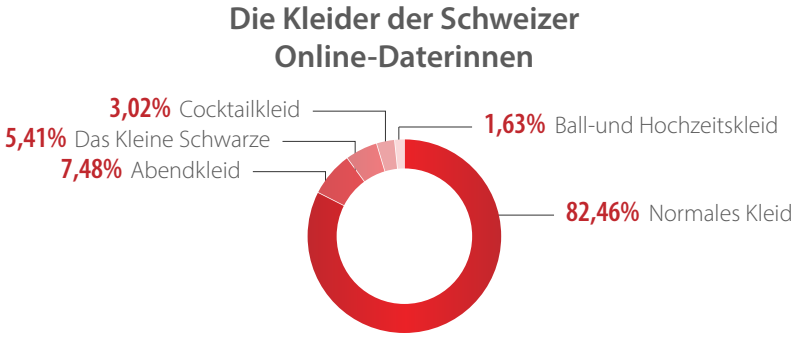
1. Cocktailkleider
2. Miniröcke
3. Rote Haare
4. Lange Haare
5. Der Pony
6. Gefärbte Haare
7. Bademode
8. Haarschmuck und -Kränze
9. Das Kleine Schwarze
10. Décolletés und Unterwäsche

Besonders weiblich sind vor allem gefärbte Haare und Pony-Frisuren. Aber auch lange Haare und Kleider sind überwiegend den Damen vorbehalten. Die Frau zeigt sich auffallend weiblich und geizt online auch weniger mit ihren Reizen: Figurbetonende und knappe Kleidung sind bei Frauen keine Seltenheit, was die Männerherzen wohl schnell höher schlagen lässt.

## Dress to impress - die Kleider der Online-Daterinnen

"Eine richtige Frau wirkt voll bekleidet auf einen Mann anziehender als ein nacktes Weib.", sagte einst Romy Schneider. Um das zu checken, haben wir uns angesehen, ob sich eher lange Kleider oder knappe Kleidchen auf den Fotos durchsetzen.
Mehr als 80% der Kleider haben eine normale Länge (ca. knielang), auf Platz 2 sind Abendkleider mit ca. 7%, noch vor dem Kleinen Schwarzen mit ca. 5%. Danach kommen Cocktailkleider (~2%) und Ball- und Hochzeitskleider mit ca. 2%.

Die Schweizer **Online-Daterinnen** zeigen sich lieber **in knielangen und Abendkleidern,** als in knappen Kleidchen oder dem Kleinen Schwarzen

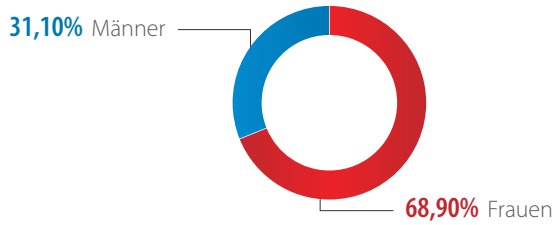


# Echte Prinzen kommen auf dem Pferd?

**Traumprinzen auf dem Pferd** sind leider **recht selten:** Rund 70% der Pferdeliebhaber sind Frauen

Wer einen Traumprinzen sucht, der auf dem Pferd angeritten kommt, hat leider eher schlechte Karten. Nur etwas über 30% der Pferdeliebhaber, die das auf ihren Profilbildern zeigen, sind Männer, knapp 70% Frauen.

**Selbstdarstellung der Schweizer Online-Dater mit Pferd**




Auch das Pferd ist eine Art Statussymbol - es spiegelt zumindest einen Lebensstil wider, den die meisten Damen wohl auch von ihrem Gegenüber erwarten.
Pferdefoto ist aber nicht gleich Pferdefoto. Nicht alle Fotos zeigen Pferdenärrinnen, die jahrelang die Wendy gelesen haben und es auch jetzt vorziehen Pferde-Kataloge zu durchstöbern, statt Modemagazine. Wir haben uns die Bilder angesehen und sehen darauf moderne und fröhliche Menschen in der freien Natur. Reiten ist für einige immer noch ein wichtiges Hobby oder wird als Sportart betrieben. Wer sich also mit Pferd zeigt, sucht also vielleicht doch jemanden, der die Liebe zu diesen Tieren teilt.

# Noch mehr Prinzessinnen-Flair

## Die Top 5 Kleidungsstücke und Accessoires der Frauen:

1. (Sonnen-)Brillen
2. Leggings
3. Kleider
4. Schmuck
5. Hüte

**(Sonnen-)Brillen** sind **bei Frauen sehr beliebt**

Brillenträger sind vor allem die Damen - zumeist sind dies aber Sonnenbrillen, die durchaus auch cool aussehen können - aber auch etwas entfremden. Leggings und Kleider sind natürlich ebenso weibliche Kleidungsstücke und auch sehr beliebt. Beliebter als Shorts oder Jeans. Natürlich setzen die Damen auch auf Schmuck: Ohrringe, Halsketten, Armbänder und Ringe sind nach wie vor weibliche Accessoires. Ebenso wie Hüte und Haarkränze, die eher den weiblichen Kopf zieren.

## Die Top 5 Farben der Frauen

1. Pink
2. Lila
3. Rot
4. Gelb
5. Blau

**Pink** ist die **Top-Frauenfarbe**

Die **Top 5 Farben** der **Männer?**

1. Schwarz
2. Weiss
3. Orange
4. Grün
5. Blau

Frauen lieben Pink. Das hat sich hier ebenfalls bestätigt. Um die Top-Farben der Frauen zu bestimmen, haben wir uns in diesem Fall angesehen, welche Farben bei den weiblichen Online-Datern in Kontrast zu den männlichen am ehesten zu sehen waren. Ebenso mögen Frauen Lilatöne. Die Farbe der Liebe ist auch oft zu sehen: Auf Platz 3 stehen Rottöne, gefolgt von Gelb und fröhlichem Blau.

# Frauen und Sport

Dass die männlichen Online-Dater sich gerne bei riskanten sportlichen Aktivitäten zeigen, haben wir bereits festgestellt. Aber auch die Schweizer Frauen treiben gerne Sport und halten ihren Körper sehr fit.

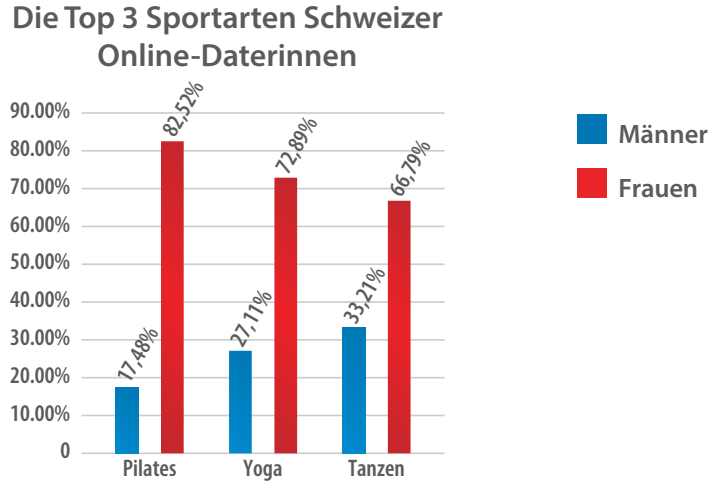
## Die Top 5 meist gezeigten Sportarten Schweizer Online-Daterinnen:

1. Fitness
2. Klettern
3. Skifahren
4. Bootfahren
5. Bergsteigen

Die **meisten Frauen** zeigen sich **beim Fitness-Training**

Auffallend ist hier, dass Frauen im Gegensatz zu Männern eher zu Individualsportarten neigen und seltener Mannschaftssport betreiben.

Besonders weibliche Sportarten, im Sinne von "machen viele Frauen und weniger Männer", fallen aber etwas anders aus: Auf Platz 1 ist hier Yoga - mehr als 82% aller Yoga-Fotos gehen anteilig an die Damen. Auf Platz 2 steht Pilates. Hier zeigt sich eine ähnliche Verteilung mit einem Anteil von immerhin über 72% Frauen. Tanzen ist mit 67% auch eine Aktivität, die eher Frauen begeistert. Auffallend ist hier, dass Frauen, im Gegensatz zu Männern, eher auf entspannende und entspannte Einzelsportarten setzen. Was aber nicht bedeutet, dass diese minder anspruchsvoll sind.




**Pilates und Yoga** sind die **besonders weiblichen Top-Sportarten** der Schweizer Online-Daterinnen

# Selbstdarstellung made in Switzerland:

# Wie inszenieren sich die Schweizer insgesamt?

Weltweit wurden **über 22,2 Mio. Profilbilder**, davon rund **1 Million Profilbilder in der Schweiz analysiert**

## Wie stellen sich die Schweizer dar?

Deutlich zu sehen ist, dass es geschlechtsspezifische Unterschiede bei der Selbstdarstellung gibt. Das liegt daran, dass jedes Geschlecht eigene Erwartungen hat und sich über andere Dinge definiert. Fraulich wird zumeist mit sinnlicher Attraktivität assoziiert – Kleider, lange Haare, Lippenstift. Wohingegen bei Männern Statussymbole, Mut und körperliche Fitness als attraktiv gelten. Es gibt jedoch auch Attraktivitätskriterien, die für beide Geschlechter gelten.

Ganz allgemein stellt man in der Regel natürlich sich selbst auf seinem Profil beim Online-Dating dar. Aber: **Nur 63,59%** der Bilder **zeigen Personen deutlich.** Fotos, die klar das Gesicht der Online-Dater zeigen sind sogar noch seltener.
Zusätzlich zeigen Partnersuchende ihre Persönlichkeit, Prioritäten, sowie Interessen und Hobbys. Das Gesamtbild ist beim Online-Dating meist äusserst entscheidend: Aus vielen Aktivitäten lassen sich Charaktereigenschaften ableiten und man assoziiert entweder positive oder negative Dinge mit der Selbstdarstellung des Gegenübers.
Was sich beim Online-Dating vor allem bewährt sind Weltoffenheit und Reiselust. Rund 25% - also gut ein Viertel - der Online-Dater, die sich vor einer erkennbaren Kulisse ablichten, zeigen sich im Urlaub am Strand. Aber viele zeigen sich auch gerne in den Bergen, vor historischen Monumenten und faszinierenden Landschaften.

Einige der Online-Dater zeigen sich aber auch beim Feiern: In Diskotheken und Bars, beim Feiern und Trinken. Ob das immer so gut ankommt sei dahingestellt, dennoch lässt sich nicht leugnen, dass mehr als jeder neunte sein Partygen zur Schau stellt.
Abgesehen von den Fotomotiven gibt es aber noch andere Begleiter und Accessoires, die immer mit auf dem Foto sind: Tiere, Freunde und Familie, Essen und Trinken sind beliebte Begleitelemente, die auch Rückschlüsse auf Freizeitgestaltung der Prioritäten der Online-Dater zulassen.

# Die beliebtesten Fotomotive

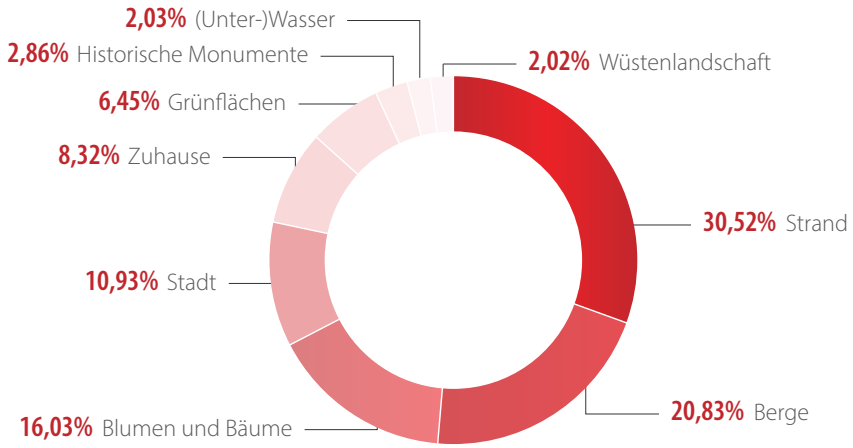
Beim Online-Dating spielt nicht nur eine Rolle, was man darstellt, sondern auch wie man es darstellt. Dabei ist auch der Hintergrund entscheidend. Fotos bei natürlichem Licht kommen weit besser an, als ein Selfie drinnen.
Was kommt besser an? Laissez-faire am Strand? Oder doch das ländliche Grün?
Generell wirken Fotos draussen attraktiver, weil sie die gezeigte Person als aktiv und unternehmungsfreudig darstellen.

## Stadt, Land, Strand?

Die Analyse der Bilddaten mit erkennbaren Fotospots als Hintergrund zeigt, dass einige Hintergründe weitaus beliebter sind als andere. Der beliebteste Hintergrund mit fast einem Viertel an absoluter Häufigkeit ist der Strand. Ein Hoch auf das Fernweh bei jedem Anblick. Auf Platz 2 folgen Berge mit rund 21%. Es folgen Blumen und Bäume mit 16%. Auf Platz 4 urbane Gegenden, danach Aufnahmen in den eigenen vier Wänden (aber zum Glück fast nie mit Selbstauslöser auf der Couch). Grünflächen stehen noch vor historischen Monumenten und Fotos von tauchenden und schwimmenden Online-Datern. Eher seltener sieht man die Schweizer in kargen Wüstengegenden.

Bei Schweizer Online-Datern sind **vor allem Strandfotos sehr beliebt**

**Die beliebtesten Fotospots der Schweizer Online-Dater**



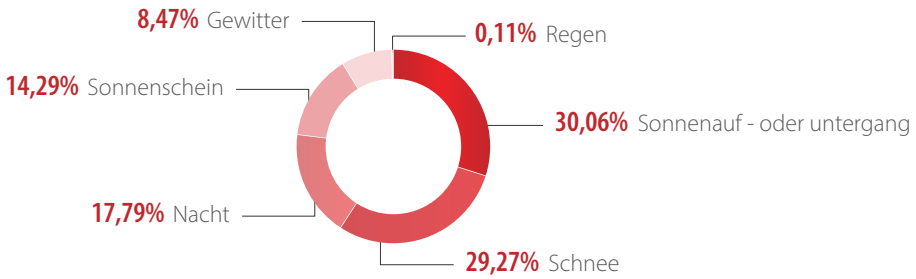
## Sonne oder Schnee?

Die Silhouette: Nett, aber man erkennt nichts

**Schweizer Online-Dater tendieren am ehesten zu Schneefotos** und romantischen Fotos mit **Sonnenauf- oder -untergängen**

Aussenaufnahmen sind so gut wie Pflicht bei den meisten Online-Datern - man möchte ja nicht als Stubenhocker rüberkommen. Doch wie sollten die idealen Witterungsbedingungen für ein perfektes Profilfoto sein? Am beliebtesten sind romantisch anmutende Fotos in der Dämmerung. Hier besonders das Silhouetten-Foto, auf dem man eigentlich nur die Figur erkennt, aber sonst nichts. Ja, es mag die romantische Seite zeigen, aber die gute alte "Schattenwand" ist leider wenig hilfreich bei der Partnersuche.
Aber auch Fotos im Schnee sind ganz vorne mit dabei. Auf Platz 3 sind sogar Nachtfotos. Hierzu zählt z.B. das allseits beliebte Motiv "Ich vor der leuchtenden Skyline von XY". Zumindest erkennt man hier das Gesicht gut. Sonnenschein ist noch vor Gewitter und Regen - wer hätte das gedacht? Dennoch: Immerhin 8% wollen beweisen, dass sie auch bei Sturm und Verderben ein fester Anker sein können; zu guter Letzt: im Regen steht (fast) keiner gern.

**Romantisch bis stürmisch - Die Wetterlage auf den Profilbildern Schweizer Online-Dater**

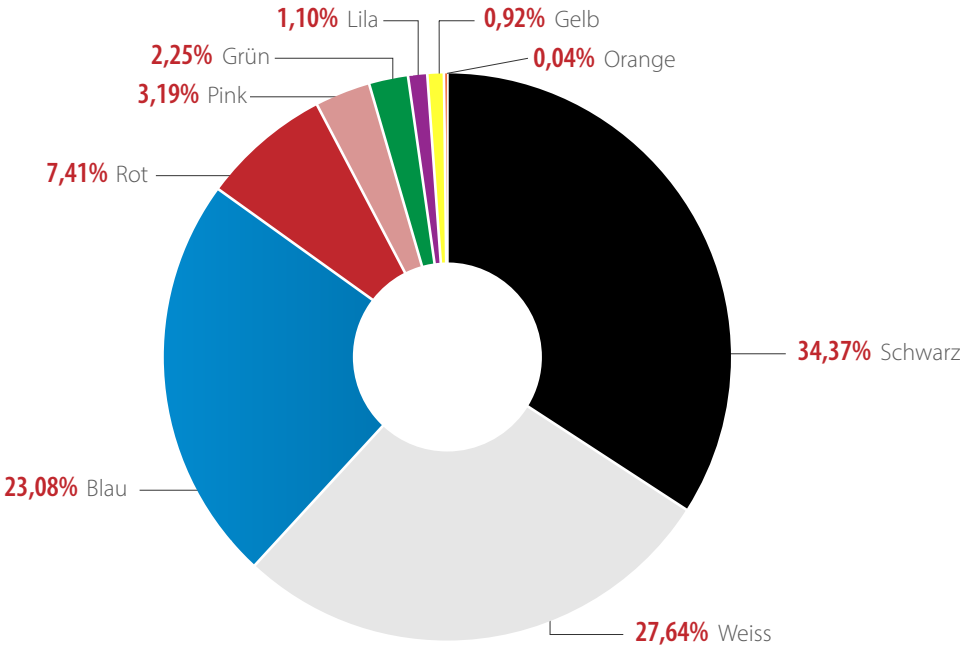


## Farbliche Stimmung

Welche Farben dominieren auf Schweizer Profilbildern? Der übergrosse schwarze Anteil fällt einem sofort ins Auge. Sind wir wirklich so düster? Hier wurden wirklich alle Bilder betrachtet und wir Schweizer haben nun mal ein Faible für Schwarz-Weiss-Fotografie. Vielleicht, weil sie geheimnisvoll ist, oder aber auch weil sie mit der richtigen Beleuchtung die richtigen Makel (kleine Fältchen, Pickel etc.) kaschieren kann? Hinzu kommt noch eine ganze Reihe Nacht-Fotos, wie weiter oben erwähnt. Somit sieht dieses Diagramm sehr düster aus. Ähnlich oft wurde Weiss erkannt - der Grund ist fast der gleiche: Schwarz-Weiss-Fotografie.
Blau schafft es auf Rang 3. Zahlreiche Online-Dater lichten sich mit azurblauem Meer im Hintergrund ab, auch blauer Himmel wird hier mitgezählt. Klar, dass diese Farbe dann einen der vorderen Plätze des Rankings einnehmen muss. Rot ist angeblich die am besten geeignete Farbe fürs Online-Dating. Sie soll dafür sorgen, dass man sich zum Gegenüber hingezogen fühlt. Tatsächlich? Ins Auge sticht sie in jedem Fall. Pink findet sich vor allem auf den Bildern der Frauen, aber soll bei Männern nicht so gut ankommen. Vielleicht deswegen nur 3%? Trotz oft gesehener Naturverbundenheit der Online-Dater ist Grün kaum zu sehen und Gelb, Lila und Orange fallen fast gar nicht mehr ins Gewicht.

**Schwarz und Weiss** sind die **überwiegenden Farbtöne** auf den Fotos Schweizer Online-Dater - das liegt aber auch an den vielen monochromen Fotos

**Die Farben der Schweizer Online-Dater**



# Immer mit auf dem Foto

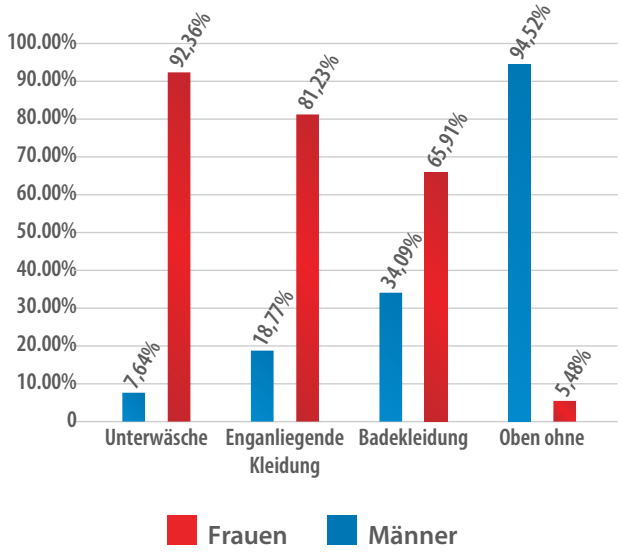
Der Hintergrund macht aber nicht alles aus: Manchmal sucht man sich zu seiner eigenen Person noch einige andere Dinge, mit denen man sich schmücken kann und die den Typen unterstreichen. Die beliebtesten Fotomotive und Begleiter Schweizer Online-Dater haben wir für euch zusammengefasst.

# Der eigene Körper, natürlich!

Vergleichsweise viele **Online-Daterinnen wollen mit nackter Haut überzeugen:** Sich leicht bekleidet und mit nackten Beinen ablichten zu lassen ist bei ihnen beliebt

Wo Männer ihre blanke Brust zeigen, zeigen Frauen…so ziemlich alles andere. Fotos in Spitzen-/Reizwäsche sind keine wirkliche Seltenheit mehr und generell häufig bei Frauen zu sehen. Dessous-Fotos mit tiefem Décolleté gehen zu 92,36% an die Damen. Mit kurzen Hosen und knappen Röcken und Kleidern lange Beine schummeln ist auch eher Frauensache - gut 81% der Fotos mit nackten Beinen und eng anliegender Kleidung sind bei Frauen zu verorten. Auch Fotos in Badebekleidung - ob Mono- oder Bikinis - sind zu gut 66% Frauensache. Der Umschwung folgt aber sogleich. Geht es um entblösste Oberkörper, sind die Männer absolute Spitzenreiter. Wohl naturgegeben. Eine Frau "oben ohne" wird man im klassischen Online-Dating fast nie finden - zumindest keine Frau, die sich mit blanker Brust zur Kamera dreht. Rückansichten oben ohne sind aber nicht allzu selten.

**So setzen die Schweizer Online-Dater ihre Reize ein**



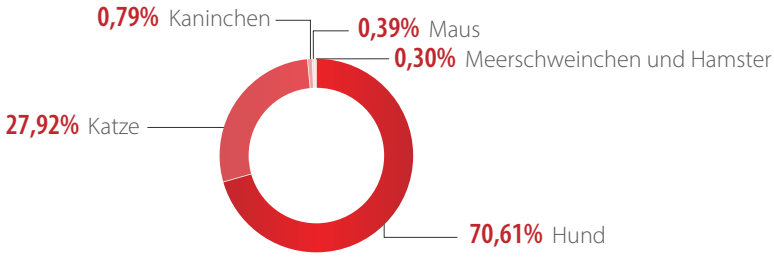
# Tiere

Gleich vorweg: Sind die Online-Dater eher Hunde- oder Katzenfreunde? Die Antwort ist ganz klar: Hunde wird man bei Schweizer Online-Datern auf Fotos mit Tieren als Begleiter fast 3x so oft sehen.

Die beliebtesten Haustiere auf die Top 6 zusammengefasst: Auf Platz 1 der treue Begleiter des Menschen: Gut 71% nimmt der Hund in der Verteilung der Tierfotos auf die ersten fünf Plätze ein. Weit dahinter die Katze auf Platz 2 mit circa 28%. Noch viel weniger nehmen anteilig Kaninchen und Ratten, Mäuse und Meerschweinchen und Hamster ein.

Der **Hund** ist **unangefochten der beste Begleiter des Menschen** und fast 3x so oft zu sehen wie Katzen

**Die beliebtesten Haustiere Schweizer Online-Dater**



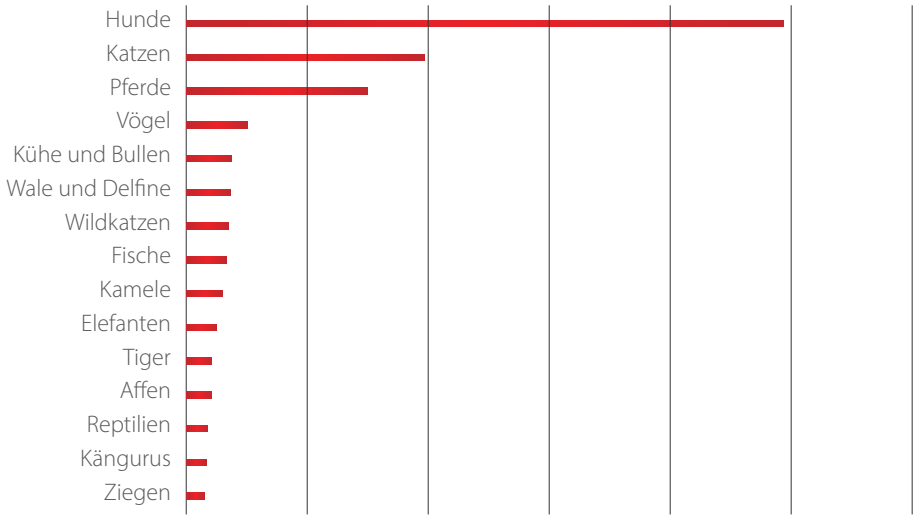

Die **Top 5** Der **beliebtesten Hunderassen** sind

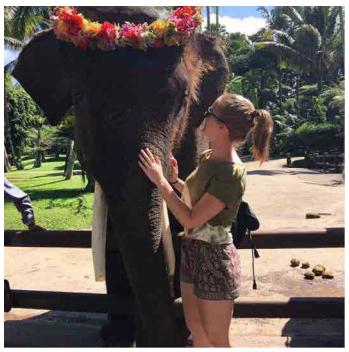
1. Mischling
2. Terrier
3. Labrador Retriever
4. Bulldogge
5. Siberian Husky

Dass der Hund sich so einer immensen Beliebtheit erfreut, ist aber für uns nicht weiter verwunderlich: Im Gegensatz zu Katzen bedeutet ein Hund viel mehr Verantwortung und wird auch mit der Bereitschaft, diese zu übernehmen, assoziiert. Wo die Katze hauptsächlich gefüttert werden muss, brauchen Hunde Auslauf und Unterhaltung. Das lässt vermuten, dass Herrchen/Frauchen keine Stubenhocker sind, immerhin müssen sie ja Gassi gehen. Romantische (Hunde-)Spaziergänge sind also nicht abwegig.

Abgesehen von den Haustieren lassen sich auch insgesamt die beliebtesten 20 Tiere ausweisen:

**Die 15 beliebtesten Tiere der Schweizer Online-Dater**



Tierische Urlaubsbekanntschaften sind beliebte Fotomotive

Nach **Hund** und **Katze** sind **Pferde** die beliebtesten Tiere auf Fotos Schweizer Online-Dater

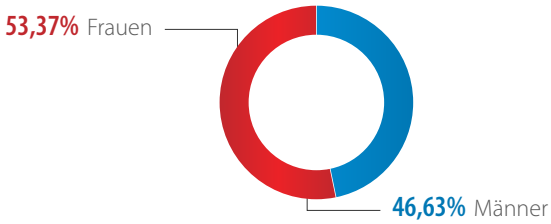
Das Pferd auf Platz 3 ist nicht weiter verwunderlich, hier haben wir ja bereits genauer hingeschaut. Vögel sind aber nicht unbedingt Haustiere und eher exotische tierische Begleitelemente auf dem Foto. Fische sind vor allem oft bei den Männern zu sehen, diese angeln bekanntermassen gerne. Kühe und Bullen sind oft auf Fotos in ländlichen Gegenden im Hintergrund zu sehen. Elefanten und andere exotische Tiere sind überwiegend "Urlaubsbegegnungen". Und Wildkatzen werden - wie wir wissen - meist von Männern gezähmt.

# Schau mal, meine Freunde

Wer neigt eher zu **Gruppenfotos?** Obwohl **Frauen** sich **etwas eher** in der Gruppe zeigen, gilt der **Cheerleader-Effekt** auch für **Männer** und diese lassen sich annähernd so oft mit anderen ablichten

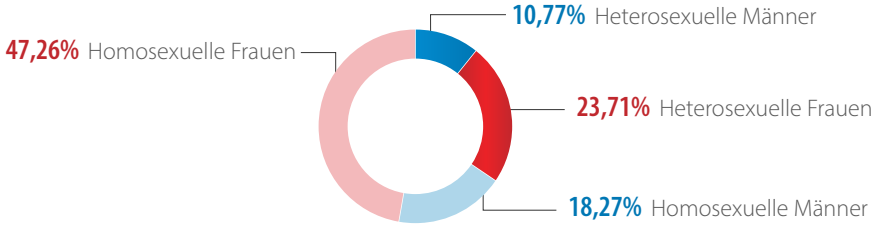
Mit auf dem Foto sind auch oft Freunde, Familie und Bekannte. Jedes zehnte Profilbild ist ein Gruppenfoto. Wer sich mit anderen zeigt, lässt potenziell Interessierte wissen, dass er sozial integriert ist.
Soziale Integration wird überdies meist mit Offenheit und Unternehmungslust verbunden - das kommt beim jeweils anderen Geschlecht gut an. Auch gibt es visuelle Gruppeneffekte, die eine Person auf das Gegenüber attraktiver wirken lassen können (Cheerleader-Effekt). Nur sollte man sich auf den Fotos nicht innig mit dem anderen Geschlecht zeigen, das kommt wiederum meist negativ an.
Gruppenfotos sollten aber nicht die einzigen Formen der Selbstdarstellung sein. Vor allem nicht, wenn nicht mehr erkenntlich ist, wem das Profil zuzuordnen ist.

**Wer zeigt sich eher in der Gruppe?**




Bussi, Bussi? **Vor allem lesbische Online-Daterinnen** neigen dazu, anderen **auf ihren Fotos Küsschen aufzudrücken**

**Küsschen, Küsschen - Schweizer Online-Dater beim Fremdbusseln**




Aber Vorsicht: Wer sich mit dem anderen Geschlecht darstellt, sollte darauf achten, wie innig - auch, wenn es sich um Personen in der "Friendzone" handelt.
Am ehesten verteilen oder erhalten homosexuelle Frauen Küsschen - sie machen gut 47% der Busselnden aus. Gefolgt von homosexuellen Männern und heterosexuellen Frauen zu nahezu gleichen Teilen von jeweils um die 20%. Heterosexuelle Männer sieht man weniger beim Austausch von Zärtlichkeiten.
Aber es gibt Entwarnung: Es handelt sich nicht nur um untreue Seelen, manchmal gibt es auch Küsschen von kleinen Kindern.

# Essen

Wenn Liebe durch den Magen geht, wäre es naheliegend anzunehmen, dass man das Gegenüber mit gutem Essen überzeugen kann.
So ist es nicht verwunderlich, dass viele Bilder von den Schweizer Online-Datern Essen zeigen.
Und was für Essen? - Trotz des angesagten Healthy Lifestyles zeigen nur fast die Hälfte der Fotos mit Essen gesunde Mahlzeiten wie Salate, Gemüse und Obst. Der Rest zeigt lieber Burger, Pizza, Würstchen oder sogar zuckersüsse Leckereien.

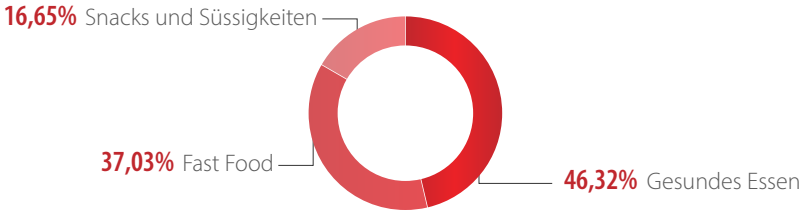
## Die Top 10 Nahrungsmittel Schweizer Online-Dater:

Die Schweizer Online-Dater achten auf ihre Figur und Gesundheit - Auf **Platz 1 ist Fleisch** zu sehen, auf **Platz 2 Gemüse**

| | | | |
|---|---|---|---|
| 1 | Fleisch | 6 | Asiatisches Essen |
| 2 | Gemüse | 7 | Pizza |
| 3 | Kuchen | 8 | Früchte |
| 4 | Süssigkeiten | 9 | Schokolade |
| 5 | Meeresfrüchte | 10 | Burger |

Und wie verhält es sich generell mit gesundem Essen und Fast Food? Tatsächlich ist auf den meisten Fotos von Nahrungsmitteln gesundes Essen zu sehen - in beinahe der Hälfte der Fälle sieht man Obst, Gemüse, Salat und anderes Gesundes. Aber auf gut einem Drittel der Fotos ist auch ungesundes Fast Food zu sehen: Burger, Pizza und Frittiertes sind demnach gar nicht so selten. Snacks und Süssigkeiten sieht man nur auf gut jedem siebten Essensfoto.

**Was essen Schweizer Online-Dater?**

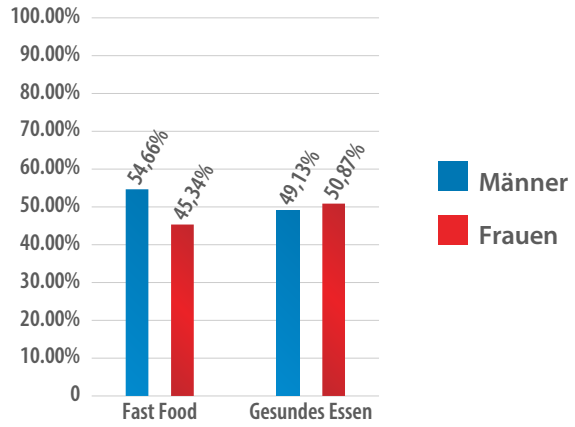



Auf gut **50% der Fotos von Essen** ist **gesundes** auf dem Teller

Und wer isst was? Tatsächlich sind es mehr Männer, die Fast Food essen, bei gesundem Essen ist die Verteilung ausgeglichen.

**Männer essen mehr Fast Food,** bei gesundem Essen hält sich die Verteilung die Waage

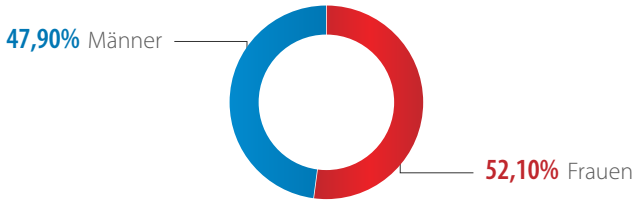
**Fast Food oder gesundes Essen - Wer isst was?**



Bei **Süssigkeiten können Frauen seltener widerstehen** und sind echte Naschkatzen?

Die Verteilung ist hier bei beidem annähernd gleich, wobei sich unter'm Strich doch sagen lässt: Frauen zeigen sich etwas häufiger mit gesundem Essen und seltener mit Fast Food. Beim Naschen an Schokolade, Gummibärchen oder kunstvoll verzierten Cupcakes trifft man überraschenderweise wieder auch mehr Frauen. Süss ist die Versuchung und Männer können dieser wohl eher widerstehen als Burgern und Co.

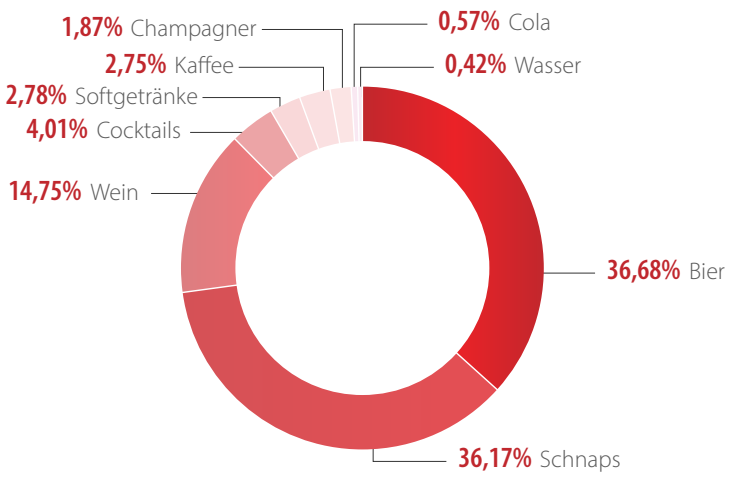
**Männer oder Frauen: Wer sind die grösseren Naschkatzen?**



# Trinken

Welches Getränk kommt auf Fotos gut an beim Online-Dating? Unsere Analyse hat ergeben, dass der Bier-Anteil unter allen Bildern mit sichtbarem Getränk sehr hoch ist: Rund 40% aller Fotos mit Getränk zeigen den köstlichen Gerstensaft. Auf Platz 2 dahinter: Schnaps mit rund 36%. Dahinter: Wein - Das Getränk der Götter ist mit knapp 15% vertreten. Dahinter kommt Kaffee mit knapp 4%, gefolgt von Cocktails, Softdrinks und Säften mit je ca. 3%. Champagner und Prosecco liegen auf dem vorletzten Platz mit anteilig nur je 1%. Das Schlusslicht bilden Wasser und Cola.

**Was trinken Schweizer Online-Dater?**




**Bier** ist **bei Schweizer Online-Datern am häufigsten** zu sehen

Am **seltensten wird man Online-Dater Cola und Wasser trinken sehen**

Diese starke "Bier-Konzentration" könnte natürlich an unserer Nationalität und Bierqualität liegen. Aber dass Schnaps so häufig vorkommt? Schweizer Online-Dater scheinen sich gerne als Partytiere zu inszenieren. Trinken zeigt ja auch, dass man gesellig ist. Wann fotografiert man sich denn schon mit Getränken - auf Partys, in Bars, auf dem Dorffest. Das dürfte den ganzen Alkohol erklären, und auch warum Wasser so uninteressant ist, wenn nicht mit Gerste, Hopfen und Malz angereichert.
Somit scheinen sich Online-Dater doch eher als "Genussmenschen" darzustellen, statt als gesundheitsbewusste $H_2O$-Trinker.

# Autos

Und welche Autos sind bei Schweizer Online-Datern zu sehen? Generell gibt es zum Glück nicht so viele Poser, die sich und ihr Auto gerne zur Schau stellen. Doch anhand der vorhandenen Bilder konnten wir auch feststellen, welche Automarken die beliebtesten auf Profilfotos sind:

## Die beliebtesten fünf Automarken der Schweizer Online-Dater:

1. BMW
2. Audi
3. Mercedes
4. Volkswagen
5. Porsche

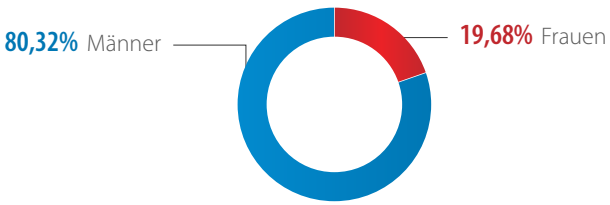
**BMW** ist die **beliebteste Automarke Schweizer Online-Dater**

Die Schweizer Online-Dater setzen vor allem auf deutsche Fabrikate. Unangefochten auf Platz 1 ist dabei BMW, gefolgt von Audi, Mercedes und Volkswagen, die sich den dritten Rang teilen. Diese vier Automarken sind am häufigsten vertreten, gefolgt von flotten Sportwagen aus dem Hause Porsche.

Und wer zeigt sich gerne mit seinem Auto? Es sind ganz klar in mehr als 80% aller Fälle die Männer.

**Männer** zeigen sich **3x häufiger mit Autos** als Frauen

**Wer zeigt sich eher mit dem Auto?**




Für uns nicht besonders verwunderlich: Wo Männer auf viele PS setzen, sind Frauen eher mit einer vierbeinigen Pferdestärke zu sehen. Und wie wir einleitend festgestellt haben: Männer brauchen Statussymbole, um finanzielle Stabilität und somit Attraktivität auszustrahlen.

# Die beliebtesten Interessen und Hobbys

Wie soll man sich beim Online-Dating darstellen? Wie viel sollte man von sich preisgeben? Welche Hobbys, Interessen und Freizeitbeschäftigungen kommen gut an? Welche Rolle spielt der Status dabei?

## Die Top 10 Interessen und Freizeitbeschäftigungen Schweizer Online-Dater:

1. Reisen
2. Familie und Freunde
3. Sport
4. Kunst und Kultur
5. Nachtleben und Party
6. Essen und Trinken
7. Musik
8. Tiere
9. Autos
10. Bildung

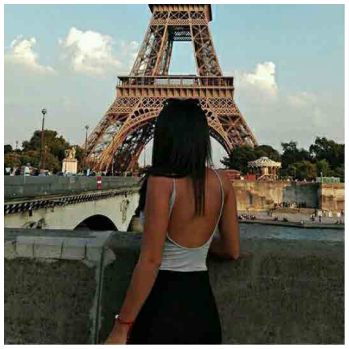
#aroundtheworld: **Reisen** ist die **liebste Freizeitbeschäftigung Schweizer Online-Dater**

Reisen sind der absolute Spitzenreiter bei den Lieblingshobbies: Ob Strandurlaub oder Städtetrip, Wüsten- oder Winterlandschaft: Die Schweizer Online-Dater lieben es, mal ausser Haus oder Land zu kommen. Oder sie wählen eben genau diese Bilder vom letzten Strandurlaub oder New-York-Trip, um sich auf ihrem Profil kosmopolitisch zu zeigen?
Natürlich sind auch Familie und Freunde - das soziale Umfeld der Online-Dater wichtig. Ob nun auf einer Hochzeit, beim Feiern oder einfach nur ein Schnappschuss mit den besten Freunden: Die meisten Online-Dater zeigen, dass sie gut sozial integriert sind und ihre Liebsten ihnen wichtig sind.
Aber auch Kunst und Kultur sind bei den Schweizer Online-Datern beliebt, noch beliebter als das Nachtleben. Es folgen Essen und Trinken, auch in Bars und Restaurants, Musik, Tiere und Autos. Auf dem 10. Platz steht Bildung: Lesen, Konferenzen, all das, was mit wachsendem Wissen einher geht. Dass dies so weit hinten angesiedelt ist, finden wir aber nicht weiter bedenklich: Online-Dater zeigen eher Dinge, die mit Offenheit - ob nun durch Soziales oder Reiselust - assoziiert werden. Obwohl natürlich jeder mal ein Buch liest, gibt es deswegen nicht unbedingt ein Dating-Pro l-geeignetes Foto davon. Es wäre in den meisten Fällen wohl auch sehr gestellt - man müsste ja jemanden bitten, einen beim Lesen zu fotografieren. Gewünschte Aussagekraft: "Schau her, ich bin klug!". Andererseits gilt auch: Liebe geht durchs Bücherregal - wenn er/sie keine Bücher besitzt, lieber das Weite suchen.

## Reisen

Wie zuvor beschrieben, scheinen Reiselust und Weltoffenheit bei der visuellen Selbstdarstellung ein grosses Thema zu sein, denn immerhin zeigen sich 39% der Online-Dater auf Reisen. Bei welchen Touristenattraktionen sich die Schweizer Online-Dater gerne ablichten lassen, haben wir uns ebenfalls genauer angesehen.

Die **beliebteste Sehenswürdigkeit** auf den Profilfotos Schweizer Online-Dater ist der **Eiffelturm**



### Die Top 10 fotografierten Touristenattraktionen Schweizer Online-Dater:

1. Eiffelturm (Frankreich)
2. Golden Gate Bridge (USA)
3. Grand Canyon Nationalpark (USA)
4. Mailänder Dom (Italien)
5. Big Ben (England)
6. Kolosseum (Italien)
7. Tower Bridge (England)
8. Brooklyn Bridge (USA)
9. Viktor-Emanuel-Galerie (Italien)
10. Brandenburger Tor (Deutschland)

Paris, die Stadt der Liebe ist mit dem Eiffelturm auf Platz 1 und somit die beliebteste Touristenattraktion Schweizer Online-Dater. Auf Platz 2 und 3 folgen Reiseziele in den USA: der Grand Canyon National Park und die Golden Gate Bridge sind ebenso beliebte Fotospots. Platz 4 belegt der Dom in Mailand und 5 der beliebte Big Ben in London. Platz 6 und 7 sind in Italien und England: Hier ist das Kolosseum noch knapp vor der Tower Bridge. Aufnahmen der Brooklyn Bridge sind noch etwas beliebter als in der Viktor-Emanuel-Galerie in Mailand. Platz 10 geht an das Brandenburger Tor in Berlin.
Allgemein sind die meisten der Top 10 Touristenattraktionen in Europa, vor allem in London. Die Hauptstadt Englands eignet sich aber auch perfekt für einen Wochenendtrip. Die meisten Schweizer scheinen darüber hinaus gerne durch die USA zu touren, eine Reise von Ost nach West, oder andersrum steht durchaus bei vielen Menschen auf der To-Do-Liste.

## Sport

Körperliche Fitness und Gesundheit sind Attraktivitätskriterien - Gut **die Hälfte** der sich sportlich betätigenden Online-Dater zeigt sich wohl deshalb bei **Fitness- und Krafttraining**

Dass Gesundheit und körperliche Fitness entscheidende Attraktivitätskriterien sind, dürfte nicht neu sein. Dennoch liessen sich bei unserer Analyse auch die Dimensionen und Tendenzen der beliebtesten, auf Fotos gezeigten, Sportarten in der Schweiz abzeichnen.

### Die Top 10 Sportarten der Schweizer Online-Dater:

1. Fitness
2. Klettern
3. Segeln und Bootfahren
4. Skifahren
5. Bergsteigen
6. Schwimmen
7. Surfen
8. Laufen
9. Radfahren
10. Snowboarden

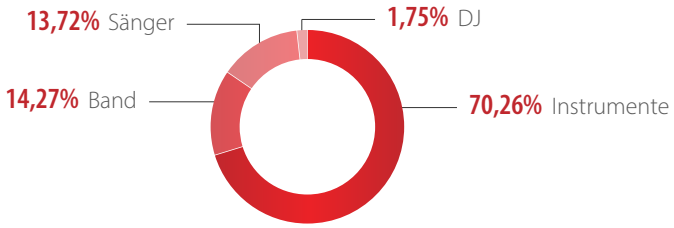
Fitness und Krafttraining ist mittlerweile tatsächlich der beliebteste Sport Schweizer Online-Dater. Aber wen wundert das, unter den jüngeren Männern ist mittlerweile gefühlt jeder dritte zum Fitness-Experten avanciert. Auf Platz 2 natürlich das Klettern und auf Platz 3 Segeln und Bootfahren (beispielsweise bei einem Törn auf dem Zürichsee…). Dahinter natürlich das Skifahren. Die Piste ist mehr als sehr beliebt unter Schweizern.
Es folgen weitere Aktivitäten, die in der Schweiz wohl besonders aufgrund der Nähe zu den Bergen und dem häufigen Vorkommen idyllischer Seen beliebt sind.

## Musik

Die **meisten Schweizer Online-Dater, die musizieren,** nutzen dafür **Instrumente**

"Musik ist die Sprache der Leidenschaft" - Zumindest kann sie das sein. Auch beim Online-Dating sind Musiker beliebt. Musik ist aber nicht gleich Musik. Wir haben uns die Bilder mit musizierenden Online-Datern genauer angesehen und herausgefunden, wie Schweizer Online-Dater musizieren: Unangefochten sind die Solo-Instrumentalisten mit rund 70% auf Platz 1. Auf Platz 2 stehen die Bandmitglieder. Sie machen gut 14% aus, knapp dahinter die Sänger mit ebenfalls rund 14% anteilig. Weit dahinter sind Disc Jockeys (kurz: DJs) mit circa 2%. Was uns zugegeben wundert, da heutzutage zunehmend mehr Leute gerne den coolen DJ an den Plattentellern mimen. Vielleicht ist das aber auch nur ein Phänomen, das sich unter C-Promis einer stark zunehmenden Beliebtheit erfreut. Männer, bitte glaubt nicht, was der Wendler singt: Nicht alle Frauen lieben den DJ - vor allem nicht, wenn er sein Handwerk nicht richtig beherrscht.

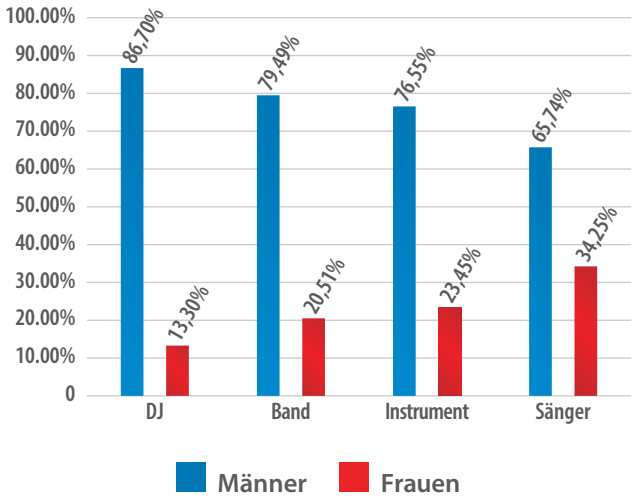
**Wie musizieren Schweizer Online-Dater?**




Sieht man sich nun im nächsten Schritt die Verteilung der Konzentration der Musiker auf die Geschlechter an, wird man feststellen, dass Männer hier wieder deutlich überrepräsentiert sind. In nahezu jeder Kategorie des Musizierens sind mindestens 70% der Musiker Männer. Am ausgewogensten ist die Verteilung unter den Sängern - aber selbst diese sind zu 65% Männer. DJs sind zu 87% männlichen Geschlechts. Gleiches gilt für Leute in einer Band (79% Männer) und Solo-Instrumentalisten (77% Männer). Aber träumen nicht alle Frauen vom verträumten Gitarristen, der ein romantisches Lied säuselt?

**Wer musiziert wie?**

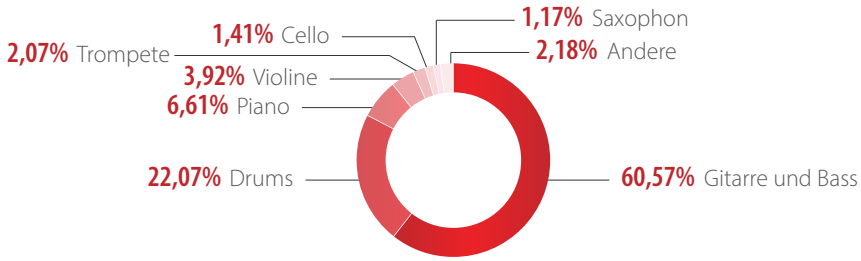
Unter **musizierenden Online-Datern** sind **Männer viel stärker vertreten**



Welche Instrumente sind dabei am beliebtesten? Tatsächlich sind Gitarren und Bässe unangefochten auf Platz 1 und machen rund 60% der Instrumente aus. Drums sind auf Platz 2 mit gut 22% und machen damit immerhin noch fast ein Viertel der gezeigten Instrumente der Schweizer Online-Dater aus. Auch das Piano ist noch einigermassen beliebt, auf den unteren Rängen sind Violinen, Trompeten, Cellos und andere Instrumente aber eher eine Seltenheit.
Ob klassische Instrumente weniger beliebt sind? Wenn wir unsere Daten so betrachten, dann ja. Aber auch klassische Musik ist unter jungen Personen heutzutage weit weniger beliebt als Rock, Pop & Co.

Andere:
- Tuba
- Posaune
- Harfe
- Flöte
- Dudelsack

**Die Instrumente der Schweizer Online-Dater**

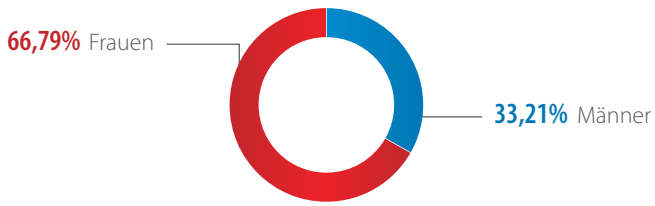



## Tanzen

Wer schwingt eher das Tanzbein? Betrachtet man alle Fotos, auf denen tanzende Menschen zu sehen sind (allerdings sind es nur einige tausend Tanzfotos), sind es tatsächlich die Frauen, die mit ca. 68% öfter tanzend zu sehen sind.

Wer schwingt eher das Tanzbein? Es gibt zwar nicht viele Tanzfotos, aber es sind die **Frauen,** die man **eher beim Tanzen sieht**

**Wer tanzt lieber?**

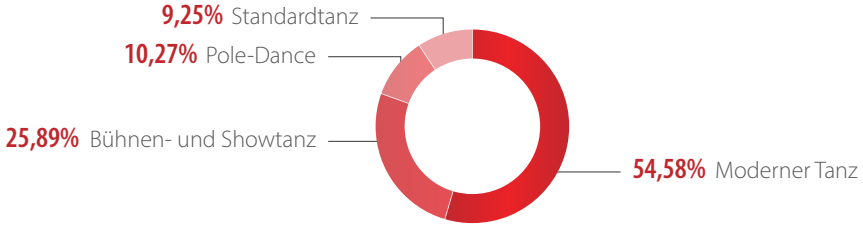



Generell ist es aber durchaus attraktiv, wenn der Mann keine zwei linken Füsse hat und Standardtänze fehlerfrei beherrscht. Schliesslich sollte man im Idealfall mit ihm auch einen Hochzeitswalzer tanzen können.

"Tanzen ist die Poesie des Fusses" und noch viel mehr. Aber wie wird getanzt? Contemporary und moderner Tanz ist bei den Schweizer Online-Datern am angesagtesten: Gut 55% sind bei modernen Tanzarten zu sehen. Auf Platz 2 ist der Bühnentanz mit circa 26% - darunter fällt Ballett und Showtanz, sowie Tanzakrobatik. Pole Dance und erotischer Tanz sind auf Platz 3 mit anteilig rund 10%. Auf Platz 4 ist der Standardtanz mit genau 9,25%.

**Moderner/Contemporary** (zu deutsch = zeitgenössischer) **Tanz ist die beliebteste Tanzart Schweizer Online-Dater,** gefolgt von Bühnen- und Showtanz

**Wie tanzen die Schweizer Online-Dater?**



# Gay & Lesbian

**Besonders homosexuell?** Die **Sportbekleidung, Unterwäsche** und **das Zeigen der Zunge**

Was im Gegenzug **"total hetero" ist? Fahrzeuge.** Gut 80% aller Fotos in und mit **Autos** sind von Heterosexuellen

**Homosexuelle** zeigen sich **lieber freizügig und mit Kindern**

In der Schweiz ist ungefähr jeder 15. Online-Dater homosexuell. Dieser Anteil ist ein wenig höher als der, den Schwule und Lesben statistisch an der Gesamtbevölkerung haben.
Wir haben bei der Analyse Wert darauf gelegt zu betrachten, in welchen Bereichen homosexuelle Männer und Frauen eventuell überrepräsentiert sind. Trotz geringerer Fallzahlen möchten wir die überraschenden Ergebnisse nicht vorenthalten.
Was fällt also bei Homosexuellen auf? Was ist "besonders" schwul oder lesbisch im Kontrast zu den Heterosexuellen? Dazu haben wir uns die Motive angesehen, bei denen schwule und lesbische Online-Dater besonders stark gegenüber Heterosexuellen vertreten sind.

## Die Top 10 der queeren Motive

1. Sportbekleidung
2. Unterwäsche
3. Zunge rausstrecken
4. Brustbehaarung
5. Im Bett liegen
6. Rote Haare
7. Pinke Farben
8. Tanz
9. Enganliegende Kleidung
10. Fotos mit Kindern

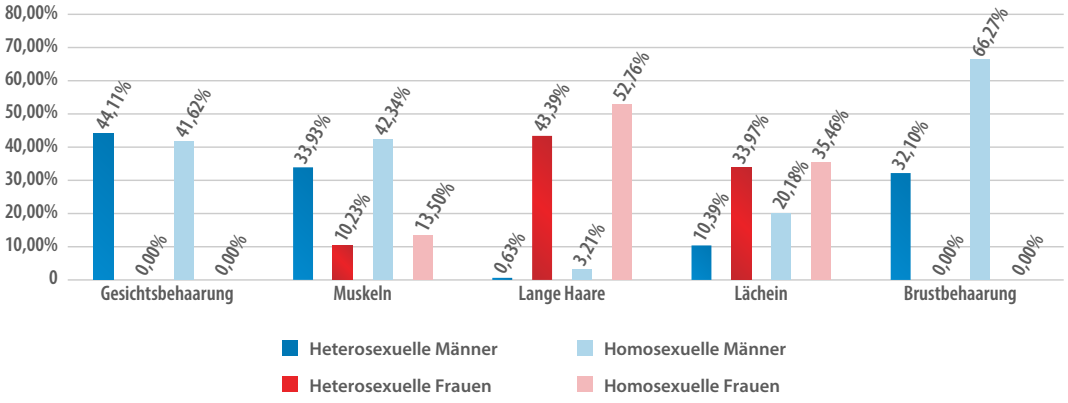
Hier fällt vor allem auf, dass die (fehlende) Bekleidung bei queeren Schweizer Online-Datern ein Thema ist: Schwule zeigen sich etwas freizügiger. Auch die lesbischen Daterinnen präsentieren gern ihre Körper, liegen verführerisch im Bett und lieben bunte Farben. Das Zeigen der Zunge, hier auf Platz 3, ist sehr kokett und auch viel häufiger bei homosexuellen Online-Datern zu finden.

## Erscheinungsbild

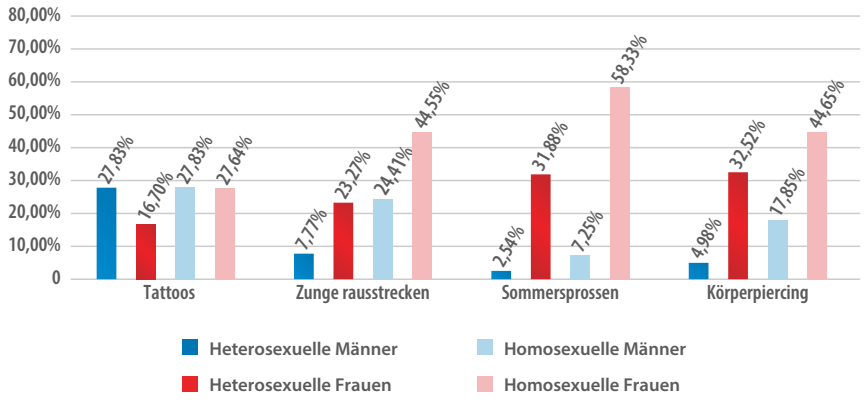
Was fällt bei dem Erscheinungsbild der queeren Online-Dater im Vergleich zu den heterosexuellen auf? Tatsächlich zeigen sich schwule Online-Dater lieber oben ohne und damit auch ihre Brustbehaarung. Auch Körperpiercings sind bei homosexuellen Online-Datern beliebter (hier vor allem bei Lesben). Gay (engl.= "fröhlich") kann man hier auch wörtlich nehmen: Anteilig lachen die Schwulen und Lesben lieber, als ihre straighten Geschlechtsgenossen. Tattoos und Muskeln zeigen beide sexuellen Orientierungen annähernd gleich gerne, wobei anteilig homosexuelle Männer eher ihre Muskeln zur Schau stellen. Lesbische Online-Daterinnen haben viel eher Sommersprossen. Bei den langen Haaren und der Gesichtsbehaarung gibt es keine wesentlichen Unterschiede hinsichtlich der sexuellen Orientierung.

**Homosexuelle lächeln** im Vergleich zu Heterosexuellen **lieber**

**Das Erscheinungsbild Schweizer Online-Dater: Was fällt auf?**




**Das Erscheinungsbild Schweizer Online-Dater: Was fällt noch auf?**



## Sport

Die meist gezeigten Sportarten schwuler und lesbischer Online-Dater unterscheiden sich nicht wesentlich von denen der Heterosexuellen

Die meistgenannten Sportarten der queeren Online-Dater unterscheiden sich im wesentlichen nicht von denen der straighten. Fitness ist beispielsweise überall auf Platz 1, gefolgt von Extremsport. Interessanterweise ist aber Bodybuilding bei schwulen Online-Datern viel weiter oben. Auch Wrestling taucht bei den homosexuellen Männern eher auf.

### Top 10 Sportarten schwuler Schweizer Online-Dater:

1. Fitness
2. Extremsport
3. Schwimmen
4. Segeln und Bootfahren
5. Bodybuilding
6. Klettern
7. Laufen
8. Bergsteigen
9. Wassersport
10. Skifahren

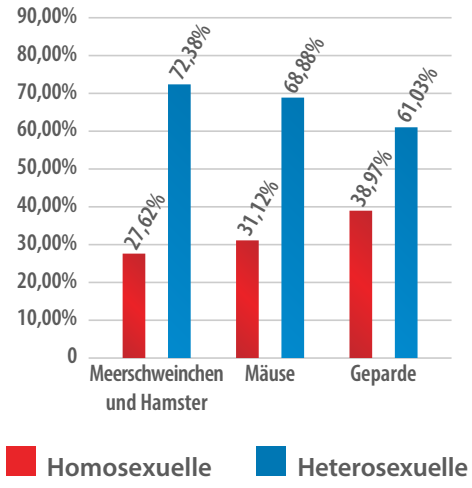
### Top 10 Sportarten lesbischer Schweizer Online-Daterinnen:

1. Fitness
2. Extremsport
3. Klettern
4. Segeln und Bootfahren
5. Skifahren
6. Bergsteigen
7. Schwimmen
8. Surfen
9. Wassersport
10. Laufen

## Tiere

Welche Tiere sind bei den homosexuellen im Vergleich zu den heterosexuellen Online-Datern beliebt? Dafür haben wir mal wieder die Konzentrationen betrachtet, sprich: Ist in Relation zur Zahl der hetero-/homosexuellen Online-Dater besonders hoch?
Auf Platz 1 sind Meerschweinchen und Hamster, dicht gefolgt von Mäusen. Trotz geringer Fallzahlen sind aber auch Geparden eher bei homosexuellen Online-Datern zu sehen.

**Die Top 3 tierischen Begleiter homosexueller Schweizer Online-Dater**




**Tiere,** die **verhältnismässig oft bei homosexuellen Partnersuchenden** zu sehen sind? **- Nagetiere:** Meerschweinchen, Hamster, Mäuse

Betrachtet man nun einfach die Top 10 Tiere, die bei Lesben und Schwulen am häufigsten zu sehen sind, zeigen sich aber keine besonders grossen Unterschiede.

Die bei **Homosexuellen am häufigsten zu sehenden Tiere** unterscheiden sich aber wieder nicht wesentlich von den tierischen Begleitern heterosexueller Online-Dater

1. Hunde
2. Katzen
3. Pferde
4. Vögel
5. Wale und Delfine
6. Kamele
7. Kühe und Bullen
8. Elefanten
9. Wildkatzen
10. Ziegen

**Queere Online-Dater** reisen besonders oft nach **Venedig**

## Die 10 beliebtesten Touristenattraktionen bei Schwulen und Lesben:

1. Canal Grande (Venedig, Italien)
2. Hong Kong (China)
3. Brandenburger Tor (Berlin)
4. Eiffelturm (Paris, Frankreich)
5. Big Ben (London, UK)
6. London Eye (London, UK)
7. Triumphbogen (Paris, Frankreich)
8. Prager Rathausuhr (Tschechien)
9. Brooklyn Bridge (New York, USA)
10. Viktor-Emanuel-Galerie (Mailand)

Die Sehenswürdigkeiten mit hoher Konzentration an homosexuellen Online-Datern ist geprägt von Kultur, Romantik, Natur und klischee-gemäss einer Prise Kitsch. Neben den Standard-Sehenswürdigkeiten in Europa und im fernen Ausland lichten sich die queeren Online-Dater sehr gerne im romantisch-verträumten Venedig oder stylischen und malerischen Mailand ab.

# Akademiker auf Partnersuche

**Akademiker** zeigen sich **seltener in Unterwäsche oder oben ohne**

Was ist besonders akademisch? Stellen sich Akademiker anders dar?

Zu dem Erscheinungsbild der Akademiker können wir vorab sagen:

- Akademiker werden sich seltener in Unterwäsche zeigen
- Männliche Akademiker zeigen sich auch seltener oben ohne
- Piercings und Tattoos zieren seltener die Körper von Akademikern

Wenn wir die Akademiker mit den Nicht-Akademikern auf dem Schweizer Online-Dating-Markt vergleichen, fällt folgendes als besonders akademisch - also, kommt besonders häufig bei Akademikern im Gegensatz zu Nicht-Akademikern vor - auf:

## Die Top 10 Akademiker-Motive

**Akademiker** zeigen eher **exotische Tiere: Koalas und Lamas**

Den Kopf frei kriegen? **Akademiker spielen gerne Violine, machen Yoga und gehen shoppen**

| | | | |
|---|---|---|---|
| 1 | Formelle Kleidung | 6 | Pudel |
| 2 | Hochzeitsfotos | 7 | Standardtanz |
| 3 | Traditionelle Kleidung | 8 | Arzt |
| 4 | Lange Kleider | 9 | Rafting |
| 5 | Koalas | 10 | Lamas |

Akademiker stehen Anzüge und Abendkleider und ausgefallene Tierarten: Koalas und Lamas sind bei Akademikern (wohl auch aufgrund ferner Reiseziele) im relativen Vergleich das hervorstechendste tierische Motiv. Auch traditionelle Kleidung anderer ferner Reiseziele sind beliebt: So sieht man besonders Akademiker mit Saris, Kilts, Turbanen und Co. Vielleicht mögen die Akademiker diese Hunde aber auch lieber, weil sie mit ihnen weniger staubsaugen müssen?
Auch der Standardtanz ist bei unserer Schweizer Online-Dating-Bildungselite beliebter als bei Nicht-Akademikern. Akademiker ziehen sich gerne schick an mit Anzügen und Abendkleidern, gehen gerne auf Hochzeiten und zeigen sich aber auch in Kitteln - alle Ärzte sind (glücklicherweise) echte Akademiker.

**Akademiker** lieben **Extremsport** wie **Rafting** und **Bungee Jumping**

## Die Top 10 "besonders akademischen Sportarten":

1. Rafting
2. Tennis
3. Volleyball
4. Bungee Jumping
5. Rugby
6. Leichtathletik
7. Yoga
8. Basketball
9. Eiskunstlauf
10. Tanz

## Die Top 10 meistgenannten Sportarten der Akademiker:

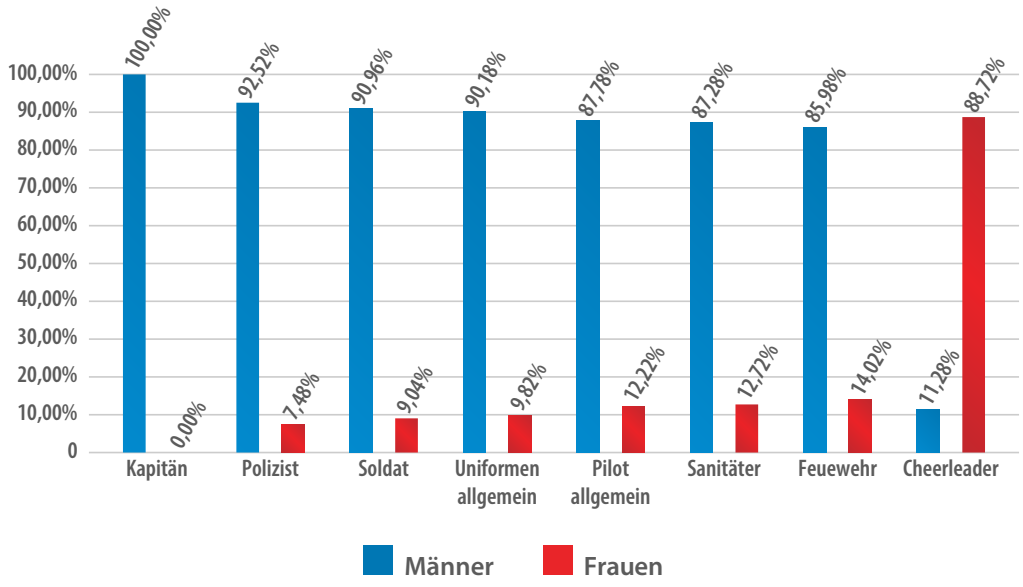
1. Fitness
2. Extremsport
3. Klettern
4. Segeln/Bootfahren
5. Skifahren
6. Wassersport
7. Bergsteigen
8. Schwimmen
9. Surfen
10. Laufen

# Anzüge und Uniformen

Der **Männeranteil** auf **Fotos mit Uniformen** ist überwiegend bei **mehr als 85%**

Warum lieben wir Anzüge und Uniformen? Vermutlich weil sie Kompetenz und finanzielle Stabilität vermitteln. Dieser Effekt kommt bei Frauen durchaus stärker zum Tragen als bei Männern, dennoch haben wir uns angesehen, wer in welchen Anzügen und Uniformen posiert.

**Geschlechterverhältnis der Schweizer Online-Dater in Uniformen**




Besonders häufig sehen wir Männer in Anzügen und Uniformen. Betrachten wir die Konzentrationen der Online-Dater mit Berufskleidung, sind bis auf Cheerleader stets mehr als 85% bei Männern zu verorten. Ob Polizisten, Sanitäter, Feuerwehrmänner, Piloten, Seemänner und Kapitäne oder beim Militär. Die allgemeine Verteilung der Uniformen: Rund 90% Männer und nur 10% Frauen.

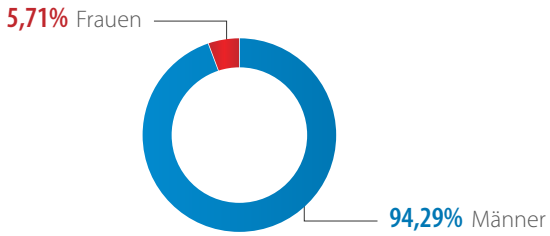
# Anzüge und Business-Kleidung

In **Anzügen** und **Business-Outfits** stecken sogar zu mehr als **95% Wahrscheinlichkeit Männer**

Nun zu den Anzugträgern und Frauen in Businesskleidung. Hier sieht die Verteilung aber nicht anders aus. Betrachten wir wieder die Konzentration (= Häufigkeit in Relation des Anteils der Männer/Frauen auf dem Schweizer Online-Dating-Markt), dann sind es hier gar 94% Männer zu nur rund 6% Frauen, die sich in Business-Klamotten ablichten lassen. Warum? Das wissen wir nicht genau, finden aber, dass Frauen keine Angst davor haben sollten, sich auch in Blazer oder Kostüm zu zeigen. Allerdings haben Frauen bei der Kleiderwahl im Geschäftsleben weitaus mehr Auswahl als Männer. Ein schickes Tageskleid oder eine gute Bluse sind oftmals durchaus genug, um als Frau passend in der Geschäftswelt aufzutreten. Bilder mit ebensolcher Kleidung wurden aber von uns nicht als "Business-Kleidung" mitgezählt.

Nur, und das gilt für beide Geschlechter, bitte keine Bewerbungsfotos vom ortsansässigen Kumpel nutzen, der ein "super Fotograf" ist und im Keller vor einem weissen Spannbetttuch blitzt. Das geht (neben steifen, verkrampften Bildern) wirklich gar nicht.

**Schweizer Online-Dater in Anzügen und Business-Kleidung**



# Geheime Botschaften

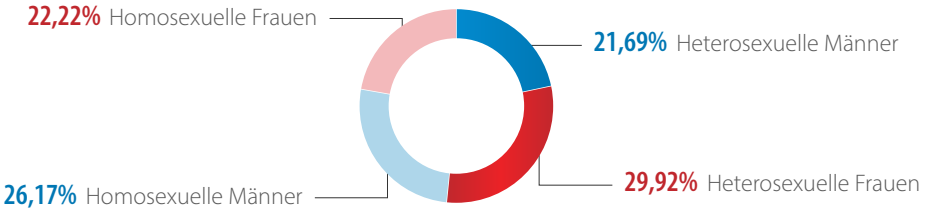
Welche Dimensionen lassen sich noch aus einem Profilbild ableiten? Natürlich die geheimen Botschaften, die man dem Gegenüber transportieren will: "Ich will Sex", "Ich will heiraten", "Ich will Kinder" und "Komm zu mir ins Bett". Wer welche dieser geheimen Botschaften aussendet, haben wir uns genauer angesehen.
Dazu haben wir insbesondere betrachtet, wie sich die geheimen Botschaften auf Geschlecht, Alter und sexuelle Orientierung verteilen. Um das zu tun, wurde analysiert, wie oft das Phänomen in der jeweiligen Gruppe, in Relation zur Grösse der Gruppe, vorkommt.

## "Ich will heiraten"

Man sollte beim Online-Dating zwar nicht gleich mit der Tür ins Haus fallen, aber doch kann man zeigen auf was für eine Beziehung man bereit ist sich einzulassen. Und was sagt mehr über die Bereitschaft zu einer langfristigen und ernsthaften Beziehung aus, als Bilder von Hochzeiten? Und am ehesten zeigen dies, gemessen in Relation zu ihrem Anteil an der Gesamtheit, die heterosexuellen Schweizer Online-Daterinnen, gefolgt von ihren homosexuellen Geschlechtsgenossinnen. Hetero-Männer sind noch knapp vor den homosexuellen Männern, wobei insgesamt die Verteilung auf Geschlecht und sexuelle Orientierung recht ausgewogen ist.

Am **ehesten zeigen heterosexuelle Frauen ihren Wunsch nach Heirat**

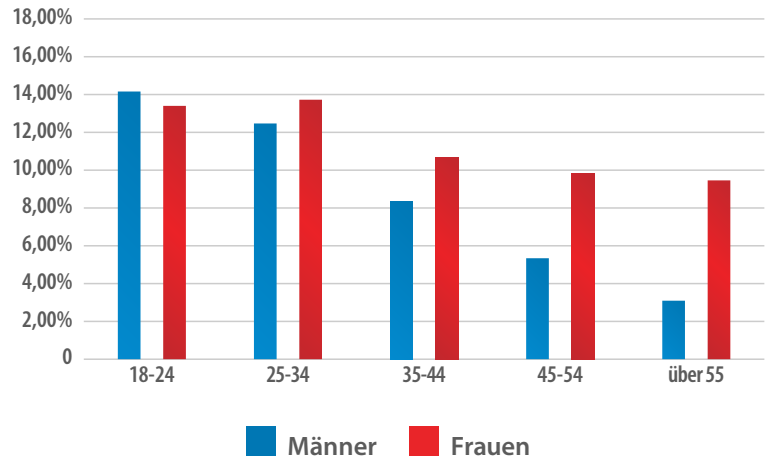
**Verteilung der heiratswilligen Schweizer Online-Dater**



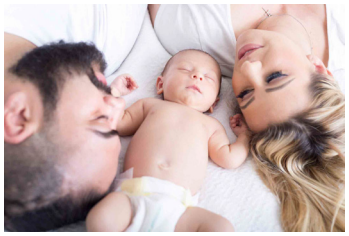

Wie sieht es mit der Altersverteilung der heiratswilligen Schweizer Online-Dater aus? Der Trend zeigt, dass mit zunehmendem Alter die "Heiratswilligkeit" eher abnimmt, wobei sich der Trend bei Frauen ab 25 stets über dem der Männer befindet. Interessanterweise gibt es bei Frauen zwischen 25 und 34 einen Peak: Die grösste Geschlechterdifferenz der Hochzeitsfotos gibt es bei den Online-Datern über 55 (aber wohl eher, weil die nachfolgende Generation gerade heiratet), während hier bei den gleichaltrigen Männern das absolut niedrigste Niveau erreicht ist.

Besonders **bei Frauen zwischen 25 und 34** sind **Hochzeitsfotos relativ beliebt** - bei Männern mit zunehmendem Alter eher unbeliebter

**Altersverteilung der heiratswilligen Schweizer Online-Dater**



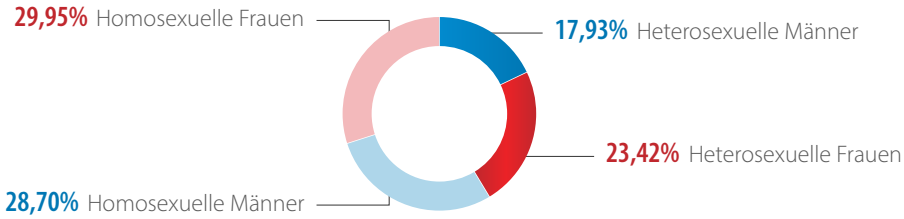
## "Ich will Kinder und Familie"



Nach der Hochzeit können natürlich auch Kinder folgen. Oder vielleicht hat der Online-Dater bereits Kinder und möchte einen Partner, der sich auch gut mit Kindern versteht? Interessanterweise lassen sich homosexuelle Männer und Frauen, gemessen an ihrem Anteil an der Gesamtheit, relativ häufiger mit Kindern ablichten. Vor allem die lesbischen Online-Daterinnen, auf Platz 2 die homosexuellen Männer. Auffallend ist hier, dass der Kinderwunsch bei homosexuellen Online-Datern wohl stärker ausgeprägt ist, zumindest relativ häufiger gezeigt wird. Heterosexuelle Frauen sind mit dem Kinderwunsch auch noch vor den heterosexuellen Männern.

**Besonders homosexuelle** Schweizer Online-Dater **zeigen sich verhältnismässig oft mit Kindern**

**Verteilung der Schweizer Online-Dater mit Kindern und Kinderwunsch**

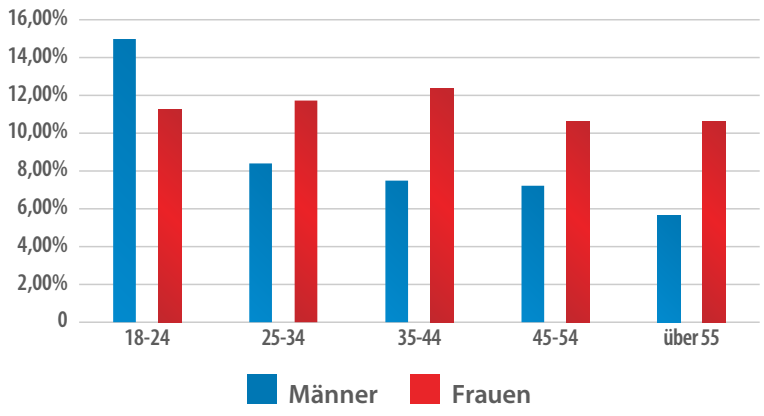



Wie entwickelt sich der Kinderwunsch aber bei beiden Geschlechtern im Laufe des Alters? Besonders junge Frauen zeigen sich eher ungerne mit Kindern - im Kontrast dazu haben Männer zwischen 18 und 24 hier den Peak. Ab dieser Altersgruppe kehrt sich der Effekt aber um und Frauen lichten sich eher mit Kindern ab als Männer, bei denen die Kurve stetig abnimmt. Bei Frauen zwischen 35 und 44 ist die Höchstkonzentration. Allerdings ist der Kinderwunsch bei Frauen und Männern über 35 wohl eher ein Wunsch nach Partnern, die sich mit Kindern verstehen.

**Frauen zwischen 18 und 24** lassen sich **selten mit Kindern** ablichten - der Kinderwunsch, oder zumindest **das "Sich mit Kindern ablichten lassen" ist hier zwischen 35 und 44 am stärksten**

Bei Männern nimmt die Kurve kontinuierlich ab - der Peak liegt hier bei der jüngsten Altersgruppe

**Altersverteilung der Schweizer Online-Dater Kindern und Kinderwunsch**




Wieso Männer gerade in der jüngsten Altersgruppe am häufigsten mit Kindern zu sehen sind, können wir leider nicht beantworten. Wieso dieser Effekt bei Frauen zwischen 18 und 24 jedoch genau umgekehrt ist, liegt für uns auf der Hand.

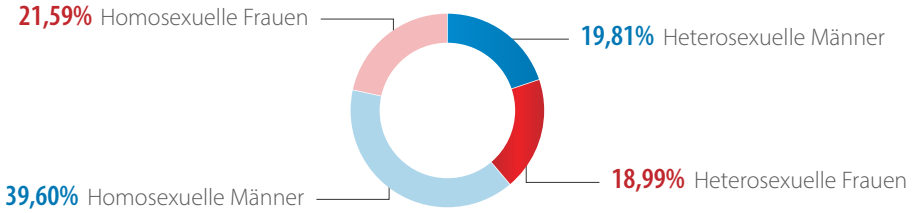
## "Ich will Sex"

Vor dem Kinderkriegen steht aber noch der Akt der Liebe: Wer versucht am ehesten mit nackter Haut zu überzeugen und das Gegenüber zu verführen?
Am wenigsten geizen die homosexuellen Männer mit ihren Reizen, sie zeigen sich leicht bekleidet und gerne oben ohne. In Relation zu ihrem Anteil stehen auf Platz zwei der leicht bekleideten Verführer die homosexuellen Frauen. Es folgen die heterosexuellen Frauen und auf dem letzten Platz heterosexuellen Männer, wobei das Verhältnis bei den Heterosexuellen relativ ausgeglichen ist.

**Homosexuelle Männer geizen am wenigsten mit ihren Reizen,** um ihr Gegenüber zu verführen

Relativ wird man **bei heterosexuellen Frauen am wenigsten nackte Haut** sehen

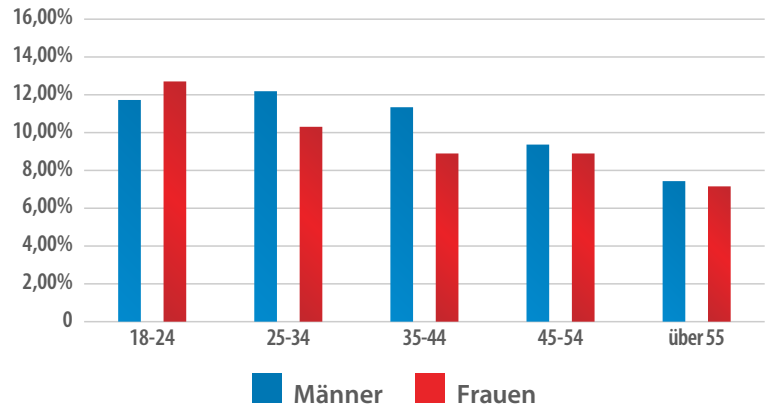
**Verteilung der aufreizend gekleideten Schweizer Online-Dater**




Wie verhält sich dieser "stille Schrei nach (körperlicher) Liebe" über das Alter hinweg? Die Höchstkonzentration nackter Haut ist in der Altersgruppe zwischen 18 und 24, wobei Männer hier noch hinter den Frauen liegen. Dieser ändert sich aber bereits ab der nächsten Altersgruppe und es sind durchwegs mehr Männer, die sich leicht bekleidet darstellen. Männer sind deutlich häufiger mit nackter Haut (oben ohne) zu sehen als Frauen, wobei die Tendenz bei beiden Geschlechtern deutlich abnimmt.

Besonders **junge Online-Dater** zeigen sich **gerne leicht bekleidet**

**Altersverteilung der aufreizend gekleideten Schweizer Online-Dater**

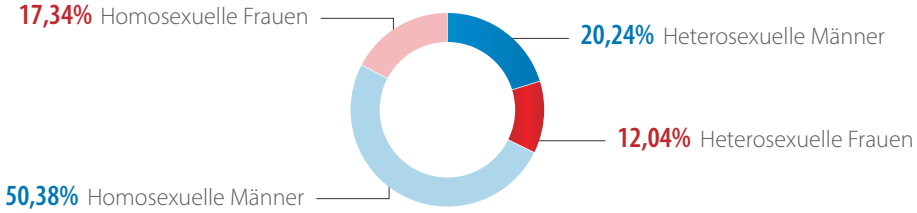


## ... und ich mag es gerne versaut!

Aber bei kurzen Hosen und freien Oberkörpern ist bei Männern, vor allem bei homosexuellen, noch lange nicht Halt. Von allen Fotos FSK18 gehen hier anteilig rund 50% an schwule Online-Dater. Heterosexuelle Männer sind mit homosexuellen Frauen nahezu gleichauf. Nur heterosexuelle Frauen mögen es nicht ganz so unanständig.

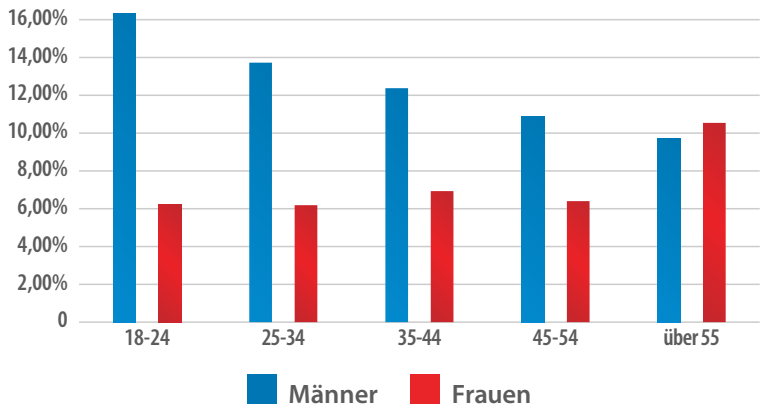
Die Wahrscheinlichkeit, **FSK18-Fotos** zu sehen ist **auf den Profilen von schwulen Online-Datern am grössten**

**"Naughty, naughty" - Verteilung der Schweizer Online-Dater mit Fotos FSK18**




Und wie sieht es mit dem Alter aus? Vor allem jüngere, männliche Online-Dater laden eher schmutzige Fotos hoch - die Tendenz sinkt mit zunehmendem Alter. Bei Frauen ist die Verteilung ähnlich, aber der Peak ist bei ihnen erst über 55 - was abermals zeigt: Auch die etwas älteren Damen sind definitiv nicht zu unterschätzen.

**Altersverteilung der Schweizer Online-Dater mit Fotos FSK18**



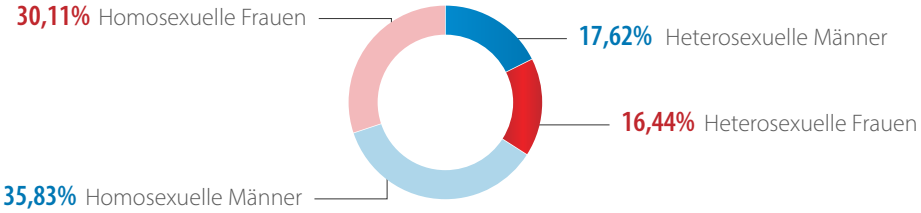

Vor allem **jüngere männliche Online-Dater** scheinen sich für Fifty Shades und Co. begeistern zu können - bei den Frauen sind es eher die Damen über 55

## "Komm zu mir ins Bett"

Vor allem **lesbische und schwule Online-Dater zeigen sich gerne einladend im Bett**

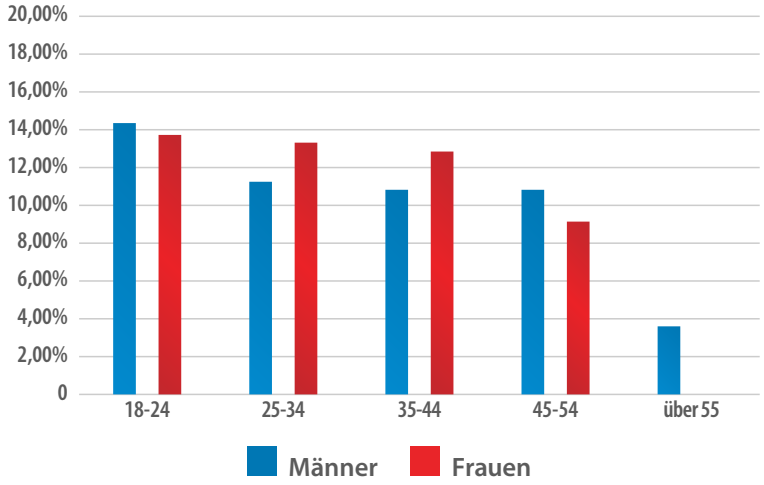
Eine visuelle Einladung ins Bett wird am ehesten von schwulen Online-Datern ausgesprochen. Verträumt liegen sie da, auf der Suche nach jemandem, der das King-Size-Bed mit einnimmt. Auch homosexuelle Online-Daterinnen sind häufiger in ihrem Bett zu sehen. Bei den heterosexuellen Online-Datern hält sich das Geschlechterverhältnis annähernd die Waage.

**Verteilung der Schweizer Online-Dater, die zu sich ins Bett einladen**




Bei den Schweizer Online-Datern ist es mit zunehmendem Alter eher weniger wahrscheinlich, dass sie eine visuelle Einladung in ihr Bett "aussprechen". Je älter man(n) wird, desto jünger will man(n) sich darstellen und die horizontale Position sieht nicht besonders nach Jugend und Vitalität aus.
Bei Frauen ist der Trend ähnlich, die höchste Konzentration finden wir bei Frauen der jüngsten Altersgruppe, Frauen über 55 hingegen sieht man gar nicht mehr verführerisch in der Horizontalen, sondern eher aufrecht, die Beine zur Schau gestellt.

**Altersverteilung der Schweizer Online-Dater, die lasziv im Bett liegen**




**Je älter** die Online-Dater, **desto unwahrscheinlicher ist es, sie im Bett liegend zu sehen**

# Show me the money:

# Was kostet dein Herz?

## Wer versucht mit welchem Luxus das andere Geschlecht zu beeindrucken?

"Wer meint, man könne sich Glück nicht kaufen, der ist wohl noch nie Ferrari gefahren." So oder so ähnlich denken es sich wohl einige Online-Dater und zeigen gerne was sie haben, um das Gegenstück von sich zu überzeugen.
Wer versucht eher mit luxuriösen Gegenständen, Ferraris und Yachten zu punkten?

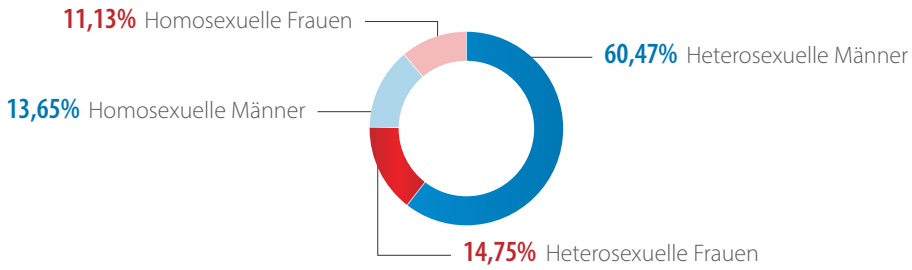
## Luxusautos

Lamborghinis, Maybachs, antike Porsche und Jaguare können sich zwar nur die wenigsten leisten, aber wer am ehesten mit Luxuskarossen zu sehen ist, hat sich bei unserer Analyse klar gezeigt.

Es zeigt sich deutlich, dass bei Luxusautos (~60%) die männlichen, heterosexuellen Online-Dater die Nase stets am weitesten vorn haben, weit dahinter die heterosexuellen Frauen noch vor homosexuellen Männern und Frauen.

**Luxusschlitten** sind **vor allem Sache der heterosexuellen männlichen Online-Dater**

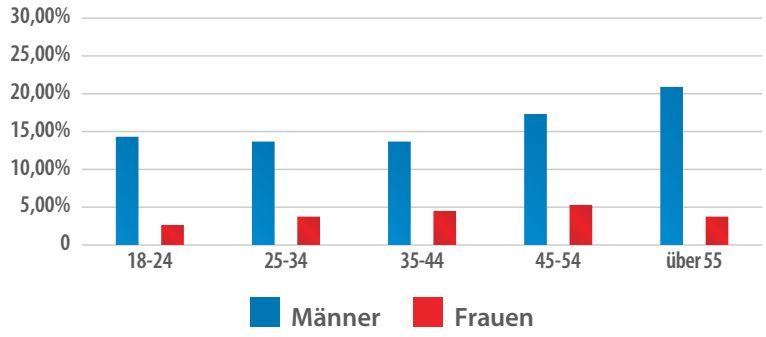
**Verteilung der Schweizer Online-Dater mit Luxusautos**




Wie verhält es sich mit dem Alter der Online-Dater, die mit Luxusautos das Gegenüber auf sich aufmerksam machen wollen? Generell pendelt sich das Niveau der Männer weit über dem der Frauen ein und klar ist: Wer jung ist und noch kein festes Gehalt hat, kann sich auch keinen Luxusschlitten leisten. Allerdings scheinen junge Männer zwischen 18 und 24 doch ein wenig lieber vor Luxusautos zu posieren, als die älteren Männer bis 35. Das höchste Niveau der männlichen Online-Dater mit Luxusautos ist aber in der Altersgruppe über 55.

Die relativ **höchste Konzentration der Online-Dater mit Luxusautos** ist in der ältesten Gruppe **über 55**

**Altersverteilung der Schweizer Online-Dater mit Luxusautos**

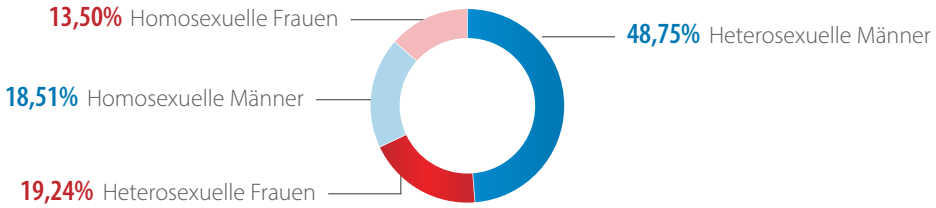


## Dating rich

Abgesehen vom Auto gibt es aber noch mehr, mit dem sich reiche Online-Dater schmücken und bei dem sie sich präsentieren können, um ihren Lebensstandard zum Ausdruck zu bringen. Dazu gehört Golfen, Segeln und Yacht fahren. Hier zeichnet sich ganz deutlich ab: Heterosexuelle Männer wollen am ehesten mit einem luxuriösen Lebensstil überzeugen. Beinahe 50% nehmen sie anteilig ein. Dahinter die heterosexuellen Frauen knapp vor homosexuellen Männern, und eher unwahrscheinlich in dieser Gegenüberstellung ist die Prahlerei bei homosexuellen Frauen.

**Hetero-Männer wollen** am ehesten **mit einem luxuriösen Lebensstil überzeugen**

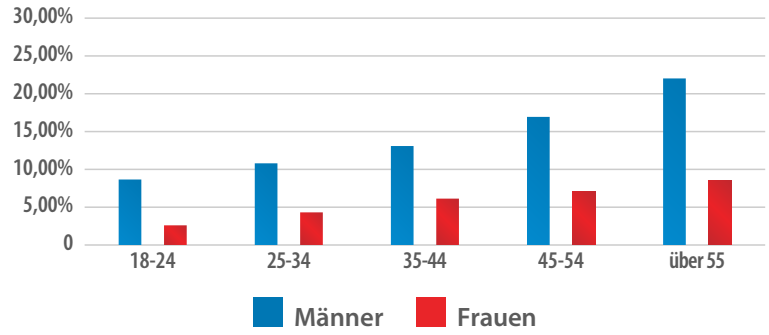
**Wer zeigt am meisten Luxus?**




Besonders Männer wollen mit den luxuriösen Dingen überzeugen - je älter sie sind, desto mehr. Bei Frauen, die dem Luxus-Lifestyle frönen, ist die Tendenz ähnlich, wobei das Niveau der Damen sich stets mindestens unter der Hälfte des Niveaus der Männer einpendelt.

**Je älter** die Schweizer Online-Dater, **desto eher werden sie Reichtum besitzen und zeigen**

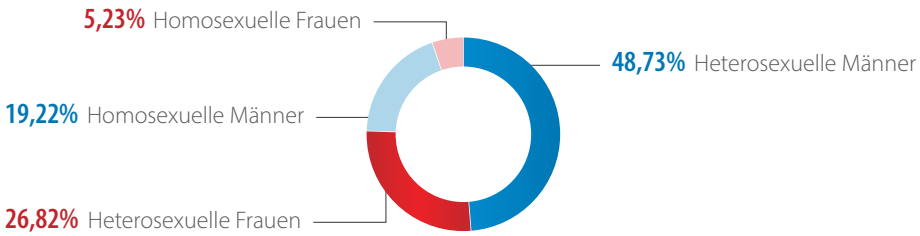
**Altersverteilung der wohlhabenden Schweizer Online-Dater**



"Komm mit auf meine Yacht" können vor allem heterosexuelle Online-Dater sagen, zumindest sind es vor allem sie, die sich mit ihren luxuriösen Wasserfahrzeugen darstellen.
Gut die Hälfte der Fotos auf Motorbooten und Yachten gehen an unsere männlichen Machos, die auf der Suche nach ihrer Traumfrau sind.

Auf der **Yacht** sind vorwiegend **heterosexuelle Männer** zu sehen

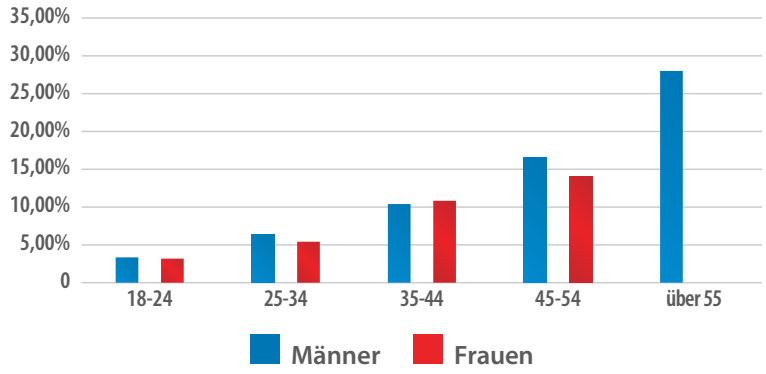
## Verteilung der Schweizer Online-Dater mit Yacht




Die Chance **jemanden mit einer Yacht kennenzulernen** ist jedoch wirklich **sehr gering**

Bei der Altersverteilung der Schweizer Yacht-Besitzer ist eindeutig festzustellen, dass die Wahrscheinlichkeit mit dem Alter stetig zunimmt, bei Frauen die Konzentration der Yacht-Besitzer aber deutlich geringer ist, als bei Männern. Vor allem ab 45 ist die Wahrscheinlichkeit des Yacht-Besitzes bei Männern viel höher als bei den Online-Daterinnen.
Und in der Altersgruppe über 55 nimmt die Wahrscheinlichkeit der Yachtfotos bei Männern immens zu, bei Frauen gibt es hingegen keine Fotos mit diesem luxuriösen Wasserfahrzeug.

## Altersverteilung der Schweizer Online-Dater mit Yacht




Mit **steigendem Alter wächst die Wahrscheinlichkeit, einen Online-Dater mit Yacht kennenzulernen**

# Internationaler Vergleich - Wie steht die Schweiz im Vergleich zu anderen Ländern?

## Fakten zum internationalen Online-Dating-Markt

Wie setzt sich der Online-Dating-Markt international zusammen? Welche Tendenzen sind hier auffallend und wie unterscheidet sich die Selbstdarstellung der Schweizer Online-Dater von denen international? Welche Berufe sind in welchem Land am populärsten unter den Online-Datern? Welche Online-Dater lachen am meisten und wer setzt am ehesten auf nackte Haut? Welches Land hat die sportlichsten Online-Dater und wer kann nicht von Fast-Food ablassen?

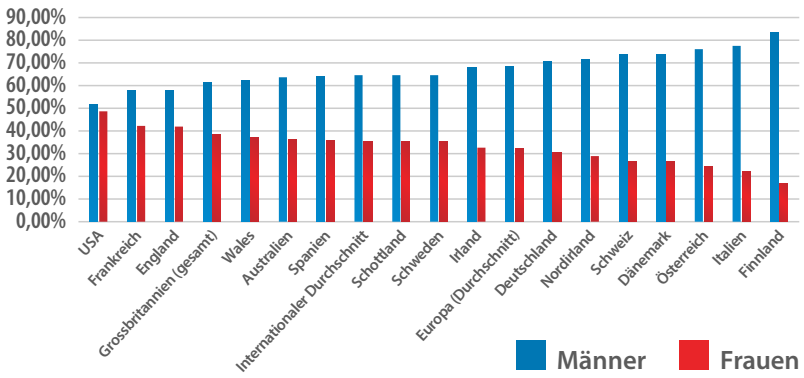
## Geschlechterverhältnis

In den **USA** ist die **Verteilung der Online-Dater auf die Geschlechter am ehesten ausgewogen**

Wie sieht die Geschlechterverteilung konkret nach Land aus? Wo ist das Verhältnis eher ausgewogen - wo herrscht ein starker Überschuss oder Mangel?
Am ausgewogensten ist die Verteilung auf die Geschlechter in den USA - hier hält sich die Menge der Männer (51,32%) und die der Frauen (48,68%) annähernd die Waage. Danach kommen Frankreich und England, wobei die Verteilung von Männern und Frauen hier schon weiter auseinander geht. Am grössten ist dieser Abstand zwischen den Geschlechtern in Österreich, Italien und Finnland. Hier sind Männer deutlich überrepräsentiert. In Finnland sind nur ca. 16,85 % des Online-Dating-Marktes Frauen.

Besonders in **Finnland** sind **männliche Online-Dater** deutlich **überrepräsentiert** und Frauen rar (16,85%)

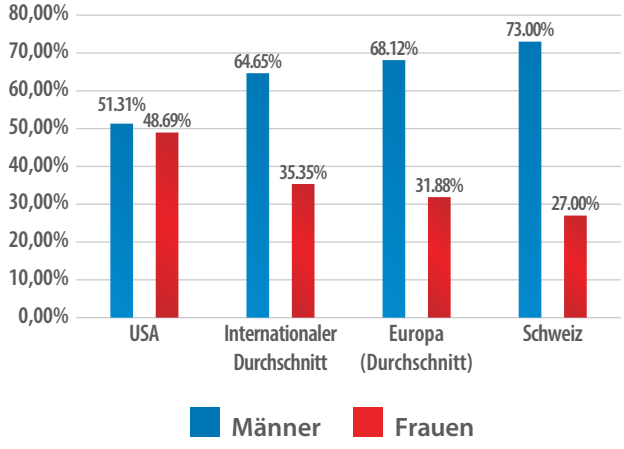
**Geschlechterverhältnis der Online-Dater nach Land**




Und nochmal etwas deutlicher im Vergleich: In den USA ist das Geschlechterverhältnis sehr ausgewogen. Im internationalen Durchschnitt sind Männer schon deutlich überrepräsentiert. Noch unausgewogener ist das Verhältnis in Europa. In der Schweiz gibt es dann noch weniger Frauen als auf allen anderen Vergleichsebenen.

**International sind im Schnitt 35% Online-Daterinnen** und **65% Online-Dater**

**Geschlechterverhältnis der Online-Dater USA, International, Europa, Schweiz**

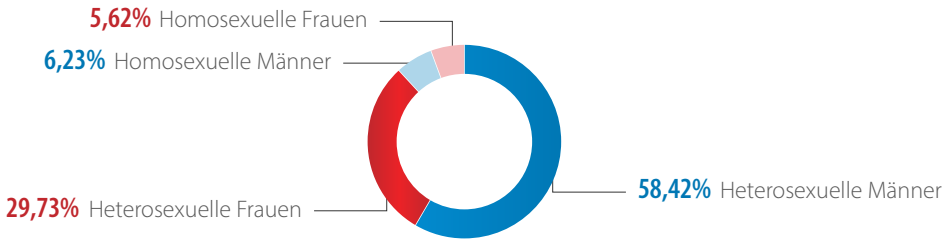


## Sexuelle Orientierung

Im Schnitt kommen **international auf eine heterosexuelle Frau zwei männliche Online-Dater**

Wie sieht die Zusammensetzung der Geschlechter und sexuellen Orientierungen international aus? Tatsächlich sind auch im internationalen Gesamtbild die Hetero-Männer bei den Online-Datern am stärksten vertreten: Mehr als 58% des internationalen Online-Dating-Marktes sind Männer auf der Suche nach Frauen. Auf Platz 2 mit ca. 30% die Hetero-Damen. Auf eine Hetero-Dame kommen dadurch im Schnitt zwei Hetero-Männer beim Online-Dating.
Homosexuelle Männer sind international mit etwas über 6% vertreten, homosexuelle Frauen mit über 5%. Insgesamt ist also auch international etwas mehr als jeder zehnte Online-Dater homosexuell (11,85% des Marktes).

### Verteilung der Online-Dater international

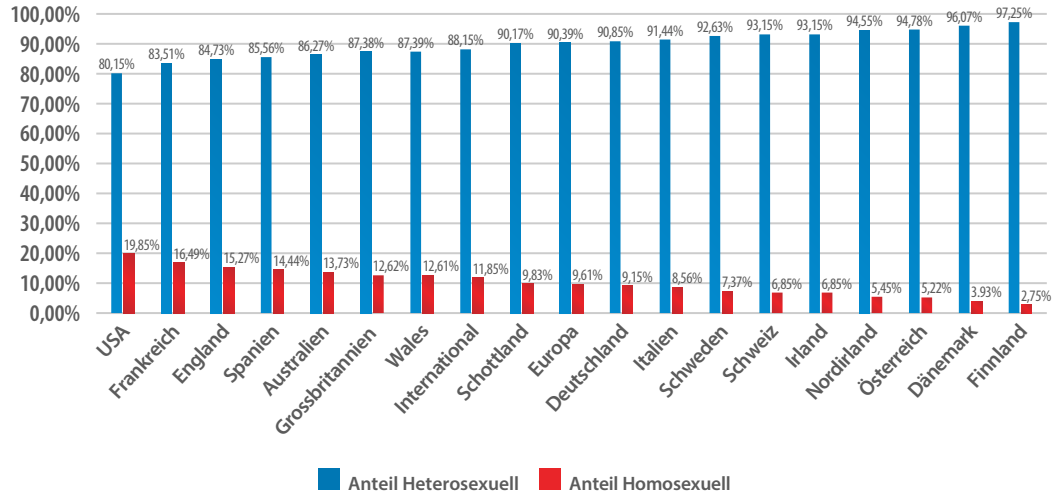



**Mehr als jeder zehnte Online-Dater international** ist **homosexuell**

In den **USA** ist **fast jeder fünfte Online-Dater homosexuell**

Wie sieht die Verteilung der sexuellen Orientierung jedoch konkret nach Land aus? Wir haben uns für euch die Zahlen der homosexuellen und heterosexuellen Online-Dater angesehen:
Anteilig sind in den USA die meisten Online-Dater homosexuell - mit 19,85% fast jeder Fünfte. Dahinter folgen Frankreich (16,49%), England (15,27%) und Spanien mit 14,44% homosexuellen Online-Datern. Die Schweiz ist mit 6,85% homosexueller Online-Dater eher am unteren Ende dieser Verteilung. Die wenigsten lesbischen und schwulen Online-Dater gibt es in Österreich (5,22%), Dänemark (3,93%) und Finnland (2,75%).

### Verteilung der sexuellen Orientierung beim Online-Dating international



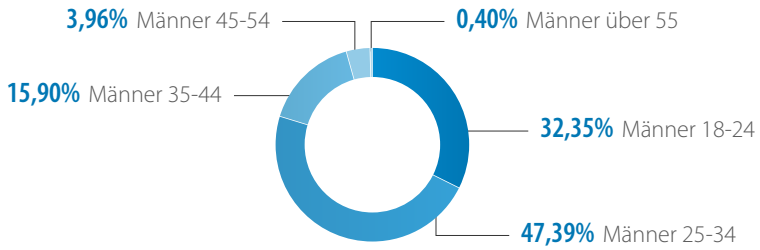

In **Finnland** sind **weniger als 3% des Dating-Markts homosexuell**

## Altersstruktur

**Nicht mal ein halbes Prozent des männlichen Online-Dating-Markts** wird von **Männern über 55** besetzt

Wie sieht es international mit der Altersverteilung der Online-Dater aus?
Die meisten männlichen Online-Dater international sind in der Altersgruppe zwischen 25 und 34 - rund 47%. Die zweitstärkste Altersgruppe ist die jüngste von 18 bis 24. Darunter fallen circa 32% der Online-Dater. Es folgt die Altersgruppe von 35 bis 44 mit gut 16%. Sehr wenige sind in der Kategorie zwischen 45 und 54 Jahren: Nur knapp 4%. Über 55 ist aber fast niemand - nicht mal ein halbes Prozent fällt in diesen Altersbereich bei den männlichen Online-Datern.

**Altersverteilung der männlichen Online-Dater im internationalen Durchschnitt**

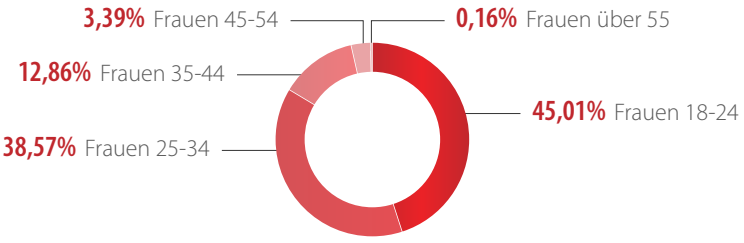



Die **meisten männlichen Online-Dater** fallen in die Altersklasse **zwischen 25 und 34**

Bei den Frauen sieht es im internationalen Gesamtbild etwas anders aus: Hier ist die stärkste Gruppe die jüngste zwischen 18 und 24. 45% der weiblichen Online-Daterinnen weltweit fallen in diesen Bereich. Die Altersklasse zwischen 25 und 34 ist hier mit knapp 39% erst auf Platz 2. Frauen zwischen 35 und 44 sind mit circa 13% vertreten. Auch hier sind weibliche Daterinnen zwischen 45 und 54 recht selten mit 3%. Frauen über 55 wird man beim Online-Dating kaum antreffen - sie machen nur 0,16% des weiblichen Online-Dating-Markts aus.

Die **meisten weiblichen Online-Daterinnen international** sind **zwischen 18 und 24**

**Altersstruktur der weiblichen Online-Dater im internationalen Durchschnitt**




**Nur 0,16% des weiblichen internationalen Online-Dating-Markts** sind **über 55** Jahre alt

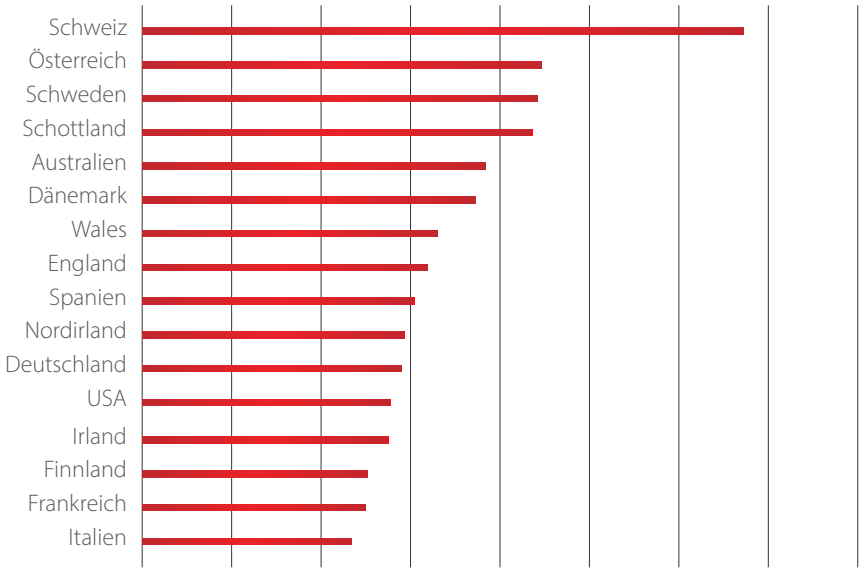
# Internationale Rankings

## Online-Dater auf Reisen

Die **meisten reisenden** Online-Dater sind **Schweizer**

Welche Online-Dater sind auch gerne im Ausland unterwegs? Auf Platz 1: die Schweizer. Sie daten besonders gerne auch im Ausland online. Weit dahinter auf Platz 2 die Österreicher, noch knapp vor den Schweden.
Eher heimisch und ortsansässig daten die Finnen, Franzosen und Italiener online.

**Wer macht Online-Dating im Ausland?**




Warum gerade Schweizer und Österreicher gerne im Ausland suchen, können wir nicht genau sagen. Eventuell einfach deshalb, weil beide Länder von vielen anderen Ländern umringt sind, die man beruflich oder in der Freizeit schnell besuchen kann. Nebenher flirten macht da besonders Spass.

## Welche Online-Dater sind die glücklichsten?

Die **meisten glücklichen Online-Dater** hat Dänemark. Hier wird besonders gerne gelächelt. Auf Platz 2: USA, Platz 3: Frankreich

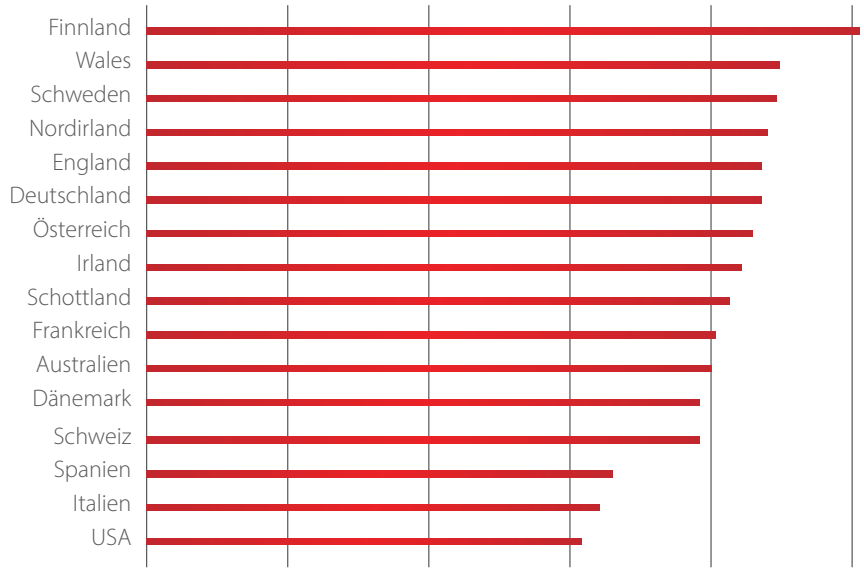
**Am seltensten lächeln die Nordiren,** Finnen und Italiener

Auf Platz 1: Dänemark. Die dänischen Online-Dater strahlen ihr Gegenüber besonders gerne an. Aber wen wundert es: Dänemark war lange Zeit bekanntlich das glücklichste Land der Welt - bis es 2019 von Norwegen abgelöst wurde (in dieser Studie sind Norweger leider nicht erfasst).
Aber auch in den USA und Frankreich sind lächelnde Online-Dater weit verbreitet. Die Schweiz ist hier im Mittelfeld vor Australiern und Österreichern. Italiener und Finnen hingegen scheinen nicht gerne zu lachen.

## Wer ist am wütendsten und gibt sich eher grimmig?

Und welche Online-Dater zeigen sich im Gegenzug am ehesten von ihrer grimmigen Seite? Wider Erwarten sind hier Finnen, Waliser und Schweden auf den ersten Rängen. Seltener sieht man wütende Online-Dater bei Schweizern, den Spaniern, Italienern und Amerikanern.

Die **Finnen blicken am ehesten grimmig** in die Kamera

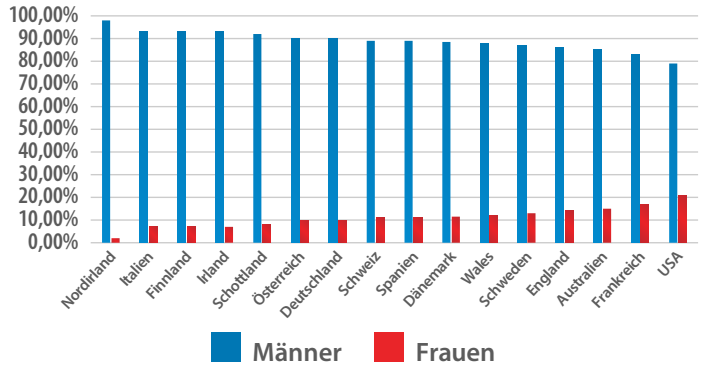


## Männer oder Frauen? Wer zeigt seine Wut eher?

**Wütende Fotos** gibt es **am ehesten von Männern**

Wer hätte es gedacht: Es sind international stets wesentlich mehr Männer, die ihre Wut zeigen oder eben sehr unfreundlich gucken. Allerdings ist der Abstand zwischen den Geschlechtern nirgends so gross wie in Nordirland. In den USA sind es immerhin noch knapp über 20% der Frauen, die auch mal den Hulk raus lassen. Aber warum ist das so? Warum schauen die Männer überall so ernst und böse? Nun, wir können es uns nur so erklären: Der grimmig schauende Kerl kommt bei den Frauen besser an als das lächelnde Sonnenscheinchen. Oder noch einfacher: Frauen stehen nunmal eher auf A****löcher.

**Geschlechterverhältnis der wütenden Online-Dater international**

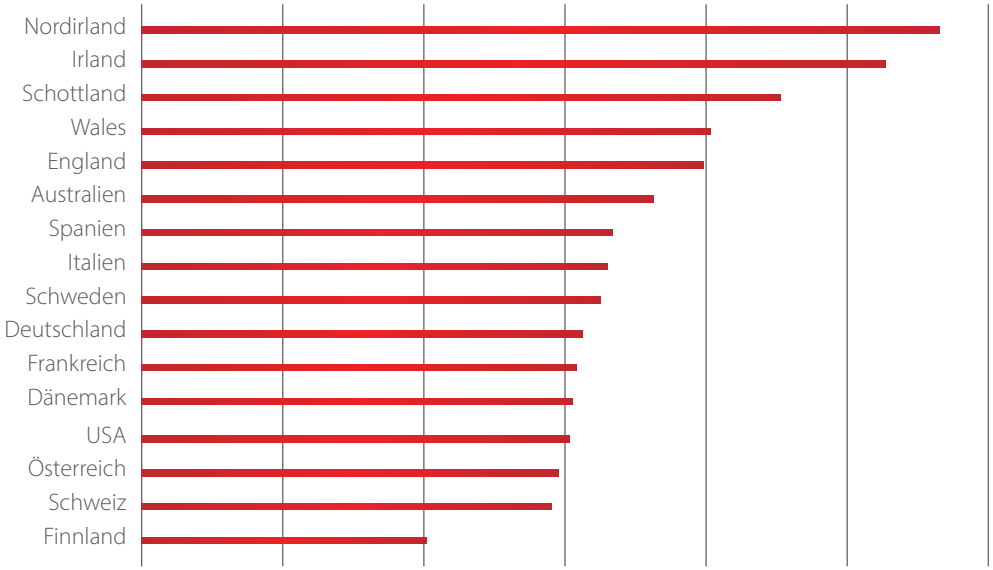



## Wer hat die schlechtesten Fotos?

**Am schlechtesten können sich wohl die Nordiren fotografieren:** Ihre Fotos sind am ehesten unterbelichtet

Wer lädt die Fotos mit der schlechtesten Qualität hoch, die eindeutig nicht für fremde Augen bestimmt, schlichtweg verschwommen oder unterbelichtet sind?
Auf Platz 1 Nordirland. Hier wird man am ehesten unterbelichtete, in Qualität und Optik minderwertige Fotos finden. Auf Platz 2 die Iren, gefolgt von Schotten auf Platz 3.
Weniger Fauxpas bei den Fotos sieht man bei den österreichischen, Schweizer und finnischen Online-Datern.

**Wer lädt die qualitativ schlechtesten Fotos hoch?**

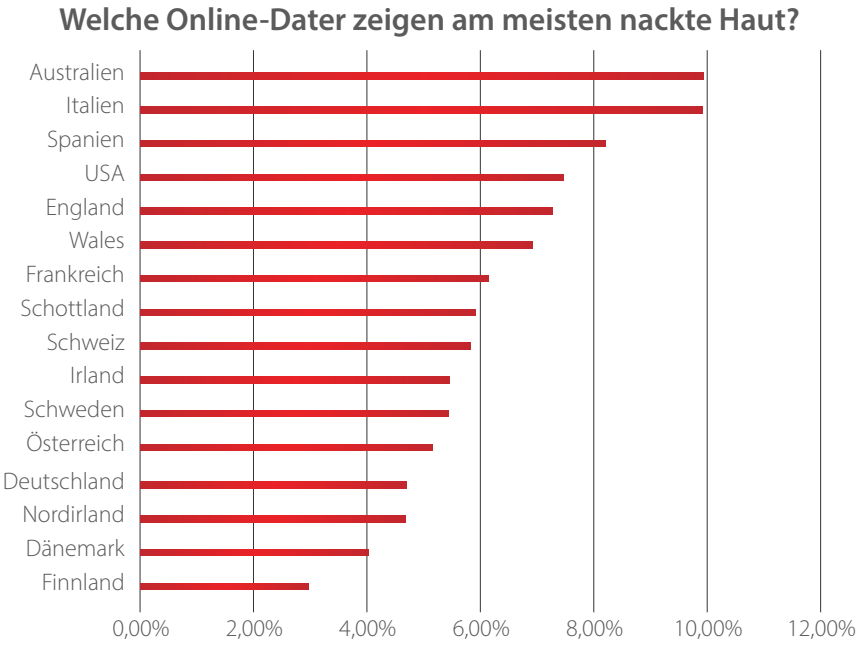


## Welche Online-Dater zeigen am meisten nackte Haut?

Die **freizügigsten Online-Dater** findet man in **Australien** und **Italien**

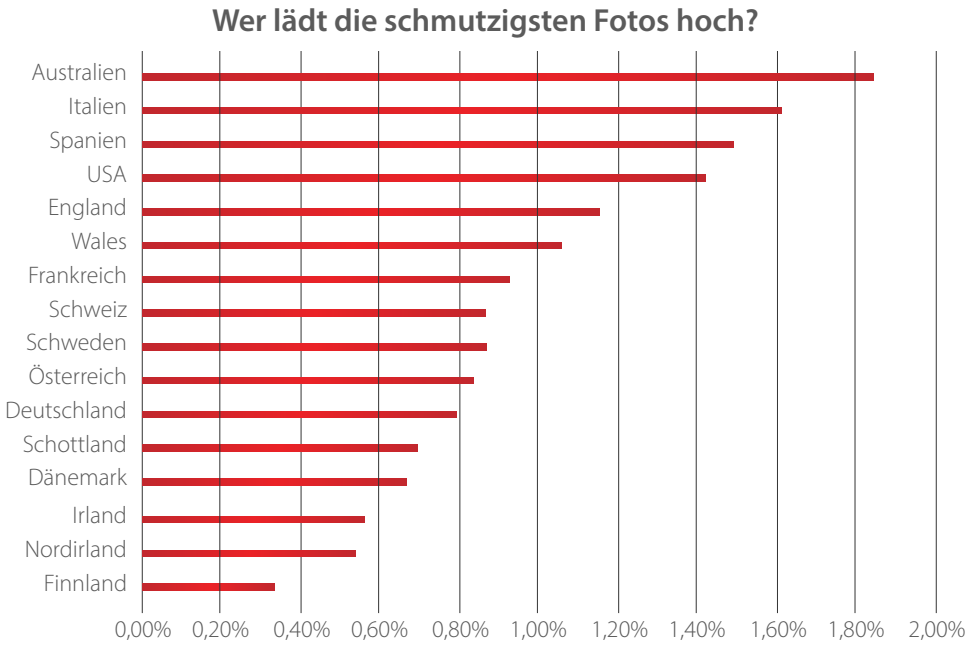
Die **bravsten Online-Dater** im Sinne von **nackter Haut** sind die **Dänen und Finnen**

Wer setzt mehr auf nackte Haut, um sein Gegenüber zu verführen? Auf Platz 1 sind ganz knapp die Australier - dicht gefolgt von den Italienern, die ebenso nicht mit ihren Reizen geizen. Auf Platz 3 die Spanier, gefolgt von US-Amerikanern und Engländern. Schweizer sind eher brav auf Platz 9, noch vor den Iren. Ob sich die letzten Ränge nur aus Temperaturgründen mehr bekleiden, können wir an dieser Stelle jedoch leider nicht beantworten.




## FSK 18: Wer lädt die schmutzigsten Fotos hoch?

Fotos ohne Jugendfreigabe - auf Platz 1 wieder die Australier, gefolgt von Italienern und Spaniern. Aber gut, wer sich ohnehin nicht vor nackter Haut scheut, wird auch generell eher zu unanständigen Fotos tendieren. Eher keusch sind hingegen die Iren, Nordiren und Finnen. Allerdings sind Fotos ohne Jugendfreigabe ohnehin sehr selten. International geht es beim Online-Dating - pauschal gesprochen - doch sehr gesittet zu.



## Welche Online-Dater zeigen sich von ihrer sportlichen Seite?

Die **sportlichsten Online-Dater hat Österreich, knapp dahinter ist die Schweiz**

Die **unsportlichsten Online-Dater** hat **Finnland**

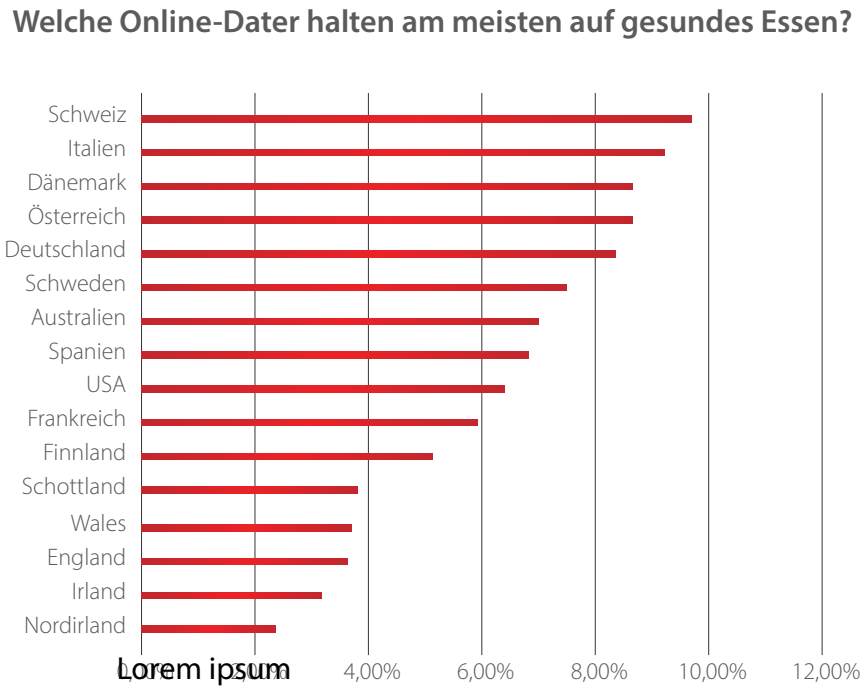
Fit, fitter, Österreicher - Österreicher sind am sportlichsten - zeigen sich zumindest am ehesten bei sportlichen Aktivitäten. Es folgen die Schweizer knapp dahinter, dann die Australier. Die unsportlichsten Online-Dater findet man in Frankreich, Irland und Finnland. Ob ihnen im Norden wohl zu kalt ist, um gross Sport zu treiben? Klingt nach einer Ausrede, aber bei bis zu -45°C im Winter könnte man es den Finnen nicht verübeln. Im internationalen Vergleich fällt aber auf, dass es im wesentlichen keine grossen Abstände und Unterschiede bei der Sportlichkeit der Online-Dater gibt.

## Welches Land ernährt sich am gesündesten?

Sind die sportlichsten Online-Dater auch die, die am liebsten gesund essen? Nein. Auf dem ersten Platz der Salatesser sind nun die Schweizer. Wir wissen eben, dass Sport ebenso wichtig ist wie gesunde Ernährung, um sich rundum wohl zu fühlen und fit zu sein!

**Schweizer, Italiener** und **Dänen ernähren sich am ehesten von Obst und Gemüse**

Im Vereinigten Königreich scheint man Obst und Gemüse nicht allzu sehr zu mögen



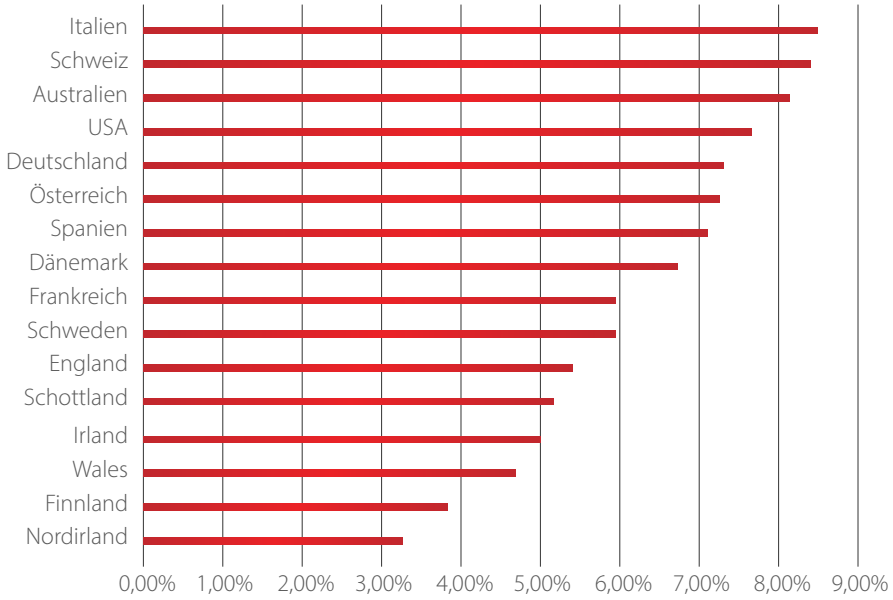
## Und wer isst am meisten Fast-Food?

**Italiener** sind Dank ihrer Pizza beim **Ranking der Fast-Food-Liebhaber auf Platz 1**

Auf den **letzten Plätzen der Fast-Food-Junkies** sind **Waliser, Finnen und Nordiren**

Wer am wenigsten Obst isst, ist nicht automatisch ein Fast-Food-Liebhaber. Das sind nämlich die Italiener - vor allem aber wohl wegen ihrer geliebten Pizza. Auf Platz 2 interessanter Weise die Schweizer, die bei gesundem Essen auf Platz 1 waren. Das lässt sich aber dadurch erklären, dass die Schweizer sowohl Obst und Gemüse, als auch Burger und Co. gerne essen. Platz 3 wird von den Australiern besetzt. Österreich ist nach Deutschland auf Platz 6. Weniger Fastfood wird man bei den Walisern, Finnen und Nordiren sehen.

**Welche Online-Dater können Fast-Food nicht widerstehen?**



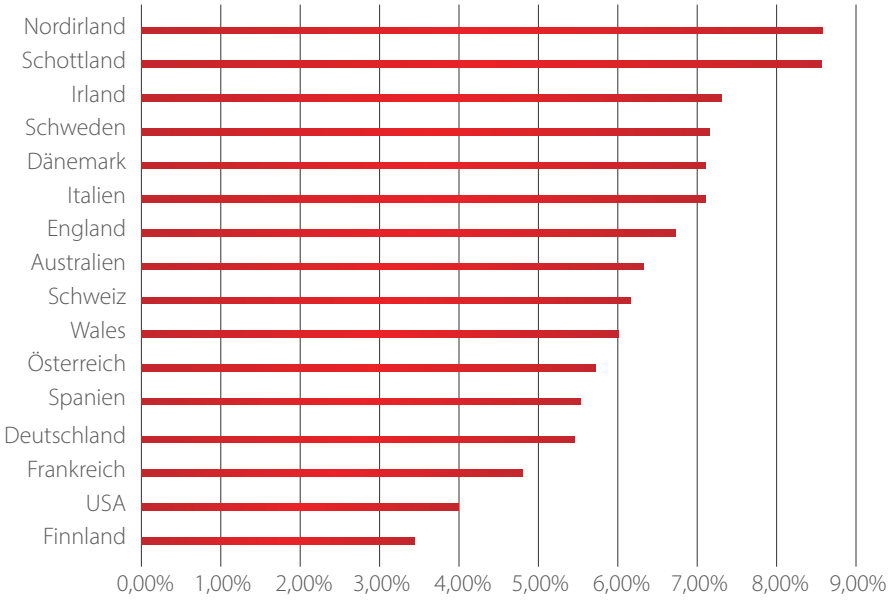
## Welches Land trinkt am meisten Alkohol?

**Am ehesten** zeigen sich **Nordiren beim Alkohol trinken** auf ihren Profilen

Viel **enthaltsamer in Puncto Alkohol** sind die **Franzosen, US-Amerikaner und Finnen**

Welche Online-Dater sieht man am ehesten mit einem Drink in der Hand? Wider Erwarten sind es nicht die Deutschen mit Masskrügen oder die Engländer mit Pints, nein. Auf Platz 1 der Online-Dater mit alkoholischen Getränken in der Hand sind die Nordiren. Auf Platz 2 die Schotten und auf Platz 3 die Iren. Sie trinken aber nicht nur Whisky, sondern auch Bier (Guinness), Irish Ale und Cider.
Selten wird man (erstaunlicherweise) bei den Franzosen, den US-Amerikanern und den Finnen alkoholische Getränke sehen.

**Welche Online-Dater können nicht ohne Alkohol?**



## Wer trinkt am meisten Bier?

Aber zumindest bei Bier müssen die Schweizer Online-Dater unter den ersten Rängen sein? Falsch gedacht. Auch hier dieselbe Verteilung unter den Top 3 wie generell bei alkoholischen Getränken. Insgesamt ist die Schweiz noch vor Österreich und Deutschland auf Platz 10. Nun aber England auf Platz 4 und Australien auf Platz 5.

**Die Schweiz** ist bei den Online-Datern **mit Bier auf Platz 10**

### Ranking der Bierliebhaber unter den Online-Datern

| | | | |
|---|---|---|---|
| 1 | Nordirland | 9 | Dänemark |
| 2 | Schottland | 10 | Schweiz |
| 3 | Irland | 11 | Österreich |
| 4 | England | 12 | Deutschland |
| 5 | Australien | 13 | Spanien |
| 6 | Wales | 14 | USA |
| 7 | Italien | 15 | Frankreich |
| 8 | Schweden | 16 | Finnland |

## Wer trinkt am meisten Wein?

Und wer trinkt am liebsten Wein? Franzosen und Italiener mit Baguette und Fromage? Tatsächlich sind die Italiener im Gegensatz zu Franzosen (Platz 5) noch unter den Top 3 - Aber erst nach den Dänen und Schweden.
Iren, Finnen und US-Amerikaner wissen mit Wein eher weniger anzufangen. Die Schweiz ist auf Platz 4, Spanien als eines der grössten Produktionsländer für Wein erstaunlicherweise nur auf der 9.

### Ranking der Weinliebhaber unter den Online-Datern

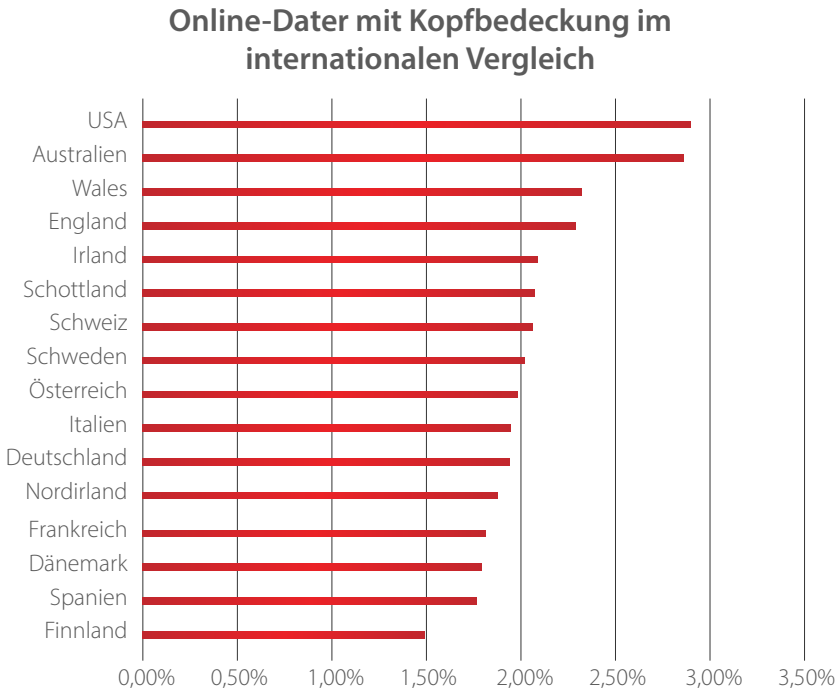
| | | | |
|---|---|---|---|
| 1 | Dänemark | 9 | Spanien |
| 2 | Schweden | 10 | Deutschland |
| 3 | Italien | 11 | England |
| 4 | Schweiz | 12 | Wales |
| 5 | Frankreich | 13 | Australien |
| 6 | Nordirland | 14 | Irland |
| 7 | Österreich | 15 | Finnland |
| 8 | Schottland | 16 | USA |

## Wer greift am ehesten zur Kopfbedeckung?

Am **häufigsten** zieren die **Kopfbedeckungen** die Köpfe **amerikanischer Online-Dater**

**Finnen und Spanier** setzen **weniger auf Hüte**

"Die mim Huad san guad", heisst es im deutschen Bayern. Tatsächlich gibt es aber wesentlich mehr Kopfbedeckungen, die heutzutage getragen werden: Snapbacks, Kopftücher und Mützen, um nur einige zu nennen.
Auf Platz 1 der Online-Dater mit Kopfbedeckung sind die USA, gefolgt von Australien und Wales. Den Kopf frei atmen lassen Dänen, Spanier (trotz Spanierhüten in Sevilla) und Finnen.



## Wo schiesst Amor mit scharfer Munition?

Unangefochten auf Platz 1 sind die **USA** - hier gibt es **die meisten Waffennarren**

Auf Platz 2: Finnland, Platz 3: Deutschland, Platz 4: Österreich

**Irland, Italien und Frankreich sind eher Pazifisten**

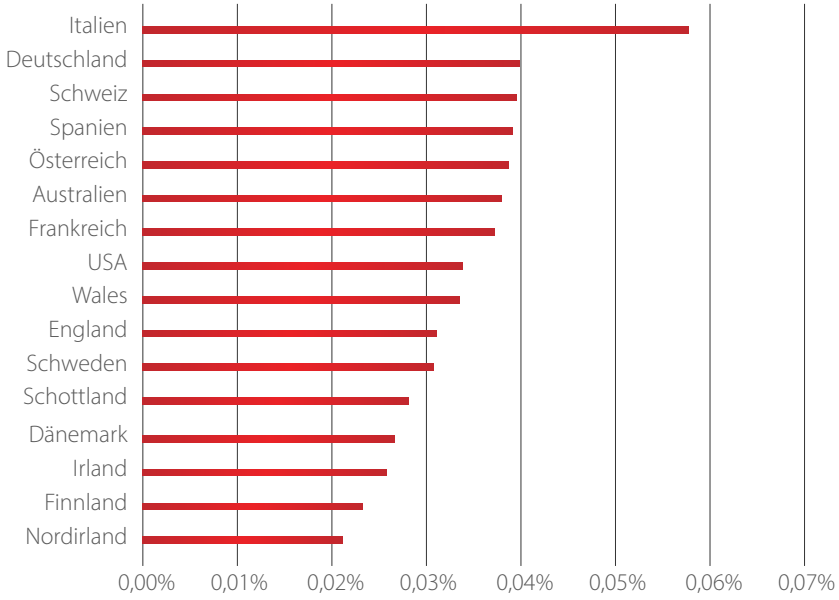
Einige Online-Dater präsentieren sich tatsächlich mit Pistolen, Gewehren & Co. Das finden wir nicht unbedingt gut, schauen uns aber dennoch an, wie hier die Verteilung über die Länder aussieht. Die meisten Waffen-Bilder finden wir tatsächlich in den USA. Auf Platz 2 die sonst so friedliebenden Finnen und auf Platz 3 gar Deutschland. Die Schweiz ist auf Platz 9, also im Mittelfeld. Irland, Italien und Frankreich belegen die letzten Plätze und sind somit die Nationen der pazifistischsten Online-Dater.

## Und wer zeigt generell am meisten Gewalt auf seinen Fotos?

**Am meisten Fotos mit Gewaltdarstellungen** gibt es bei den **Italienern**

Die meisten gewaltverherrlichenden Inhalte auf den Profilbildern von Online-Datern wird man wohl bei den Italienern und Österreichern finden. Glücklicherweise sind es aber zumeist nur Fotos mit Kunstblut und Halloween-Schminke und -Masken. In vielen Fällen gucken die Online-Dater aber auch einfach nur sehr böse oder schneiden fiese Grimassen. Auf Platz 3 sind die Schweizer. Die Pazifisten ohne einen Hang zu Blut sind eher die Iren, Finnen und Nordiren. Allgemein ist aber der Anteil der Fotos mit Gewaltinhalten ohnehin weit unter 0,001%.

**Wer lädt die meisten Fotos mit Gewaltinhalt hoch?**



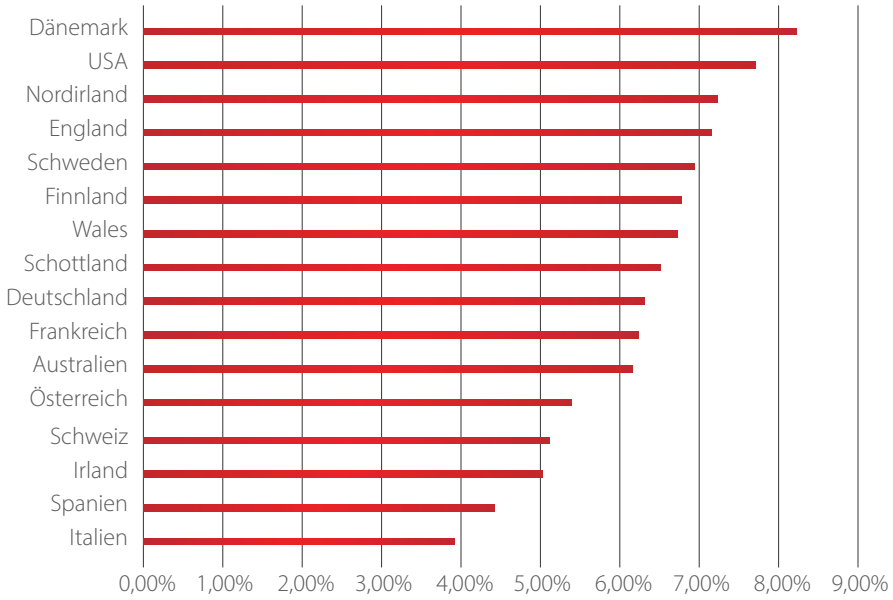
## Wer hat die kinderliebsten Online-Dater?

**Am häufigsten** zeigen sich **Dänen, US-Amerikaner und Nordiren mit Kindern**

**Am seltensten** wird man **Kinder bei Iren, Spaniern** und **Italienern** sehen

Welche Online-Dater hegen am meisten einen Kinderwunsch? Es sind die Dänen, gefolgt von den Online-Datern der USA und Nordirland. Die Schweizer sind hier auf dem viertletzten Platz.
Am seltensten wird man Iren, Spanier und Italiener mit Kindern sehen.

**Welche Online-Dater zeigen sich am liebsten mit Kindern?**



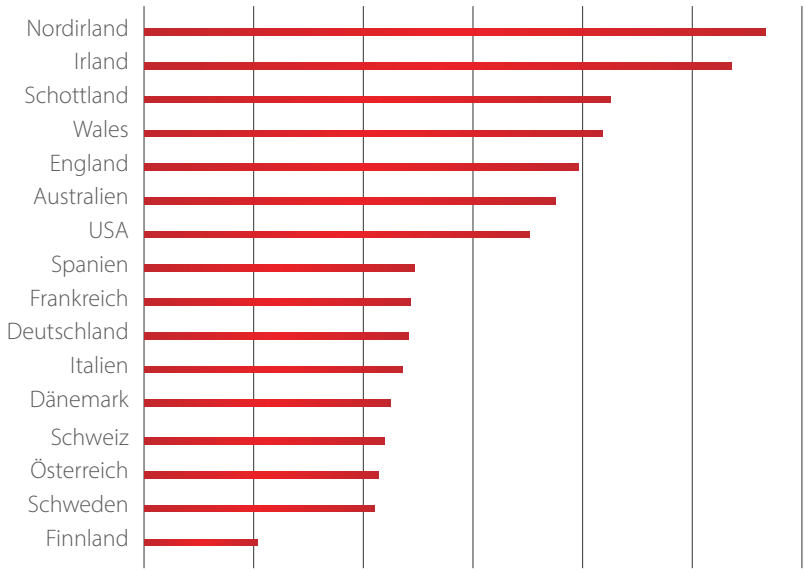

## Welche Online-Dater haben ihre Freunde immer mit dabei?

**Nordiren, Iren und Schotten** zeigen sich **am ehesten mit ihren Freunden**

**Österreicher, Schweden und Finnen** zeigen sich **tendenziell lieber alleine**

Am ehesten zeigen sich die Nordiren und Iren mit Freunden, gefolgt von den Schotten. Aber wer gerne trinkt, tut das (hoffentlich) meist auch in Gesellschaft seiner Freunde. Deshalb sind die ersten Ränge für uns weniger verwunderlich.
Die Schweizer sind hier abermals auf dem viertletzten Platz. Seltener sieht man Österreicher, Schweden und Finnen mit ihrer Freundesgruppe abgelichtet.

**Welche Online-Dater haben ihre Freunde immer mit dabei?**



## Wer hat die meisten heiratswilligen Online-Dater?

Besonders die **Nordiren und Iren scheinen Hochzeiten nicht abgeneigt zu sein**

**Italiener, Franzosen** und **Finnen** hingegen wollen wohl **eher kurzfristige Beziehungen**

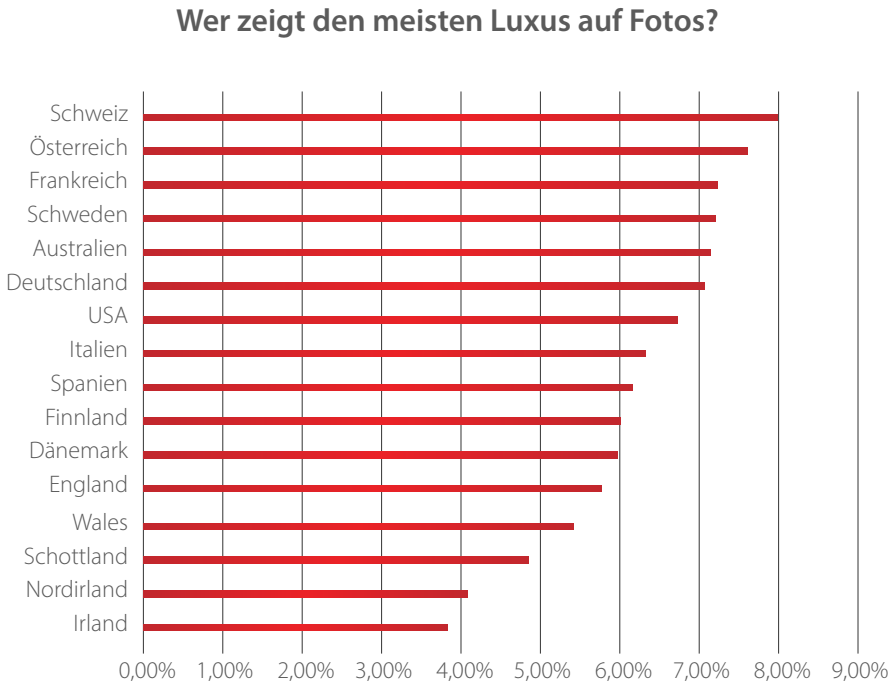
Welche Online-Dater zeigen besonders gerne ihre "Heiratswilligkeit"? Zur Wiederholung, damit meinen wir: Wer hat Profilbilder von Hochzeiten hochgeladen, die ihn oder sie z.B. als Trauzeugen oder Brautjungfer zeigen? Hier sind Nordiren und Iren ganz weit vorne, gefolgt von Australiern. Wohl eher auf kurzfristige Beziehungen sind hingegen die Italiener, Franzosen und Finnen aus.

## Wer zeigt am meisten Luxus auf Fotos?

**Besonders Schweizer** Online-Dater **wollen mit Luxus überzeugen**

**Viel bescheidener** sind dagegen die **Iren.**

Wer versucht am ehesten mit Statussymbolen zu überzeugen?
Am ehesten die Schweizer. Besonders auf dem Schweizer Online-Dating-Markt gibt es viele, die sich mit Ferrari, beim Yacht fahren oder Golfen darstellen. Die Schweizer verdienen offenbar trotz höherer Lebenshaltungskosten mehr als genug. Im internationalen Vergleich sind sie auf Platz 1, gefolgt von Österreichern und Franzosen. Am bescheidensten zeigen sich hingegen die Schotten, Nordiren und Iren.



## Nachdenkliche Sprüche mit Bildern

Ein Bild sagt mehr als tausend Worte, das wissen wir jetzt. Aber zum Abschluss haben wir noch die Bilder betrachtet, die nur aus Text bestehen: Sayings und nachdenkliche Sprüche mit Bild - hier unsere Favoriten weltweit:

- Ich bin nicht klein, ich bin auf das Beste reduziert.
- I want gay married couples to be able to protect their marihuana plants with guns.
- Wir Kerle suchen doch alle nur eine Frau, die uns an der Morgenlatte packt und sagt: "Das kann ich so nicht stehen lassen."
- Da leckt man einmal das Messer ab und alle gucken komisch. - Jens, 32, Chirurg.
- Drogen sind was für Anfänger. Ich zieh' mir die Realität rein.
- Mann mit Wurst sucht Frau mit Kohle.
- Kein Bild, aber ich schwöre ich bin schön.
- Ich habe heute leider kein Foto für dich.
- An alle Pseudo-Prinzessinnen, die denken sie seien etwas besonderes: Aschenputtel hat ihren Schuh verloren, nicht ihren String.
- Denk bei den derzeitigen Temperaturen bitte daran keine Kinder und Haustiere im Auto zu lassen. Schwiegermütter sind ok. Drachen halten die Hitze aus.
- Da willste raus in die Sonne und kriegst die Couch nicht vor die Tür.
- Läuft bei mir. Zwar rückwärts und bergab. Aber läuft.
- "Du hast auch einfach zu hohe Ansprüche." - "Ja, wenn ich meine Ansprüche noch weiter zurück schraube, dann bin ich irgendwann mit einem Kaktus zusammen."
- Don't grow up. It's a trap!
- Gestern auf 'nem Berg gewesen und 'Ich liebe dich' geschrien. Echo: 'Ich hab nen Freund', vorbei fliegender Adler: 'Ich bin Veganer'.
- "Tell me a little about yourself" - "Ugly, but lovable".
- If you had to choose between drinking wine every day or being skinny. What would you choose? Red or white?
- Soup of the day: Champagne.
- Der einzige Nachteil von Bier ist: Man kann es nicht mit Käse überbacken.
- Hey Girl. Lass uns wie zwei Kerzen im Sturm sein und miteinander ausgehen.
- Everything is a dildo, when you're brave enough.
- I am presently experiencing life at a rate of several wtf's per hour.
- Jedes mal, wenn ein Student sein Studium abbricht, sollte über dem Campus ein Kanonenschuss ertönen. Wie bei den Hunger Games.
- Manche Gespräche sind so zielführend wie zwei Tage Kreisverkehr.
- Ich bin schon viel erwachsener geworden. Ich beende Gespräche zwar immer noch mit 'Selber doof!', aber ich weine dabei nicht mehr.
- Masturbation never breaks your heart.
- Wann genau ist aus Sex, Drugs & Rock 'n' Roll eigentlich Laktoseintoleranz, Veganismus und Helene Fischer geworden?
- "Und was ziehst du heute so an?" - "Mit Sicherheit Idioten, Machos und Spinner."

- Toll, mein neuer Laptop hat eine QWERTY-Tastatur: Yauberhaft! Gany Yauberhaft!
- I prefer not to think before speaking. I like being just as surprised as everyone else by what comes out of my mouth.
- Ich glaube manchmal, das einzige, was sich noch fest bindet, sind Sossen.
- Ich bin eine Lady. Mit dem Vokabular eines gut gebildeten...Seemannes.
- Kein Märchen fängt mit 'und dann schickte er ihr ein hässliches Schwanzbild nach dem anderen' an - merkt euch das mal!
- "Stalkst du mich?" - "Nein, Ich liebe Dich!" - "Aber du sitzt in meinem Schrank?!" - "Ich liebe Dich und Schränke."
- Nehmt die Stöcke aus dem Arsch, wir machen Lagerfeuer!
- Glück ist wie Pupsen. Wenn man es erzwingt, wird es Scheisse!

## Zusammenfassung der Ergebnisse und Ausblick

Die Studie hat einen umfassenden Einblick in die Zusammensetzung und Selbstdarstellung des Schweizer und internationalen Online-Dating-Marktes anhand der detaillierten Analyse der Profilbilder gegeben.
Sie zeigt wie sich Online-Dater darstellen und worauf sie Wert legen. Dabei lässt sich vor allem festhalten, dass sich die **Profilfotos in den modernen Zeitgeist einfügen: Frauen scheuen sich nicht davor sich sexy zu zeigen, Männer zeigen ihren Mut** und **Abenteuerlust** bei angesagten **Extremsportarten.**
Generell liegt der **gesunde Lebensstil im Trend:** Frauen wie auch Männer legen viel Wert auf ihren Körper: Sport ist ebenso angesagt wie **gesunde Ernährung.**
Aber auch "sich etwas zu Gönnen" ist angesagt: **Strandfotos und exotische Reiseziele** zeugen von **Weltoffenheit** und sind oft zu sehen.

**Männer** stehen beim Online-Dating in einem ernsthaften **Konkurrenzverhältnis** zueinander: Mit einem Anteil von 73% am Schweizer Markt der Partnersuche online sind sie deutlich überrepräsentiert. Frauen haben deshalb beim Erstkontakt eine eher passive Rolle und können sich aussuchen, wem sie antworten wollen. Das bedeutet aber für beide Geschlechter dennoch, dass sie sich von der besten Seite zeigen müssen.

Jedoch ist es wichtig, sich **vorerst bewusst zu werden, was und wen man sucht:** Eine Partnerschaft, einen Flirt oder doch eine Affäre? **Je nach Wunsch und Erwartung lässt sich das perfekte Foto identifizieren.** Wer eine **Partnerschaft** sucht, sollte seinen **Charakter betonen.** Wer **flirten** will, sollte sich **als offenen Menschen präsentieren.** Auf der Suche nach einer **Affäre** steht der **Körper klar im Fokus.**

## Experten-Tipps für das richtige Profilbild

Es hat sich gezeigt, dass Online-Dater mit unterschiedlichsten Arten der Selbstdarstellung ihr Glück versuchen. Manche stellen sich dabei geschickter an als andere. Wir fassen hier nochmal die wichtigsten Erkenntnisse und unser Wissen als Online-Dating-Experten zusammen. Mit unseren Tipps stichst du also aus der Masse hervor und findest deutlich mehr Kontakte.
An oberster Stelle steht ganz plakativ: Zeigt euch. Und das gilt in vielerlei Hinsicht. Ein erfolgreiches Online-Dating-Profil sollte vier oder fünf Bilder enthalten, die möglichst viel über die Person verraten. Variation ist Pflicht. Das heisst: Auf jedem der Bilder sollte möglichst was anderes passieren. Mal ein Selfie oder Portrait, dann ein Bild beim Sport, eins aus dem Urlaub, und so weiter. Und ebenso: Es sollten schon möglichst aktuelle Bilder sein, euch also noch ähnlich genug sehen.
Männer sind für gewöhnlich der aktivere Part beim Online-Dating. Bei dem Herrenüberschuss ist das aber auch nicht weiter verwunderlich, dass Männer zumeist den ersten Kontakt initiieren (müssen). Dennoch sucht man(n) nicht wahllos seine Partnerin und die Frau sieht sich in der Regel den Mann erstmal genau an, ehe sie antwortet. Was also sollten Mann und Frau von sich zeigen, um das Interesse potenzieller Partner zu wecken?

### 1. Tipps für die Frauen

Für Männer zählt im Online-Dating vor allem das Physische - so scheint es zumindest. Aber: Viele Männer, die nicht nur nach einer "Kurzzeit-Bekanntschaft" suchen, interessiert es auch sehr, was Frau so macht und gefällt.

- Besonders bei Frauen ist uns aufgefallen, dass sie hauptsächlich mit ihrer Schönheit überzeugen wollen. Bei der empfohlenen Anzahl von 4-5 Profilbildern geht diese aber auch nicht unter, wenn ausser Selfies und Portraits auch etwas von der Person und Interessen dahinter durchscheint: Bilder beim Sport, aus dem Urlaub oder in Museen wecken Neugier auf den Menschen.

- Frauen (und ebenso die Männer) sollten auch keine Scheu davor haben, auch ungewöhnliche **Hobbies und Freizeitbeschäftigungen** zu zeigen. Das hebt von der Masse ab und gibt zudem einen tollen Gesprächseinstieg. Männer wissen ja oft nicht, was sie ausser "Hey, wie geht's?" schreiben sollen. So könnte der erste Kontakt aber "Du baust Skulpturen aus ausrangierten WG-Möbeln? Krass, wie kommt man denn auf sowas?" lauten.

- Zeigt her eure Haare: Egal ob lang oder kurz, blond oder schwarz (oder sogar bunt) - Haare sind wunderschön, also sollten sie gezeigt werden. Pferdeschwanz und Dutt sind bei Männern nicht unbedingt beliebt und Hüte verstecken zu viel.

- Etwas verspielte Weiblichkeit ist gut, aber es darf nicht künstlich werden. Wer sich hinter **Snapchat-Hundeschnauzen** versteckt oder sich in seiner Haut nur wohlfühlt, wenn ein "Beauty-Filter" darüber gelegt wurde, wirkt sehr unnatürlich. Und auch wenn die Filter noch so süss aussehen - das seid nicht ihr!

• Viele Frauen setzen auf nackte Haut - vor allem jüngere Frauen. Das ist im Bikini am Strand oder im Freibad vollkommen ok, wenn ihr euch auf dem Foto gut gefallt und euch wohlfühlt und ihr euch bewusst seid, dass viele Fremde es sehen werden. Wer sich aber in Unterwäsche zeigt und sexuelle Reize bewusst in Szene setzt, darf sich über eindeutige Angebote oder weniger intellektuelle Nachrichten nicht wundern. Allgemein gilt für den Körper: Ein Foto, das einen Eindruck von eurer Figur gibt, solltet ihr schon zeigen - das interessiert ja die meisten. Die Devise lautet aber: Lieber **angezogen sexy sein.**

• Ab 25 sind es zumeist Frauen, die sich mit Kindern darstellen, allerdings sollten (Noch-)Nicht-Mamas **mit Kinderfotos aufpassen,** z.B. bei Bildern mit den Sprösslingen der Geschwister oder Freunde: Das schreckt möglicherweise Männer ab, wenn nicht eindeutig erkennbar ist, von wem das Kind stammt und ob damit ein Kinderwunsch impliziert wird.

• Falsche Wimpern, künstliche Nägel und gemalte Augenbrauen haben wir auch oft gesehen. Contouring und Lippenstift sind noch legitim, aber Frauen sollten sich beim Online-Dating auf ihren Profilfotos **nicht zu stark schminken:** Ein Grossteil der Männer bevorzugt Natürlichkeit. Mit Übung und Tipps geht beides: Ein schönes, ausdrucksstarkes Make-Up, das die Frau strahlen lässt - ohne das Gesicht zu verfremden oder puppenhaft wirken zu lassen.

• **Lächeln** ist eines der schönsten Dinge, die man mit seinem Mund machen kann. Nur gibt es hier noch viel Verbesserungspotenzial - nur jedes 20. Foto international zeigt einen deutlich erkennbaren freudigen Gesichtsausdruck. Wir empfehlen: Jede Frau sollte zumindest ein Foto im Profil haben, auf dem sie sich ausgelassen freut und ihr Lachen zeigt. Es strahlt Freude und Lebenslust aus und erzeugt mit einem direkten Blick in die Kamera Nähe. Das finden auch die meisten Männer bei Frauen am attraktivsten.

## 2. Tipps für die Männer

Frauen sind etwas umsichtiger bei der Partnerwahl: Neben Attraktivität spielt auch kulturelles Kapital für sie eine Rolle. Sie gucken sich die Profile sehr genau an und suchen hier schon nach möglichen Gemeinsamkeiten. Die Optik spielt aber auch eine Rolle.

• **Muskeln** spielen zu lassen kann nützlich sein, wenn man Frauen von sich überzeugen will. Nur bitte keine Fotos im Spiegel mit angespanntem Bizeps und Sixpack und dem Shirtrand im Mund: Das ist zu inszeniert. Besser den Kumpel beim Training eins machen lassen oder die Muskeln nebensächlich zeigen. Seid euch aber auch bewusst, dass nackte Haut und in Szene gesetzter Körperkult auch bei Männern im Subtext "Ich will Sex" bedeutet. Oder wie viele Frauen denken würden: "Er zeigt ja nur seinen Körper, er sucht bestimmt keine Kennenlern-Dates mit langen Gesprächen & Co."

• Das soll nun aber nicht bedeuten, dass Sportfotos unerwünscht sind. Wenn Fitness, Fussball, Velofahren oder ähnliches eure Leidenschaft ist, solltet ihr das auch zeigen. Vermutlich sucht ihr ja auch eine Partnerin, die hier mithalten kann.

• Aber auch angezogen gibt es so manches zu beachten. Kleider machen Leute, heisst es immer noch. Das muss an dieser Stelle weder eine bestimmte Marke sein, noch ein bestimmtes Preisniveau der Klamotten verlangen. Es geht um den Stil. Ein eigener Stil lässt viele Rückschlüsse auf die Persönlichkeit zu. Jeder Erwachsene sollte so einen nach und nach entwickeln. Viele Frauen entscheiden nach dem Stil, ob ein Mann zu ihnen passt. Bist du Hipster, Hip-Hopper, Bänker, Fashion-Victim, Musiker, oder Naturbursche? Zeig es. (Wenn es passt und nicht gestellt wirkt, ist auch ein Foto im Anzug immer eine gute Idee.)

• Studien zeigen, dass Lächeln oder Lachen auf Männer-Fotos nicht immer positiv auf Frauen wirkt - wahrscheinlich, weil es nicht so viel Dominanz und Maskulinität ausdrückt. Tatsächlich lächeln Männer auch in unserer Studie nicht so häufig wie Frauen. Wir finden: Es breites, zähnezeigendes Lachen frontal in die Kamera muss tatsächlich nicht unbedingt sein. Ein Selfie, auf dem man sich zum Lachen zwingt, wirkt selten natürlich und echt. Aber es gibt so viele Lach-Momente, die man auf seinem Profil zeigen kann. Und sonst gilt: das richtige verschmitzte Grinsen soll schon mal gereicht haben, um für weiche Knie beim Gegenüber zu sorgen.

• Wenn Mann zu seinem Bart steht, sollte er das durchaus auch zeigen. Bärte kommen bei vielen Frauen gut an. Wie in den meisten Punkten, die hauptsächlich die Optik betreffen gilt aber auch hier: Der Bart sollte zum Mann passen. Nur weil die Gesichtsbehaarung naturgegeben ist, sollte eben dieser Natur nicht ausschliesslich freier Lauf gelassen werden. Kaum etwas hat mehr Einfluss auf das Männergesicht als der Bart, dessen sollten sich Männer bewusst sein.

• Trinken zeugt von Geselligkeit und gerade hier entstehen oft die besten Schnappschüsse (und somit späteren Profilbilder). Mehr Männer als Frauen haben sich in unserer Analyse mit (alkoholischen) Getränken präsentiert. Auch das ist eine Stilfrage. Was sollte Mann trinken? Prinzipiell natürlich das, was gefällt. Bier kommt immer gut an (aber nicht aus der Dose, bitte). Bunte Cocktails und Prosecco sind vielleicht nicht das, was Frauen auf Männerbildern erwarten.

• Mit Statussymbolen sollte sparsam umgegangen werden. "Mein Haus, mein Auto, mein Boot" sollte auf Dating-Bildern nicht im Fokus stehen.

## Allgemein gilt für das perfekte Profilbild:

• Bei Männern und Frauen haben wir sehr viele Sonnenbrillenträger gesehen: So praktisch diese auch sind: Spätestens beim ersten Date muss man **sein wahres Gesicht zeigen** und will ja auch vom Gegenüber nicht enttäuscht werden. Zudem gelten Augen nicht umsonst als "Spiegel der Seele". Wer also keinen Blickkontakt zulässt, sollte sich nicht über eine eher mässige Erfolgsrate wundern.

Lenke deinen Blick auf dein Profil

• **Scharfe Fotos** sind unabdingbar. Verschwommene, pixelige Fotos sind unseriös und machen dich unkenntlich.

• **Rot** ist für Dating-Portale jeglicher Art kein Muss, aber erhöht die Flirtchancen definitiv. Die Farbe Rot ist die attraktivste Farbe für Männer und Frauen.

• Die **Lichtverhältnisse** machen viel aus! Natürliches Licht ist am besten, Blitzlicht schmeichelt nur in den wenigsten Fällen.

• Der **Hintergrund** macht viel und sagt umso mehr über dich aus: Profilbilder im Wohnzimmer sind nicht gerne gesehen. Ganz schlecht: Fotos im Bad mit Toilette im Hintergrund.

• **Vorsicht bei Gruppenfotos:** Sie sollten nicht Hauptbild sein oder im Profil überhandnehmen. Woher soll das Gegenüber sonst wissen, mit wem er/sie es zu tun hat? Auch Gruppenfotos von Alkoholexzessen wirken eher abschreckend. Ein Bild mit Freunden oder Kollegen darf aber in jedes Profil. Sich mit Menschen zu zeigen beweist ja auch Geselligkeit.

• Ein kleiner Trick, um die **Aufmerksamkeit** vom Bild auf das weitere Profil zu lenken ist, es einfach **"anzuschauen".** Ein Foto, auf dem man **seinen Blick so ausrichtet,** dass er auf die weiteren Profil-Informationen fällt, wird auch den Betrachter dazu anregen, seinen Blick streifen zu lassen. Dann wiederum ist es natürlich auch relevant, dass das weitere Profil mit **interessanten Fakten** über die Person gefüllt ist.

• Wer gerne reist, darf und sollte die schönsten **Urlaubsschnappschüsse teilen.** Reiselust ist in und zeugt von Weltoffenheit.

• Trotz Extremsport-Trend: Man sollte **nicht mit tollkühnen Stunts übertreiben.** Zu viel Mut kann auch Unsicherheit beim Gegenüber hervorrufen: "Wie soll ich da mithalten können?"

• Wer sich für Technologie begeistert, darf das natürlich auch zeigen, sollte aber darauf achten **nicht zu nerdig** zu wirken. Keiner will einen (wenn auch brillianten) Stubenhocker daten.

• **Schwarz-Weiss-Fotos sind attraktiv** und zeigen die Ausdrucksstärke eines Gesichts. Ein Porträt in schwarz-weiss kann also durchaus besser sein, als ein buntes Foto.

• **Schlechte Selfies sind ein NO-GO.** In den schlimmsten Fällen ist natürlich noch die Toilette zu sehen - das geht gar nicht.

## Ein Blick in die Zukunft

Die Partnersuche via Online-Dating expandiert nach wie vor. Allein in der Schweiz gibt es mehr als 2'500 Dating-Portale online. Egal wen oder welche Beziehungsform man sucht, beim Online-Dating werden die meisten Suchenden fündig.
Die Optik des Gegenübers spielt dabei eine entscheidende Rolle: Der erste Eindruck ist stets entscheidend und meist sieht man das Profilfoto, ehe andere Eigenschaften betrachtet werden. Wer also online eine hohe Erfolgsquote haben will, sollte massgeblich darauf achten, wie sein Profilfoto aussieht.

Diese quantitative Studie ist eine Momentaufnahme des Schweizer und internationalen Online-Dating-Marktes 2019. Durch weitere Erhebungen sind aber auch Trendanalysen sowie Aussagen über Entwicklungen und Tendenzen möglich.

Die Vergleichsseite von ZU-ZWEIT.ch bietet alle wichtigen Informationen und Testberichte zum Online-Dating. Unser Dating-Barometer ermittelt durch das Facebook-Profil auf wissenschaftlicher Basis persönlich passende Online-Dating-Portale. Für Nutzer auf der Suche nach einer Beziehung empfiehlt sich der Vergleich der Partnervermittlungen. In der Kategorie Singlebörsen finden sich die Testsieger zum Flirten. Wer noch auf der Suche nach einem erotischen Abenteuer ist, wird im Vergleich der besten Casual-Dating-Anbieter sicher fündig. Die kostenlose Studienreihe von ZU-ZWEIT.ch ist hier verfügbar www.zu-zweit.ch

## Bildnachweise

**Seite 02**
iStock-471469131 | iStock-609954126 | iStock-82623260 | iStock-175223631 | iStock-531401628

**Seite 03**
iStock-517938410 | iStock-175218374 | iStock-123543861 | iStock-91839454 | iStock-131848227

**Seite 09**
shutterstock-172135856-Elaine Nadiv

**Seite 10**
iStock-638876750-MartinDimitrov

**Seite 12**
shutterstock-622336769-Mirage_studio

**Seite 15**
iStock-481252916-3DSculptor

**Seite 18**
iStock-486445971-Peopleimages

**Seite 20**
iStock-483786399-Vizerskaya

**Seite 22**
iStock-530987952-IvanMiladinovic

**Seite 24**
iStock-169980275-Grafissimo

**Seite 29**
iStock-454324495-myshkovsky

**Seite 31**
iStock-598930328-domoyega

**Seite 32**
iStock-636580554-zamuruev

**Seite 33**
shutterstock-211124182-syda-produktions

**Seite 34**
iStock-610851768-jakubzak

**Seite 35**
iStock-485594918-Grafner

**Seite 38**
iStock-641673370-LukaTDB

**Seite 39**
iStock-470221728-oneinchpunch

**Seite 40**
iStock-626292224-RyanJLane

**Seite 42**
iStock-485488006-Squaredpixels

## Bildnachweise

**Seite 43**
iStock-531005760-gruizza

**Seite 45**
iStock-615833974-Peopleimages

**Seite 46**
shutterstock-578559265-Roman.S-Photographer

**Seite 47**
iStock-618049526-jeffbergen

**Seite 53**
iStock-479206328-svetikd

**Seite 58**
iStock-143071519-PaulBradbury

**Seite 60**
iStock-530429847-Trish233

**Seite 61**
iStock-628665964-Petar-Chernaev

**Seite 62**
iStock-667980474-jacoblund

**Seite 63**
2679319-LovelynM-pixabay

**Seite 64**
2610205-smpratt90-pixabay

**Seite 65**
2616801-lounisproductions-pixabay

**Seite 67**
iStock-181133641

**Seite 68**
iStock-181095316-mbbirdy

**Seite 72**
iStock-629307620-TodorTsvetkov

**Seite 76**
iStock-508790179-flydragonfly

**Seite 77**
155385716-kupicoo-iStockphoto

**Seite 78**
iStock-468119536-franckreporter

**Seite 79**
497483452-Niki-Litov-iStockphoto

## Bildnachweise

**Seite 80**
113302320-Snaptitude-Fotolia

**Seite 81**
iStock-598567790-bhofack2

**Seite 82**
iStock-638349896-da-kuk

**Seite 83**
1853380-freestock.org-pexels.com

**Seite 85**
iStock-472203677-peopleimages

**Seite 86**
iStock-530987952-IvanMiladinovic

**Seite 88**
iStock-588959064-Lacheev | iStock-538789532-oneinchpunch

**Seite 89**
iStock-531942348-aldomurrillo

**Seite 90**
iStock-686406712-nastasic

## Copyright 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.