

Liebe in Zeiten der digitalen Medien

VALENTINSTAG Das Angebot an Dating-Apps ist gross. Doch einen Partner fürs Leben zu finden, ist trotzdem nicht einfach. Ein Zuger Erfinder geht mit seiner Dating-App neue Wege.

BERNARD MARKS
bernard.marks@zugerzeitung.ch

Lars Rominger kann sein Glück kaum fassen. Die charmante Blumenverkäuferin Larissa Rohner überreicht ihm im Zuger Blumenladen Bluemelaupe eine Rose. Die Freude steht dem Erfinder aus Zug ins Gesicht geschrieben. Gerade zum Valentinstag, dem Tag der Liebenden, ist das für ihn eine besondere Geste. «Viele Menschen finden nicht den richtigen Partner im Leben, das finde ich bedauerlich», sagt der Zuger Erfinder, Lehrer und Unternehmer. Nie gab es in Schweizer Städten so viele Singlehaushalte wie heute.

Schiessen wie Pilze aus dem Boden

Die Liebe erfährt in Zeiten der digitalen Medien zum Glück starke Unterstützung durch das Internet. Denn hier gibt es mittlerweile eine Vielzahl an Dating-Apps, mit denen man gezielt nach dem richtigen Partner suchen kann. Ob Parship, Zoosk, Tinder, Lovoo oder Badoo, wer heutzutage einen festen Partner sucht, kommt ums Online-Dating kaum noch herum. Nicht ohne Grund schiessen Unmengen von Partnerbörsen wie Pilze aus dem Boden. Das Angebot an Dating-Apps und Flirt-Communities ist dabei kaum noch zu überblicken.

Mit über 27 Millionen Mitgliedern weltweit ist Zoosk eine der meistgenutzten Dating-Anwendungen im Netz. Die Nummer 1 in der Schweiz ist laut einer Vergleichsplattform Lovoo mit 650 000 Mitgliedern. Weltweit nutzen 20 Millionen Mitglieder das Netzwerk. In der Gunst von Herrn und Frau Schweizer weiter unten steht die amerikanische Flirt-App Tinder.

Nicht die richtigen Worte gefunden

«Doch viel zu oft laufen die Menschen auch im Internet aneinander vorbei, obwohl sie vielleicht gut zusammenpassen würden», sagt Rominger. Denn die meisten Dating-Apps sind heute nach dem gleichen Muster aufgebaut. Der mögliche Traumpartner hat vielleicht ein unvoreilhaftes Foto von sich in sein Profil gestellt oder nicht die richtigen Worte gefunden, sich zu beschreiben. Ob das beim Betrachter ankommt oder nicht, entscheidet sich in Sekunden. Mit einem Klick ist der nächste Kandidat aufgerufen, die Chance verpasst. «Im wirklichen Leben funktioniert das Kennenlernen doch anders», sagt der 49-Jährige, der selber glücklich verheiratet ist. Beide haben sich nicht im Internet kennen gelernt. «Wenn man einen Menschen in der Realität sieht, spürt man instinktiv, ob er sie zu einem passt oder nicht», sagt Rominger.

Liebe hat mit Chemie zu tun

Eigentlich beschäftigt sich der Zuger Lars Rominger beruflich mit chemischen Substanzen. Sein Kopf ist meistens voll mit allerlei Formeln und mit nützlichen Erfindungen, die in der Industrie zur Anwendung kommen. Eines Tages hatte der Bruder der Schweizer Radrennfahrer-Legende Tony Rominger die zündende Idee. «Liebe hat auch etwas mit Chemie zu tun», sagt er mit einem Schmunzeln. Die Chemie zwischen zwei

Menschen muss eben stimmen. Doch wie findet man das am besten heraus? Rominger machte sich ans Werk und erlangte kurzerhand eine Dating-App, den Lovefinder, kurz Lofi.

Die App funktioniert komplett anders als herkömmliche Dating-Apps. Die Grundeinstellungen sind schnell gemacht. Denn es gibt nur wenige Funktionen, die man beachten muss. Geschlecht angeben und ob man eine Frau oder einen Mann sucht. Das ist alles. Wichtig ist beim Lovefinder, dass auch der Gesuchte über die App verfügt. Man begegnet sich in der Oper, im Kaufhaus oder an einer Party, dann drückt man auf Suchen. Ist er oder sie auch gewillt, erklingt bei beiden ein Lied. Die Hemmschwelle, sich kennen zu lernen, kann überwunden werden. «Die App funktioniert wie ein Katalysator zwischen den Menschen», erklärt Rominger. Die App helfe auch den Schüchternen dabei, in der analogen Welt zu flirtieren und sich kennen zu lernen.

Erfolg in den USA und in China

Die einfache Struktur des Lovefinders kommt gut an – besonders in Übersee. In den USA veranstalten die Nutzer zum Beispiel Lofi-Partys. Auch in China ist die App aus Zug gefragt. Immerhin gibt es im Reich der Mitte so viele Singles wie kaum in einem anderen Land der Welt (siehe Box). «Wir haben uns jetzt überlegt, ob wir die App nicht nur auf Deutsch und Englisch, sondern auch auf Chinesisch anbieten wollen», sagt Rominger.

Doch der Markt bei den Dating-Apps ist hart umkämpft. Viel Erfolg hat Rominger mit seiner App noch nicht zu verzeichnen. «Wir haben bis jetzt rund 6000 Downloads aus dem App-Store», sagt er. Vielleicht liegt dies auch daran, dass Lofi nicht kostenfrei ist. Immerhin

kostet ein Download 4 Franken. Ende Januar dieses Jahres hat Rominger ein Update lanciert, das Lofi 2.0. «Wir hoffen nun, dass die Nutzer sich mit unserer verbesserten App erfolgreich finden werden», sagt Rominger. Erfolge kann er schon aufweisen. «Viele Paare haben sich mit dem Lovefinder bereits kennen gelernt», sagt Rominger. Finanziell ausgezahlt hat sich die App des Zugers bisher allerdings noch nicht. «Aber wenn sich Paare fürs Leben finden, ist es für mich Belohnung genug», sagt Rominger.

Schmuddel-Image abgelegt

«Den Partner im Internet kennen zu lernen, ist heute nicht mehr verpönt», sagt der Leiter der Fachstelle für Soziale Netzwerke an der Hochschule für Wirtschaft Zürich (HWZ), Manuel P. Nappo. «Dating-Plattformen haben ihr schmuddeliges Image abgelegt und sind salonfähig geworden.» Dating-Apps sind laut Nappo längst nicht mehr nur reine Kontaktbörsen. «Heute chatten die Mitglieder über diese Plattformen ungezwungen miteinander und lernen sich kennen. Dabei steht auch oft einfach nur die Unterhaltung im Vordergrund», sagt Nappo.

Entsprechend wird die Schweizer Kundschaft der Online-Partnerbörsen tendenziell immer jünger, das bestätigt Michael Latzer. Er ist Professor für Medienwandel und Innovation an der Universität Zürich. Latzer leitet im Rahmen des «World Internet Project» eine Schweizer Studie, an der neben der Schweiz über 30 weitere Länder teilnehmen. Demnach nutzen 77 Prozent der Schweizer (ab 14 Jahren) das Internet. Über 3 Millionen Schweizer sind in sozialen Netzwerken aktiv. «470 000 Personen oder 9 Prozent geben an, im Internet Kontakt- und Partnerbörsen zu verwenden», sagt Michael Latzer. Die meisten (11,7 Prozent) sind dabei unter 30 Jahre alt. Knapp 6 Prozent sind zwischen 30 und 44 Jahre alt, 3 Prozent zwischen 45 und 60 Jahre, und 4 Prozent sind älter als 60 Jahre. Soziale Netzwerke decken gerade bei jüngeren Nutzern einen Teil der Bedürfnisse ab, für die bisher Dating-Plattformen verwendet wurden.



Larissa Rohner vom Zuger Blumengeschäft Bluemelaupe überreicht dem App-Erfinder Lars Rominger eine Rose.

Bild Maria Schmid

Die beliebtesten Dating-Apps

Mitgliederzahlen in der Schweiz



Grafik: Lea Siegwant

China, das Land der Singles

PEKING red. Liebende feiern weltweit am 14. Februar Valentinstag. Quasi als Gegenstück begehen Alleinstehende in China am 11. November «Guanggunjie», den «Tag des Singles». Der Anlass geht auf den chinesischen Onlinehändler Alibaba zurück, dem der Tag jeweils Rekordumsätze beschert. Weil an diesem Tag auf dem Kalenderblatt vier Mal die Ziffer «eins» steht, erklärte ihn das Unternehmen prompt zum Tag der einsamen Herzen.

Umsatzrekorde

Der «Tag der Singles» ist der umsatzstärkste Tag in Chinas Internethandel. 2015 übertraf Alibaba mit einem neuen Umsatzrekord von umgerechnet rund 14,5 Milliarden Fran-

ken den Vorjahreswert von rund 9 Milliarden Franken deutlich, wie der Online-Gigant im vergangenen November bekannt gab. Das zum Unternehmen gehörende Bezahlssystem Alipay registrierte demnach während der Shopping-Orgie 710 Millionen Zahlungsvorgänge und mitunter 86 000 pro Sekunde.

Über 143 Millionen Chinesen gelten offiziell als Singles. Sie machen elf Prozent der Gesamtbevölkerung von China aus. Und das in einem Land, in dem Ehe und Familie einen hohen Stellenwert haben. Doch vor allem Männer zwischen 30 und 40 haben es heutzutage schwer, eine Partnerin fürs Leben zu finden. Aber auch unter Frauen wächst die Zahl der Singles. Auch die Scheidungsrate nimmt zu.