

Medienmitteilung

Liebe bleibt auch in Zeiten von Social Media Privatsache

Zürich, 7. Februar 2013 – **Wenn es um Liebe und Partnerschaft geht, geben sich Schweizerinnen und Schweizer auf Social-Media-Plattformen zugeknöpft. Zwar haben über zwei Drittel (68%) mindestens ein Profil auf Facebook, Twitter & CO, doch rund 80% lehnen es ab, ihr Liebesleben oder ihre Partnerschaft dort zu thematisieren. Über die Hälfte (53%) möchten sich aus Gründen der Privatsphäre nicht mit dem Partner „befreunden“. 96% sind sich einig, dass man über Social Media weder mit dem Partner Schluss machen noch sich am Ex rächen darf. Dies ergab eine repräsentative Umfrage der führenden Online-Partneragentur PARSHIP.ch bei der Schweizer Bevölkerung zwischen 18-69 Jahren.**

Zwei Drittel der Schweizer Bevölkerung (68%) besitzen heutzutage ein Profil auf einer Social-Media-Plattform wie beispielsweise Facebook oder Twitter. Sogar knapp die Hälfte der 60-69-Jährigen (48%) ist mittlerweile mit einem Profil im Internet vertreten. Die höchste Profil-Dichte weisen dabei die Nordwestschweizer (73%) und die Berner (72%) auf.

Trotz der grossen Beliebtheit von Social Media liegt den Schweizern ihre Privatsphäre in Liebesdingen auch weiterhin am Herzen: Nur gerade 4% thematisieren ihr Liebesleben regelmässig auf einer der Plattformen. Weitere 14% gaben zu, sich immerhin ab und zu darüber zu äussern, wobei Männer (18%) etwas mitteilbarer zu sein scheinen als Frauen (10%). Wenn es um die Partnerschaft geht, sind jedoch beide Geschlechter gleich verschwiegen: nur 3% lassen sich regelmässig und 17% ab und zu darüber aus. Am ehesten kommentieren die unter 29-Jährigen ihre Erfahrungen zu Liebe und Partnerschaft. Aber auch bei ihnen verzichten knapp zwei Drittel ganz auf entsprechende Einträge.

PARSHIP-Psychologin Barbara Beckenbauer meint dazu: „Die Mehrzahl der Schweizer machen es in Sachen Facebook instinktiv richtig und sind sich bewusst, dass mit zu intimen Beziehungsdetails rasch sehr viel kaputt gemacht werden kann. Soziale Netzwerke sind in erster Linie Freundschaftsplattformen. Details aus der Zweierbeziehung haben dort keinen Platz und verletzen sehr schnell die Privatsphäre des Partners.“

Privatsphäre wichtiger als mit dem Partner online „befreundet“ zu sein

Schon die Angabe „In Beziehung mit“ wird von der Mehrheit als Privatsache angesehen: Lediglich 30% der Befragten sprechen sich dafür aus, auf Facebook den Beziehungsstatus anzugeben. Auch lehnt es über die Hälfte der Befragten (57%) ab, mit dem Partner „befreundet“ zu sein - allen voran die Westschweizer (69%). Die meisten der Befragten begründen ihre Ablehnung mit dem Hinweis auf die Privatsphäre (49%) oder aber empfinden es grundsätzlich als unnötig (47%). Rund ein Viertel (29%) möchte von peinliche Liebesbezeugungen vorschont bleiben oder fürchtet, dass sie oder der Partner sich dadurch kontrolliert fühlen würden (26%).

Am wenigsten Berührungsängste haben diesbezüglich die Berner: Sie sind nicht nur top bei der Profil-Dichte, sondern sind auch am häufigsten gewillt, sich mit dem Partner zu „befreunden“ (53%). Aber auch in den anderen Regionen steht bei den Befürwortern nicht im Vordergrund, mehr über den Partner zu erfahren (16%) oder dadurch eine gewisse Kontrolle über seine Aktivitäten zu erhalten (9%), sondern vor allem das Argument, dass der Partner sowieso alles über einen weiss und man deshalb nichts zu verbergen hätte (58%). Auch sei man mit den meisten Freunden verbunden, wozu auch der Partner gehöre (56%). Für fast die Hälfte der Befragten gehört es zudem zum Vertrauensverhältnis (47%), mit dem Partner „befreundet“ zu sein.

Faires Verhalten gegenüber Ex-Partnern auch auf Social Media ein Muss

Auch wenn viele Verhaltensweisen sich durch die Social-Media-Nutzung nach und nach verändern, zeigen die Befragten eine klare Haltung, wenn es um faires Verhalten gegenüber Ex-Partnern geht: 96% sind sich einig, dass man mit dem Partner nicht über ein soziales Netzwerk Schluss machen soll oder dieses dazu missbrauchen darf, dem Ex-Partner eins auszuwischen, indem man zum Beispiel Gerüchte streut oder kompromittierende Fotos postet. Die Umfrage zeigt jedoch auch, dass diese Einstellung vor allem bei den unter 29-Jährigen nicht immer eingehalten wird: jeder und jede Dritte hat schon persönlich oder im Bekanntenkreis erlebt, dass eine Partnerschaft über Social Media beendet wurde oder ehemalige Partner gemobbed worden sind.

Über die Studie

Die repräsentative Studie wurde zwischen Dezember 2012 und Januar 2013 im Auftrag der Online-Partneragentur PARSHIP.ch vom Online Markt- und Meinungsforschungsinstitut Marketagent.com unter 1'004 Personen zwischen 18–69 Jahren in der deutschen und französischen Schweiz durchgeführt.

Über PARSHIP.ch

PARSHIP ist die führende Online-Partneragentur für langfristige Beziehungen in der Schweiz (PARSHIP.ch) und Europa (PARSHIP.com). PARSHIP-Mitglieder sind aktive, anspruchsvolle Frauen (51%) und Männer (49%) ab 30 Jahren. Allen Mitgliedern bietet PARSHIP maßgeschneiderte Services und Informationen sowie ein anonymes und sicheres Umfeld für die seriöse und erfolgreiche Partnersuche. Das PARSHIP-Prinzip des schrittweisen Zusammenfindens basiert auf einem 74 Fragen umfassenden wissenschaftlich basierten Verfahren. Mit seiner Hilfe werden jedem Mitglied die detaillierten Profile besonders gut zu ihm passender Mitglieder angeboten. Das zur Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck gehörende Unternehmen bietet seinen Service unter PARSHIP.com in derzeit 13 Ländern an.

www.PARSHIP.ch

Für weitere Informationen:

Stella Zeco

Contract Media AG

Medienstelle PARSHIP.ch

Büro +41 (0)44 209 60 00

Mobile +41 (0)79 602 10 86

Email stella.zeco@contractmedia.ch