



Single-Party*, Online-Partnerbörsen: Millionen suchen nach Mr oder Mrs Right

Maschinisten der Liebe

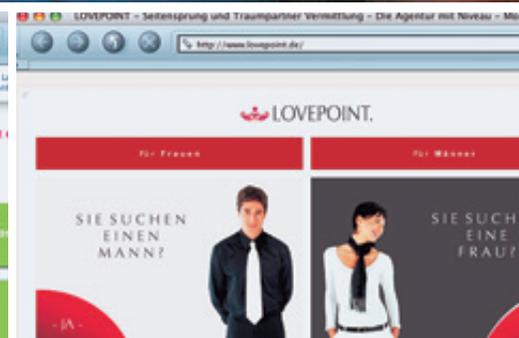
Noch nie haben in Deutschland so viele Menschen allein gelebt wie heute – und so boomt das Geschäft mit den einsamen Herzen: Auf dem Markt tummeln sich seriöse Unternehmen, aber auch Abzocker. Vor allem das Internet hat die Partnersuche revolutioniert.

Vielleicht ist das ja eine gute Voraussetzung, in das Geschäft mit der Einsamkeit einzusteigen: zu wissen, wie es sich anfühlt, wenn niemand da ist; zu wissen, wonach sich Singles wider Willen sehnen.

Mitte der neunziger Jahre wurde Heike von Heymann von ihrem Mann verlassen. Da saß sie nun in ihrer Hamburger Doppelhaushälfte, auf der die Hypotheken lasteten. Ihre Tochter war gerade zwei Jahre alt, und eine Kassiererin im Aldi-Markt war die Einzige, die sich ihre Probleme noch anhören wollte.

Heymann biss die Zähne zusammen, sie schlug sich als Programmiererin durch. Und weil sie damit quasi vom Fach war, machte sich die 45-Jährige im gerade erst aufkommenden World Wide Web auf die Suche nach einem neuen Mann. Was sie fand, waren fast ausschließlich Schmud-delseiten und Chatrooms, in denen sich im

* Am 6. Januar im schleswig-holsteinischen Schenefeld.



WWW.GREGORSCHLAGER.DE

Schutz der Anonymität die Verklebten und Versauten der Nation herumtrieben.

Der Mangel an seriösen Angeboten brachte sie auf eine Idee: Heymann gründete die Online-Flirtbörse „Dating Café“. Inzwischen hat ihre Firma elf Beschäftigte und macht eine Million Euro Jahresumsatz, Einnahmen durch Events und Werbung anderer Unternehmen auf ihrer Website nicht eingeschlossen. Die Doppelhaushälfte ist längst abbezahlt, und einen Mann hat sie auch gefunden, im eigenen Internet-Portal. Bei Kunde 206 – groß, braunhaarig, kinderlieb – machte es klick, so heißt das im Flirtbörsen-Jargon.

Heymanns Pioniertat markiert die Geburtsstunde eines gigantischen neuen Markts. Inzwischen leben Hunderte Unternehmer vom Handel mit der Ware Liebe. In den vergangenen Jahren ist eine eindrucksvolle Industrie entstanden, die nichts anderes im Sinn hat, als Mann

und Frau auf gemeinsame Sprünge zu helfen.

Kaum ein Großereignis, kaum eine Party, kaum ein Internet-Portal, die inzwischen nicht mit dem Flirtversprechen werben. Nicht mal Kochkurse sind einfach nur noch Kochkurse, sondern immer öfter „Cooking for Fun“-Events für Singles.

Sogar Volkshochschulen bieten Kontakttraining an, TV-Kanäle füllen das Abendprogramm mit mehr oder minder plumpen Kuppelshows, gegen die das gute alte ARD-„Herzblatt“ wie ein Seniorentanztee im Vergleich zu einer Oben-ohne-Bar wirkt. Agenturen suchen Partner für Superreiche, laden zum Single-Dinner oder organisieren Fast-Datings, bei denen sich die Teilnehmer im Minutentakt auf Ehefähigkeit prüfen lassen.

Die „Bild“-Zeitung hat ihre Hamburg-Ausgabe um einen wöchentlichen vierseitigen Kontaktanzeigenteil mit dem lüster-

nen Namen „Alsterliebe & Elbverkehr“ erweitert. Es gibt Single-Skatekurse, Single-Segeln, Single-Kino, Single-Weinproben, Single-Reisen und Single-Ratgeber. Man traut sich inmitten der Singlemanie kaum noch guten Gewissens zu zweit aus dem Haus, und wenn, dann fest untergehakt.

Auch die Halbwelt macht ihren Reibach, vor allem mit den sogenannten Katalogfrauen aus Asien, Lateinamerika und Osteuropa. Doch all die zur Schau gestellten Tanjas und Swetlanas im Twen-Alter, die sich tiefdekolletiert und in knappen Röckchen zu Hunderten auf Homepages räkeln, sehnen sich wohl nur nach einem Fotohonorar, selten aber nach einem Gatten aus Deutschland. Wer sie kennenlernen will, erfährt meist, dass er leider zu spät dran ist. Aber schließlich habe man noch andere Damen im Sortiment.

Vor allem im Internet boomt die Kuppellei. Im vergangenen Jahr stieg der Umsatz

der Branche auf schätzungsweise 76 Millionen Euro, 2004 waren es nach Erhebungen der Privatinitiative Singleboersen-vergleich.de noch 45 Millionen Euro.

Medienunternehmen wie Holtzbrinck (Parship.de), T-Online (Friendscout24.de) oder Burda (Elitepartner.de) tummeln sich inzwischen mit Internet-Seiten im Partnergeschäft.

In den USA und Frankreich sind die ersten Netzportale bereits an die Börse gegangen, die französische Firma Meetic hat im ersten Halbjahr 2005 rund 2,3 Millionen Euro Gewinn erwirtschaftet. Für das vergangene Jahr hatte das Marktforschungsinstitut Jupiter Research den US-Firmen einen Umsatz von 500 Millionen Dollar prognostiziert, und die „Neue Zürcher Zeitung“ wagt die Prophezeiung, in Europa werde sich das Marktvolumen der Online-Kuppler bis zum Jahr 2010 vervierfachen.

Auch in Deutschland suchen Millionen Frauen und Männer online – und meist kostenpflichtig – nach Mr oder Mrs Right. Bis zu 2000 deutschsprachige Angebote zählen die Macher des „Singlebörsen-Vergleichs“, rund 50 davon haben eine ernstzunehmende Größe.

Sie profitieren gleich von mehreren gesellschaftlichen Trends: Immer mehr Menschen akzeptieren das Internet als Plattform für die Vermittlung von Dienstleistungen und Waren aller Art. Viele glauben zudem, sie hätten immer weniger Zeit und Gelegenheit, auf herkömmliche Art den oder die Richtige zu finden – mögen aber gleichwohl ihre hohen Ansprüche nicht herunterschrauben.

Und vor allem: Lebenslange Beziehungen werden immer seltener, da hilft der verzweifelte Kampf der katholischen Kirche für die Ehe recht wenig: „Nachdem sie in den sechziger Jahren ihr Monopol verloren hat, Sexualität zu legitimieren, verliert sie nun ihr Monopol, Beziehungen zu definieren“, so der Hamburger Sexualwissenschaftler Gunter Schmidt, der Mitte Januar gemeinsam mit Kollegen die Studie „Spätmoderne Beziehungswelten“ vorgelegt hat, für die 776 Teilnehmer aus Ost und West Auskunft gaben*.

Das Konzept der „seriellen Monogamie“ setzt sich Schmidt zufolge durch, und zu diesem Lebensstil gehören auch Single-



Werbefoto für Single-Reisen: Eine ganze Industrie hilft Mann und Frau auf die Sprünge

Phasen. Wer immer mal wieder allein ist, wird sich immer mal wieder nach einem Partner umsehen – und ist ein potentieller Kunde.

Finanzstarke Traditionalisten schalten immer noch gern Zeitungsanzeigen, etwa im Wochenblatt „Die Zeit“. Eine durchschnittliche Annonce in der Rubrik „Kennenlernen“ kostet dort 117 Euro. Jeden Donnerstag kann man sehen, dass weder Geld noch Klugheit unbedingt glücklich machen.

Da sehnt sich der humorvolle, reise-
freudige Professor, Mitte fünfzig, nach einer 20 Jahre jüngeren „charakterfesten,

Eine Spalte weiter annonciert der „Vice-President“ eines Weltunternehmens in den USA. Den müsste Magnaten-Papa doch eigentlich kennen – vorausgesetzt, hinter diesen von vermeintlich seriösen Agenturen geschalteten Chiffre-Anzeigen verbergen sich wirklich Schicksale aus den Salons des Großbürgertums und nicht nur Lockangebote, mit denen auch die teuersten Partnervermittlungen gern mal hantieren.

Längst surft die Reisebranche mit auf der Gefühlswelle. Wie in einer Bacardi-Werbung sollen unter Palmenhainen und bei rotglühenden Sonnenuntergängen die Herzen schneller klopfen.

Vor fünf Jahren hat der Hamburger Veranstalter Sunwave die erste Single-Reise ins Programm genommen, damals machte dieser

TIEFDEKOLLETIERT RÄKELN SICH SOGENANNT KATALOGFRAUEN AUF HOMEPAGES.

christlichen Frau“ mit Kinderwunsch. Und da fahndet die „kluge und selbständige Frau“, 43, nach „einem beziehungs-fähigen Mann mit Badewanne“ zum „gemeinsamen Plantschen“.

In der „Frankfurter Allgemeinen“ sucht der „sportlich-schlanke Vorstand aus der Textilindustrie“, der weder auf Sylt noch in Südfrankreich fündig wurde, eine adäquate Partnerin. Gute Chancen dürfte auch die „bildhübsche Mädchenfrau (28/171)“ haben, deren „Vater einer der großen dtsh. Wirtschaftsmagnaten in USA“ war und die auf den „Elite-Unis“ nichts Passendes fand.

Geschäftszweig gerade mal fünf Prozent des Umsatzes aus. Heute lebt Geschäftsführer Otto Witten überwiegend vom Single-Geschäft.

Sein aktueller Sommerkatalog ist für Pärchen sogar tabu: Buchen dürfen nur Partnerlose. So radikal sind allerdings nur wenige. Die meisten Urlaubsangebote für Alleinstehende beschränken sich derzeit darauf, das Doppelzimmer zum Preis eines Einzelzimmers anzubieten.

Die meisten aber, die als Singles auf die Pirsch gehen, suchen erst einmal daheim im Netz, ehe sie Hunderte Euro in Fernreisen investieren. Online-Dating ist zum

* Gunter Schmidt u.a.: „Spätmoderne Beziehungswelten“. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden; 160 Seiten; 21,90 Euro.



Annäherung in einer Berliner Tanzschule (1963): *Ungleiche Paare sind heute nicht mehr vorgesehen*

Damit sie bei der Partnersuche wenig Zeit mit den Falschen vergeuden, erleichtern Filterprogramme bei den meisten Partnerbörsen die Auswahl. Das Prinzip unterscheidet sich kaum vom Autokauf im Netz. Die Kunden können ihre Suchkriterien eingeben – ob Augenfarbe, Gewicht, Einkommen, Hobbys oder Hochschulabschluss.

„Zwischen den so gezielt ausgewählten Partnern gibt es weniger Konfliktpotential“, lobt Andreas von Maltzan, Geschäftsführer von Neu.de, das System. Männer, die in ihrem Profil Wörter wie „Kunst“, „Kultur“ oder „Geborgenheit“ verwenden, bekommen die meisten Zuschriften, ergab eine Studie von Liebe.de. Die Worte „angeln“ oder „Fußball“ hingegen sind sichere Flirtkiller. „Natürlich gibt es im Leben auch die ‚Pretty Woman‘-Geschichten. Aber die sind statistisch gesehen sehr selten.“ Im Netz würden Prinz und Aschenputtel sich nie treffen.

BERND THIELE / JULSTEIN BILBERDIENST

Massenphänomen geworden, es ist das demokratischste Kennenlernprogramm der Welt: Jeder darf mitmachen, alle dürfen wählen. Wer sein Profil in einer der seriösen Internet-Börsen veröffentlicht oder in den Angeboten stöbern will, zahlt meist Monatsbeiträge zwischen 5 und 30 Euro und kann damit seine Chancen auf dem Markt der Liebe durchaus steigern. Denn noch nie war es so leicht, sich spontan mit wildfremden Menschen zu verabreden. Und nirgendwo treffen Suchende auf so viele andere Suchende.

Schämten sich Paare früher noch, zu erzählen, dass sie sich via Internet kennengelernt haben – das roch nach Schlussverkauf und Schmuddelkram –, werben glücklich Vermählte wie Anke und Martin Wanjura heute offen für die elektronische Kontaktaufnahme.

Die beiden haben sich vor drei Jahren über die Internet-Firma Parship gefunden. Das Holzbrinck-Unternehmen, das zu den größten der Branche zählt, hat nach eigenen Angaben europaweit 1,6 Millionen Suchende in den Dateien. Bevor Anke in diesem Wust der Fotos, Altersangaben und Selbstbelobigungen ihren Martin fand, war die Suche bei Parship allerdings ziemlich ernüchternd verlaufen: Ein Kandidat hatte ihr beim Spazierengehen im Stuttgarter Schlosspark gleich offenbart, dass er Treue für spießbürgerlich hält, ein zweiter lästerte den ganzen Abend lang nur über seinen Job und das miese Gehalt. Ihr

Desinteresse hielt ihn nicht davon ab, sie noch Monate später mit E-Mails zu bombardieren.

Mit Martin Wanjura hingegen telefonierte sie schon vor dem ersten Treffen stundenlang. Als der 51-jährige geschiedene Schiffsoffizier dann vor ihrer Tür stand, hat sie sich gleich verliebt. „Selbst meine Katzen haben ihn gemocht.“ Eine Woche später machte er ihr den Heiratsantrag.

Anfänglich „wurden diese Netz-Eskapaden als exotische Randphänomene betrachtet, teilweise auch belächelt oder pathologisiert“, sagt die Ilmenauer Medienwissenschaftlerin Nicola Döring. Inzwischen würden sie „als normal und alltäglich“ angesehen.

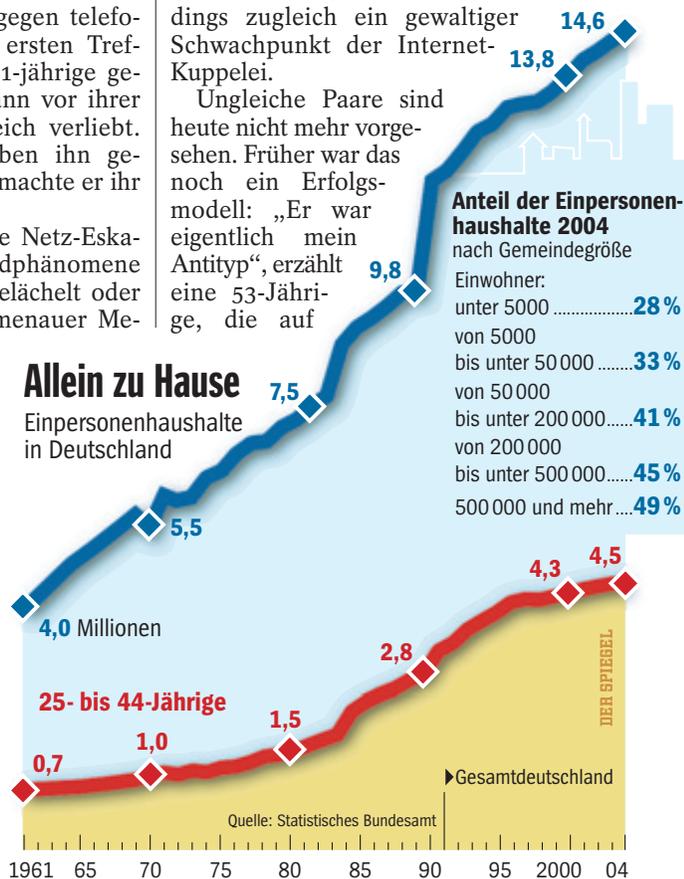
Das Internet erscheint vielen als der schnellste Weg zum Glück: drei, zwei, eins, meins – wie nach dem Werbeslogan des Internet-Auktionshauses Ebay. Doch den Herzbuben, die Trumpfdame fürs Leben zu finden ist dann doch etwas diffiziler, als ein gebrauchtes Sofa zu ersteigern. Viele wissen nicht, dass die meisten Suchenden nach einer Parship-Befragung im Schnitt drei Jahre brauchen, um den Richtigen zu finden.

Denn wer nicht ins Raster passt, taucht gar nicht erst in der Ergebnisliste auf. Diese kalte Präzision ist allerdings zugleich ein gewaltiger Schwachpunkt der Internet-Kuppelei.

Ungleiche Paare sind heute nicht mehr vorgesehen. Früher war das noch ein Erfolgsmodell: „Er war eigentlich mein Antityp“, erzählt eine 53-Jährige, die auf

Allein zu Hause

Einpersonenhaushalte in Deutschland





OLIVER BODNER / ACTION PRESS

ARD-Kuppelshow „Herzblatt“: Neues Genre namens „Lovetainment“

einer Studentenparty ihrem künftigen Gatten das erste Mal begegnete. Der vollbärtige Kerl – Kategorie einsamer Wissenschaftler – war so ziemlich das Letzte, was sie sich erträumt hätte. Kein Vierteljahr später haben sie dann doch geheiratet, in zwischen wurde silberne Hochzeit gefeiert. Die Filter der Single-Portale hingegen hätten die Liebe ihres Lebens erst gar nicht in der Trefferliste angezeigt.

Eine weitere Schwäche des Systems hat Arndt Roller, Geschäftsführer der Kontaktbörse Parship, am eigenen Leib zu spüren bekommen. Drei Frauen lernte er über das eigene Online-Angebot kennen. „Alle drei haben gut gepasst, aber bei keiner hat es gefunkt. Die Chemie hat nicht gestimmt“, stellt Roller nüchtern fest. Das Internet vermittelt Wahrscheinlichkeiten – keine Gefühle.

Die mathematische Nüchternheit bei der Partnerwahl mutet denn auch manchen an wie der Sieg des Computers über das Chaos der Herzen – wirklich neu ist aber nur die Hardware. In gewisser Weise sind die Checklisten der Internet-Kuppler mit ihren Fragen nach Grundbesitz, Zweitwohnung und Autotyp („Mittelklasse, Luxusklasse, Oberklasse?“), wie sie etwa auf dem Portal Partner.de gestellt werden, nur eine Rückkehr zu Kriterien, die schon vor 355 Jahren Geschäftsgrundlage waren.

Am 29. September 1650 eröffnete Henry Robinson in der Londoner Threadneedle Street sein „Office of Addresses and Encounters“ – das erste historisch dokumentierte Eheanbahnungsinstitut. Und Sir John Dimly, Lord of Manor and Henry Castle, war einer seiner ersten Kunden.

Laut einer Annonce wünschte der Lord, „einen Vertrag der Ehe mit einer jungen Frau zu schließen“. Das wichtigste Kriterium: „Die Frau muss ein Vermögen von 300 Guineas besitzen. Es ist gleich, ob sie Jungfrau oder Witwe ist oder ob sie von ihrem vorherigen Ehemann schwanger ist. Weitere intime Informationen können gegebenenfalls von Sir John Dimly persönlich eingeholt werden oder per Brief. In letzterem Fall muss das Porto allerdings bezahlt

Für jeden Geschmack

Singlebörsen mit über einer Million registrierten Teilnehmern in Deutschland

Quelle: Singlebörsen-Vergleich

	BESONDERHEIT
	Gehört zur Scout24-Gruppe und damit zu T-Online
	Ableger der Jamba!-Gruppe, Bezahlung über Mobilfunkrechnung
	Einer der internationalen Top-3-Player
	Bestandteil von meetic.com, dem Europa-Marktführer
	Größtes Marketing-Budget, umfangreiche Außenwerbung
	Bestandteil von Freenet, dem Anbieter von Internet-Zugängen

DER SPIEGEL

sein.“ Seine Lordschaft steckte offenbar in erheblichen Nöten.

Über die Liebe als Himmelsmacht ließ der Adlige nichts verlauten – für dergleichen war es historisch gesehen aber auch noch viel zu früh: Die romantische Liebe als Motiv der Ehe ist eine Erfindung des 18. Jahrhunderts. In den Epochen zuvor war eine Hochzeit zumeist ein ökonomisches Arrangement, eingefädelt von Familienoberhäuptern, gekoppelt an den wirtschaftlichen Status. Für Liebe oder auch nur Zuneigung blieb bei solchen Fusionen wenig Raum.

Seit solche Vernunftehen nicht mehr normal sind, bilden Gefühle das Fundament einer Beziehung – und für deren Bestand kann niemand garantieren. So hat sich seit den siebziger Jahren die Zahl der Scheidungen in Deutschland verdoppelt, etwa gut ein Drittel der Ehen werden im Schnitt irgendwann wieder geschieden.

Parallel dazu steigt der Anteil der Einpersonenhaushalte – derzeit liegt er im Bundesdurchschnitt bei 37 Prozent, in manchen Großstädten wie Hamburg und Frankfurt bei fast 50 Prozent. Knapp ein Fünftel der Bevölkerung wohnt allein – was freilich nicht heißt, dass all diese Menschen Singles sind. Wie hoch deren Zahl ist, erfasst keine Statistik, Schätzungen reichen, je nach Definition, von vier bis elf Millionen. Nach einer Erhebung der Firma Parship hätten 46 Prozent der Singles freilich lieber einen festen Partner oder eine Partnerin.

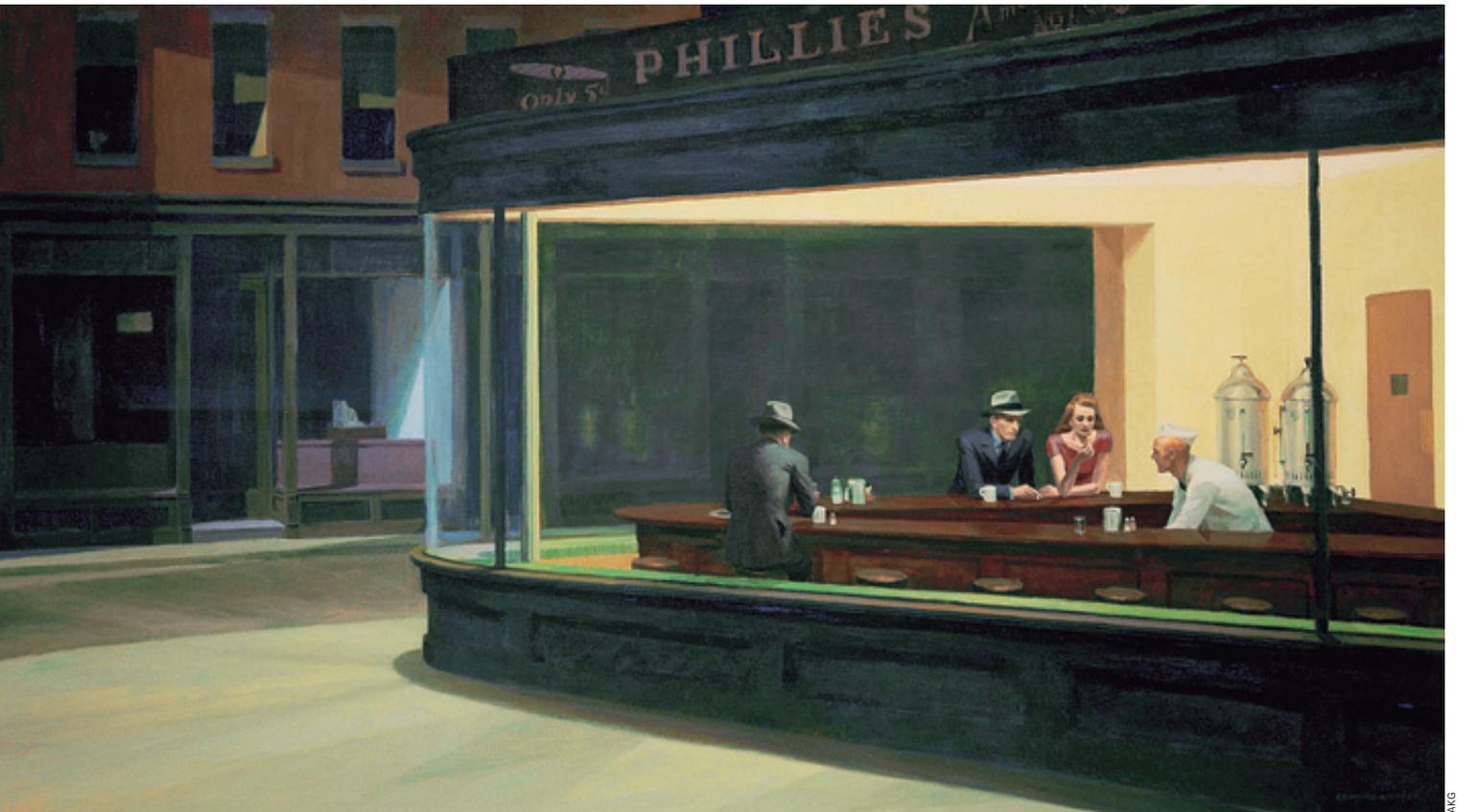
Vor allem ältere Frauen und arbeitslose Männer haben es Wissenschaftlern zufolge aber schwer, einen Lebensgefährten zu finden. Schmerzhaft verspüren sie die Diskrepanz zwischen medialer Scheinwelt und ihrer eigenen Wirklichkeit. Werbung und Fernsehen zeigen Zweisamkeit und Herzschmerz auf allen Kanälen.

Nie bestritten so viele Sender ihr Programm mit den großen Gefühlen, dem Glück und dem Drama der Liebe. Und selten zuvor gab es mehr Menschen, denen das fehlt.

Zu allem Überdross haben die Fernsehgewaltigen schon vor Jahren die quotenfördernde Wirkung von Kuppelshows zu schätzen gelernt. Die heißen „Nur die Liebe zählt“, „Je t’aime – Wer mit wem“ oder „Der Bachelor“ – für die RTL-Sendung wurde ein vermeintlicher Traummann mit Model-Gesicht mit 25 Frauen zusammengebracht; die Zuschauer warteten darauf, dass sich eine wahre Liebesgeschichte entspannt. „Lovetainment“ taufte Fernsehprofis das Genre.

Auch das Kino hat die Singles entdeckt. Hollywood-Filme wie „E-Mail für Dich“, „Hitch – Der Date Doktor“ oder auch die deutsche Produktion „Sommer vorm Balkon“ spiegeln die Irrungen und Wirrungen der Partnersuche unserer Zeit. TV-Kultserien wie „Sex and the City“ drehen sich immer nur um das letzte und das nächste Date.

Jenseits des Leinwand-Glammers soll das Internet auch Normalbürgern den Traum



Einsamkeit in der Kunst*: „Singles werden heutzutage als defizitäre Figuren wahrgenommen“

von der großen Liebe – oder vom schnellen Sex – erfüllen. Und das am besten sofort.

„Selbst wenn Sie Ihr Leben lang auf Single-Partys gehen, so viele Menschen wie im Netz können Sie nicht treffen“, rechnet Neu.de-Chef Maltzan vor.

Wer sich bei Single-Börsen einloggt, kann an einem Abend mehr potentielle Partner ansprechen als sonst in einem Jahr, er muss dafür nicht einmal das Haus verlassen.

Er kann Unsicherheiten zunächst genauso verbergen wie Stottern, schlechte Zähne oder einen Kugelbauch. Auch eine Abfuhr tut etwas weniger weh, wenn man gleich zum nächsten Kandidaten weiterklicken kann.

Online-Kunden scrollen in Fotolisten herauf und herunter, durchsuchen wie im Versandhauskatalog die Steckbriefe oder lassen sich vom Rechner das vermeintlich perfekte Gegenstück herausfiltern. Der Computer verrät ihnen, wer nach Wohnort, Alter oder Einkommen passen könnte.

Im Prinzip funktionieren die Internet-Dienste alle gleich: Die Kunden zahlen ihre Gebühren und erhalten dafür einen Netznamen und ein Passwort. Dann kann sortiert werden. Doch wenn alles weitere so leicht wäre, wie die Firmen behaupten, gäbe es natürlich viel weniger Singles – und viel weniger Single-Portale.

Eine Umfrage der Universität Zürich unter 4110 Online-Datern im Durchschnittsalter von 34 ergab immerhin, dass 23 Prozent einen Partner fanden und mindestens ein halbes Jahr mit ihm zusammen waren. 12 Prozent gaben erstaunlicherweise an, sich sogar schon vor dem ersten Treffen allein durch den E-Mail-Kontakt verliebt zu haben.

Noch erstaunlicher: „Es hat sich eindeutig bestätigt, dass im Internet aufgebaute Beziehungen so echt wie herkömmliche sind, da sie ihre anfänglich rein virtuelle

Zicken“ reagiert, „die weder Input noch Output liefern“.

Eher ums Rein und Raus schien es auch einem getrenntlebenden Maurer zu gehen, der die ihm gänzlich unbekannt Journalistin „jetzt schon fühlen“ wollte. Sprachgewaltiger machte sich ein golfspielender „strategic manager“ ans Werk – „ein brüllender Löwe ohne Mähne, der Dich nur beißt, wenn Du es willst“. Die Frage nach einem Ort, an dem er sich besonders wohlfühle, beantwortete er mit einem wenig feinsinnigen „Na, wo wohl ...“.

IM NETZ VERLIEREN VIELE DIE HEMMUNGEN UND FALLEN MIT DER TÜR INS BETT.

Natur ziemlich schnell hinter sich lassen“, so der Befund der Zürcher Studie. Und dazu fällt der Anfang so viel leichter: Drei Viertel der Befragten schätzten an erster Stelle die Anonymität des Internet, die Hälfte gab an, dort „weniger Hemmungen“ zu haben.

Das allerdings hat auch Nachteile, wie eine 33-jährige Journalistin aus Berlin weiß: Seit knapp drei Jahren ist sie bei Parship gelistet. Und viele Männer, die der Computer ihr zuteilt, agieren doch sehr plump.

Ein Diplom-Wirtschaftsingenieur (31, 1,84) etwa beschrieb seinen perfekten Tag als einen, an dem sich „berufliche Erfolgserlebnisse, positiv bestätigende Sozialkontakte und heißer Sex“ zu einem flotten Dreier fügen. Klar, dass so einer „allergisch auf überanspruchsvolle

Doch auch jene, die nicht sofort mit der Tür ins Bett fallen, werden durch die Anonymität des World Wide

Web vor den Auswirkungen der eigenen Peinlichkeit geschützt – wie jener Wirtschaftsprüfer, der laut Selbstauskunft „eine Welt schaffen“ will, „in der ökonomisches Kalkül stets anreizkompatibel ist mit sozialer Fürsorge der Schwachen“.

Nach einer Studie der Schweizer Universität St. Gallen sind 63 Prozent der Nutzer von deutschsprachigen Kontaktseiten zwischen 19 und 34 Jahre alt. 70 Prozent sind Männer. Vor allem Frauen aus Westdeutschland würden sich zurückhalten, so die Untersuchung, ihre Geschlechtsgenossen aus dem Osten der Republik würden wesentlich aktiver nach einem Partner fahnden und seien häufiger auf den einschlägigen Web-Seiten vertreten.

Angesichts des Frauenmangels ballern manche Männer wie aus einer Schrotflin-

* Edward Hoppers Gemälde „Nachtschwärmer“ von 1942.



SCHIAVELLA / DPA

Papst Benedikt XVI.: Ver zweifelter Kampf gegen den Bedeutungsverlust der Ehe

te an einem Abend 200 Nachrichten los – in der Hoffnung, irgendeine Maid dann doch noch zu erlegen.

„Keine Massenmails!“, warnte Sabine U. deshalb in ihrem Internet-Profil. Nach kurzer Zeit war die damals 35-jährige Frau aus Ostwestfalen vom Angebot der Online-Börse Neu.de genervt: „Viele wollen noch nicht einmal ein richtiges Abenteuer, die wollen Cybersex – todlangweilig.“

Mit ihren Ansprüchen an einen zukünftigen Partner liegt Sabine U. den Online-Kupplern zufolge ganz im Trend: Ein Kuschelbär darf der Zukünftige nicht sein, ein Wollpulliträger ebenso wenig wie ein Scheidungsoffer mit leergeräumtem Konto („Ich habe keinen Mutter-Teresa-Instinkt“).

Einen ordentlichen Job muss er haben, und die deutsche Syntax sollte Mr Perfect halbwegs beherrschen – was den Kreis potentieller Partner schon recht stark dezimiert.

Große Kompromisse wollen die meisten Singles nicht eingehen. So schlimm finden sie ihr Alleinsein nun auch wieder nicht, obwohl es seine Tücken hat. Dass Singles etwa ihr unabhängiges Leben wild genießen, entpuppt sich nach den Erkenntnissen von Sozialwissenschaftlern als Irrglaube: So haben 60-jährige verheiratete Frauen der Schmidt-Untersuchung zufolge häufiger Sex als 30-jährige alleinstehende Männer.

Der Mainzer Soziologe Stefan Hradil, Autor der von der Bundesregierung in Auftrag gegebenen Studie „Die ‚Single-Gesellschaft‘“, diagnostiziert ein unerfreuliches Image der einsamen Cowboys und wilden Pistenmäuse: „Singles werden heu-

te durchweg als defizitäre Figuren wahrgenommen.“

Das ist gut für die Kuppelunternehmen; und weil heute 30-Jährige laut Schmidt schon mehr Single-Perioden erlebt haben als heute 60-Jährige, scheint der Markt noch lange nicht ausgeschöpft. „Das Geschäft mit den Singles ist das krisensicherste überhaupt“, freut sich Neu.de-Geschäftsführer Maltzan. „Scheidungen und Trennungen wird es immer geben.“ Rund zehn Millionen Euro hat die Online-Kontaktbörse im vergangenen Jahr umgesetzt, mit rund 3,3 Millionen registrierten Mitgliedern.

Zudem sind Singles eine erstklassige Kundschaft: Überdurchschnittlich gebildet,

60-JÄHRIGE EHEFRAUEN HABEN HÄUFIGER SEX ALS 30-JÄHRIGE SINGLE-MÄNNER.

arbeiten sie Hradil zufolge „überproportional oft als qualifizierte Angestellte und als akademische Freiberufler“.

Das durchschnittliche Pro-Kopf-Haushaltseinkommen der Singles in Deutschland rangiert mit rund 1340 Euro netto pro Monat gleich hinter dem kinderloser Paare. Sieht man von jenen alleinstehenden Männern ab, die ein besonders niedriges Einkommen haben und ganz schwer eine Partnerin finden, bringen gerade die Single-Männer oft Spitzenlöhne nach Hause.

Jede Online-Flirt-Firma hofft, mit ihnen noch eine Menge Geld verdienen zu können. Die Großen im Markt rangeln darum, die Nummer eins zu werden wie Google bei den Suchmaschinen, Ebay bei den Auktionshäusern oder Amazon bei den Buchhändlern. „Maximal fünf bis acht An-

bieter werden auf diesem Markt überleben“, schätzt Arndt Roller, Geschäftsführer von Parship. Im Kampf um die neuen Kunden gilt oft: Das größte Angebot ist auch das beste. Der Wettbewerbsvorteil der Partnerfundgrube Internet bleibt die Masse.

Kleinere Anbieter suchen sich profitable Nischen. Selbst die Tierfutter-Produzenten der Verdener Firma Masterfoods („Pedigree“) kamen nach einer PR-Studie zum „Flirtfaktor Hund“ auf die Idee, mit der Internet-Seite „Date a Dog“ Herrchen und Frauchen zusammenzuführen. Nun schnuppert dort Rüde Magic, vier Jahre, für Frauchen Dani, 35 Jahre, nach einem geeigneten Hundefreund.

Für Astro-Fans eröffnete die gelernte Bilanzbuchhalterin Barbara Illing aus Berlin vor einigen Monaten eine Sterngucker-Börse – nachdem sie auf Partys zuvor das Kuppeln nach Himmelszeichen geübt hatte. Zwölf Fragen müssen die Kunden beantworten, „die Geburtszeit sagt eigentlich schon alles“, behauptet Illing. 75 Euro kostet ihre Astro-Expertise. Und findet sich trotz Uranus und Pluto kein passender Partner, liegt die Schuld natürlich nicht bei den Sternen, sondern bei den Kunden – dann lebten die „eben nicht nach ihrer astrologischen Bestimmung“, so Illing.

Es gibt Single-Börsen für Dicke (Mollyparadies.de), einsame Landwirte (Landflirt.de) und allerlei weitere für Behinderte, Veganer, Sadomaso-Fans, Teenager, Juden, Muslime, Senioren, Schwule, Lesben. Fremdgänger klicken bei Meet2cheat.de rein, und wer erst mal bloß seinen Freundeskreis erweitern will, kann bei einem Anbieter wie New-in-town.de suchen, der im Prinzip gegen Gebühr bundesweit Stamm-tische organisiert – nur dass „keiner kommen würde, wenn wir’s so nennen“, sagt der Frankfurter Projektleiter Jochen Nehr.

Katholiken können seit Juni vergangenen Jahres unter Kathtreff.org online nach

ihrem Traumpartner fahnden. Die Kandidaten müssen sich, so steht da, an Gottes Gebote halten und „kirchenrechtlich in der

Lage sein“ zu heiraten – Fremdgänger und Geschiedene sind unerwünscht. „Wer den flotten Flirt sucht“, sagt Geschäftsführerin Gudrun Kugler-Lang, „beißt sich an unseren Mädels die Zähne aus.“ Dafür bekommen die Kunden für ihre 25 Euro Mitgliedsbeitrag pro Quartal Tipps wie: „Beten Sie täglich um den richtigen Ehepartner.“

Die Akzeptanz der teils skurrilen Spezialangebote scheint die Theorie zu bestätigen, dass sich Gleich und Gleich am liebsten gesellt. Der Hamburger Sozialpsychologe Erich Witte, wissenschaftlicher Berater von Partner.de, ist überzeugt, dass zwei Bindungswillige am besten ähnliche Vorstellungen von Nähe und Distanz, von ihren Kontakten zur Außenwelt und ihrer sozialen Stellung haben sollten. Idealer-

Falsche Gefühle

Wie ein Single im World Wide Web seine Traumfrau sucht

Der Text auf der Internet-Seite der Partnerbörse Single.de liest sich ein wenig düster: „Alles, was du in deinem Leben an Ungerechtigkeiten, Lügen, Betrug und Kälte anderen Menschen zugefügt hast, kommt wieder zu dir zurück – in sieben Jahren“, warnt Michael Bach dort in seinem Profil. Der Spruch soll ganz bewusst all jene Interessentinnen abschrecken, die nur Schindluder treiben wollen mit seinen Gefühlen. Der

ist er gerade frisch geschieden. Aufregend scheint ihm der virtuelle Heiratsmarkt, verlockend das schier grenzenlose Angebot kontakthungriger Menschen. Bach klickt von jung zu alt, von brünett zu blond, von der Business-Frau zum Barluder. Das nette Lächeln einer Stephanie hat es ihm schließlich angetan. Sie mag AC/DC und Rammstein. Damit hat sie bei Bach schon gewonnen. Nach zwei, drei E-Mails greift er zum Telefon. „Das Tollste war die

sich das vorgestellt hat – und zu dünn. Er kommt in Jeans und Turnschuhen, sie im piekfeinen Hosenanzug. Selbst dieses Lächeln, das er auf ihrem Foto so anziehend fand, ist verschwunden. „Wir saßen uns gegenüber und hatten uns nichts mehr zu sagen.“

„Falsche Gefühle“ nennt Michael Bach solche Irrtümer heute. Seitdem besteht er auf ein Tête-à-Tête spätestens nach dem dritten Telefonat. Sonst bricht er den Kontakt ab.

Mit Britta geht dann aber alles ganz schnell. Mailen. Telefonieren. Treffen. Das erste Date dauert drei Tage.

Bald darauf hat der Bäckergeselle drei Wochen frei und führt seiner neuen Liebe den Haushalt. Nach zwei Wochen träumen sie von einer gemeinsamen Wohnung. Nach sechs Wochen schmeißt Britta ihn raus. „Ich bin halt so ein Fürsorglicher. Britta suchte eher ein Schwein“, so sieht Bach das. Falsche Gefühle – schon wieder.

Inzwischen hat Bach die Suche ein wenig verfeinert, und er ist pragmatischer geworden. Seine Zukünftige muss in der Nähe wohnen, denn der Bäcker hat um 2.30 Uhr Dienstbeginn. „Da habe ich keine Lust, jeden Morgen 90 Minuten Auto zu fahren.“ Auf ein nettes Lächeln kommt es ihm immer noch an. Fünf oder sechs Frauen sind in den letzten Monaten spannend genug für ein Treffen: Mit Michaela hat er eine längere Affäre; Manuela wird zu einer guten Freundin. Keine

falschen Gefühle, aber auch nicht die richtigen.

In der Disco sprechen ihn die Single-Scouts der „Bild“ an. Wenig später erscheint sein Steckbrief mit Foto auf den Seiten „Alsterliebe & Elbverkehr“. 60 Frauen schreiben ihm. Zum Verlieben ist keine dabei.

Sein persönliches Fazit nach vier Jahren Internet-Suche: alle beziehungsunfähig. Trotzdem will er nicht aufgeben, sein Selbstbewusstsein als Herzensbrecher ist intakt. So surft, klickt, mailt er weiter – auf der Suche nach richtigen Gefühlen. Auch im World Wide Web gilt das alte Prinzip Hoffnung.

ULRIKE DEMMER



Single Bach auf Partnersuche im Netz: „Die sind alle beziehungsunfähig“

Bäckergeselle aus Niedersachsen hat genug von geschönten Fotos und großen Versprechungen, von „Fakes“, wie er all so etwas nennt. Bach, 32, will eine Frau, und zwar ernsthaft.

Seit vier Jahren ist er Mitglied bei Single.de. In seinem Online-Steckbrief charakterisiert er sich als „humorvoll, leidenschaftlich, temperamentvoll und leider manchmal etwas dickköpfig“. Wer sich seine Fotos anguckt, sieht einen recht kernigen Mann mit Tattoos und drei Ohrringen. Er steht auf Hard Rock – Rap, House und Schickimicki mag er gar nicht.

Zum ersten Mal macht er sich 2002 im World Wide Web auf die Suche, da

Stimme“, schwärmt er: „Die war so sanft, so erotisch.“

Sie telefonieren täglich, stundenlang. „Wir hatten so viele Gemeinsamkeiten“, sagt Bach. Bald werden die Gespräche intim, fernmündlich träumen sie von Sex im Schwimmbad. Ein Treffen riskiert Bach erst mal nicht. Er hat sich gerade Krampfadern ziehen lassen, und das Bein ist noch nicht vorzeigbar.

Nach vier Wochen ist endlich der Verband ab. Der frisch Entflammte und seine Online-Liebe verabreden sich in einem Chinarestaurant. 70 Kilometer weit muss Michael dafür fahren.

„Es war der absolute Horror“, sagt er: Stephanie ist viel kleiner, als Bach

WWW.GREGORSCHLAEBER.DE



„Sex and the City“-Darstellerinnen, Szene aus Kinofilm „Sommer vorm Balkon“: Irrungen und Wirrungen der Partnersuche

weise sollten sie demselben Milieu entstammen.

Andere Konstellationen seien zwar „nicht unmöglich, aber man muss viel mehr an ihnen arbeiten“, sagt Witte. Der Professor will den „Disco-Blick“, der das Äußere ohne Bedenken zum Hauptkriterium erhebe und dadurch lange Beziehungen oft kompliziert mache, durch seinen Psychotest per Computer austricksen. Die Maschine bringe zusammen, was zusammengehört, und bei den gehobenen Anbietern nicht nur nach numerischen Kriterien wie Alter oder Einkommen.

Ähnlich wie Wittes Psychoanalyse bei Partner.de arbeitet auch der umfangreiche Test von Parship.de. Wer dort Kandidaten zugewiesen bekommen will, muss erst rund 80 Fragen beantworten – etwa wie ihm bestimmte psychedelische Bilder gefallen oder wie er sich in verschiedenen Situationen verhalten würde. Das Ganze erinnert an die oft etwas plattfüßigen Tests in Frauenzeitschriften, gleichwohl soll der Computer angebliche Grundzüge des Charakters berechnen können. Dann macht er sich auf die Suche nach Mitgliedern, die ähnlich zu ticken scheinen.

Dieses sogenannte Matching wirkt profan. Den Kunden dürfte es daher leichtfallen, den Computer zu überlisten. Der Schiffsoffizier Martin Wanjura etwa hat sich genau überlegt, was Frauen in ihm suchen könnten, bevor er seinen Psychotest am heimischen PC absolvierte.

Er könne als Vaterfigur durchgehen, glaubte er, Verlässlichkeit und Treue seien mithin die Charaktermerkmale, deren er sich rühmen müsse. In einem Ratgeber erfuhr Wanjura, ein Mann seines Typs solle es vor allem bei Töchtern alleinerziehender Mütter versuchen. Sein Internet-Profil erstellte er dann wie nach einem Businessplan fürs Verlieben.

Sozialpsychologe Witte würde zu gern mal systematisch die Methodik der sogenannten Romeos des DDR-Ministeriums für Staatsicherheit ergründen. Die Spione waren Spezialisten des Liebeshandwerks, die mit westdeutschen Staatsdienerinnen anbandelten, um sie abzuschöpfen, wie das bei Geheimdiensten heißt. „Irgendwann“, scherzt Witte, „schreiben wir auf der Homepage: So machen Sie jemanden in sich verliebt.“

Die Suche im Netz birgt aber auch Gefahren. Manche Kunden von Partnervermittlern verlieren schnell den Überblick, auch weil sie das Motto „Drum prüfe, wer sich ewig bindet“ etwas zu ernst nehmen. Dabei verlieren sie sich bei großangelegten Fahndungsaktionen nach Superman oder Superwoman in den Weiten des WWW. Die Unmenge potentieller Partner schwimmt für sie zu einem diffusen Angebot, angesichts dessen sie sich nicht mehr entscheiden können.

Die schiere Menge der Anzeigen im Internet „und ihre ständige Verfügbarkeit verlangen von den Nutzern eine gesteigerte Selbstkontrolle“, sagt die Ilmenauer Professorin Döring. „Andernfalls wird die ewige Suche nach dem Idealpartner zum Garant für Beziehungslosigkeit.“

So kann die Suche im Netz auch erheblichen Frust produzieren. Auf den meisten

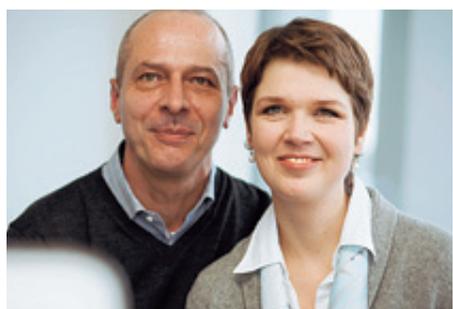
Seiten tummeln sich zwischen ernsthaften Interessenten viele seltsame Figuren. Sina K., Ernährungsberaterin aus Kassel, traf im Netz auf Männer, die etwa als Größe in ihrem Online-Profil „21 mal 5 cm“ angaben oder sehr schnell auf durchaus eigenwillige Phantasien anspielten.

Bei anderen merkte sie erst auf den zweiten Blick, „was für Flachsiffe das sind“. Einer zählte nur auf, warum sie besser sei als seine Ex-Freundin („nicht so aufgedonnt und überschminkt“), ein Zweiter schwärmte vorwiegend von seiner Eigentumswohnung, einem Dritten konnte sie den Unterschied zwischen „nett finden“ und „lieben“ nicht begreiflich machen – es dauerte Wochen, ihn wieder abzuschütteln. Bei Mann Nummer vier reichte es immerhin für eine Affäre. Den hätte sie allerdings auch außerhalb des Internet kennenlernen können: Es ist der Ex-Freund einer Freundin, auf den sie im Netz stieß.

Im Feldversuch hat die Stiftung Waren-test bestätigt, was Sina K. ebenso empfand: dass es Liebe auf Knopfdruck selten gibt. 19 Singles schickte die Stiftung auf die Suche nach einem Partner, Fazit: „Die Ergebnisse sind ernüchternd.“

Dramatisch fanden die Tester weniger, dass nach einem halben Jahr nur zwei von den Test-Singles „zarte Grundlagen“ für eine dauerhafte Bindung legen konnten. Kritisch beurteilten sie eher, dass viele Internet-Anbieter nach dem Prinzip „Masse statt Klasse“ arbeiteten. „Sie bombardieren die Teilnehmer mit einer Vielzahl offenbar wahllos zusammengewürfelter Partnervorschläge.“

Auch an den Geschäftsbedingungen einiger deutschsprachiger Anbieter übten die Tester Kritik – etwa wenn im Streitfall ein Schiedsgericht in Kalifornien zuständig sein soll. Vor den Hunderten kleiner Internet-Portale warnen sie: „Statt der



Ehepaar Wanjura
Glück im World Wide Web

Lächeln für Anfänger

Wie Flirtrainer aus schüchternen Stammlern wendige Charmeuse machen wollen



Beraterin Deißler: Kommunikation mit Steinzeitwesem

Jan Hoffmann hat feuchte Hände. Dem Industriekaufmann ist der kalte Schweiß ausgebrochen, als er in die Runde fremder Gesichter blickt. Tapfer gibt er jedem der Seminarteilnehmer die Hand, krampft die Mundwinkel nach oben. Als es vorbei ist, hat Hoffmann die erste Übung des Flirtseminars „Taktvoll in Kontakt“ überstanden. Er atmet durch.

„Flirten ist Spaß, macht Spaß und verschönt Ihr Leben“, verspricht Nina Deißler, die Flirttrainerin. Hoffmann, seit vier Jahren Single, macht der Spaß noch Angst.

Das will Deißler ändern. Am Flipchart erklärt die Marketingfachwirtin ihr „AIDA“-Programm. Das „A“ steht für Aufmerksamkeit erregen, das „I“ für Interesse wecken, das „D“ von „Desire“ stehe für Verlangen zeigen – und das zweite „A“ für „Action“.

Schon beim ersten „A“ jedoch hapert es bei vielen. Wie erzeuge ich Aufmerksamkeit? Wie beginne ich ein Gespräch? Was tun, wenn im entscheidenden Moment die Luft wegbleibt, der Kopf puterrot anläuft und statt eines lockeren Spruchs ein ungelenkes Gestammel herauskommt?

Derart flirtgehemmte Schüchtere müssen nicht länger allein über die Mysterien der Kontaktaufnahme

grübeln. Single-Seminare und Beiratskurse haben Hochkonjunktur.

Neben Hunderten privater Anbieter stoßen sogar Volkshochschulen in den Markt und bieten zum Preis von 10 bis 90 Euro flächendeckend Trainingskurse an. Zahlreiche Internet-Kontaktbörsen bieten Hotlines mit Flirtlehrern am Telefon: Knapp zwei Euro pro Minute kostet dort die Nachhilfe in Sachen Anbändeln. Wer nacharbeiten will, findet in den Buchhandlungen ganze Regale voller Flirtfachbücher, gestaffelt nach Leistungsgruppen – bis hin zu Spezialwerken, die etwa den Flirt per E-Mail perfektionieren sollen.

Am Kurs von Nina Deißler nehmen an jenem Wochenende in Hamburg acht Singles teil – vier Frauen, vier Männer. Der Spaß ist ziemlich ernst: „Ich arbeite ständig an meiner Selbstoptimierung“, sagt Jan Hoffmann.

Dabei ist er schon ziemlich korrekt. Er ist so einer, der immer ein Taschentuch zur Hand hat, der immer Damen die Tür aufhält, der immer einen ordentlichen Haarschnitt hat. Jan Hoffmann wäre der perfekte Schwiegersohn – nur mit den Töchtern der potentiellen Schwiegermütter haut es noch nicht hin. In seinem Profil beim Internet-Portal „liebe.de“ hatte er sich als „treu, bodenständig, kinderlieb“ beschrieben –

bei vielen 40-jährigen Frauen wäre er damit wohl der Renner. Er ist 26.

Im vergangenen Sommer stieß Hoffmann im Netz auf den Flirtkurs. Er zögerte zunächst. 179 Euro erschienen ihm zu teuer. Doch dann fragte seine Mutter mal wieder, wie es mit Enkeln aussehe. Ein paar missratene Flirtversuche später schien Hoffmann das Geld dann doch gut angelegt. Jetzt sitzt er vor Deißlers Flipchart und passt auf.

Ein Lächeln, lernt er, komme immer gut, ein Kompliment nur, wenn es originell sei. Ultimativer Flirtort sei die Bushaltestelle, „weil sich da alle langweilen“. Und wenn eine Frau zum zweiten Mal zurücklächle, müsse man handeln, „sonst ist sie irritiert“.

Frauen sollten nicht vergessen, dass sie mit Steinzeitwesem kommunizieren: „Männer sind immer noch vom Jagd- oder Beschützerinstinkt gesteuert“, sagt Date-Doktorin Deißler, „nichts wirkt auf sie anziehender als eine Frau, die im Supermarkt hilflos vor einer geputzten Einkaufsstüte steht.“

Jan Hoffmann hält nichts davon, im Supermarkt Neandertaler-Instinkte auszuleben. Er möchte eine Frau lieber im vertrauten Umfeld kennenlernen. „Am besten im Büro, da fühle ich mich am sichersten“, erzählt er im Seminar. Ein Flirt am Kopierer, das wäre nach seinem Geschmack.

Bis dahin muss er noch einige Lektionen lernen. Etwa „Chancen erkennen und ergreifen“ und „Körbe riskieren und verkräften“. Als er die eigenen Vorzüge benennen soll, bricht ihm wieder der Schweiß aus. „In einem Bewerbungsgespräch wüsste ich jetzt, was ich sagen muss.“

Am Abend soll geübt werden, wie das auch im Privaten funktioniert. Die Flirtschüler gehen auf die Pirsch in Hamburgs Szeneviertel. Um die Motivation zu steigern, gibt es Punkte: Fürs Lächeln oder Angelächeltwerden einen Punkt, für ausgetauschte Telefonnummern fünf.

Hoffmann ist nach Punkten unterlegen, aber gewonnen hat er doch. Denn Nina Thamm, die rothaarige Kursteilnehmerin, zog mit ihm um die Häuser. So haben beide das Klassenziel doch noch erreicht: Sie flirteten, und endlich – sie hatten Spaß. **ULRIKE DEMMER**

JORG MÜLLER / VISUM



WWW.GREGORSCHLAGER.DE

Teilnehmerinnen einer Single-Party: Arbeitslose, Barträger und Kugelbäuche sind Ladenhüter auf dem Partnermarkt

großen Liebe lauert da die große Abzocke.“

Denn die Gewinnchancen beim Geschäft mit der Einsamkeit locken scharenweise Betrüger an. Sehr beliebt ist die Masche mit sündhaft teuren Telefon-Chats, bei denen die Minute bis zu zwei Euro kostet. Die Frauen gaukeln männlichen Anrufern vor, einen Partner zu suchen – und Anbahnungsgespräche, da sind solche Damen sehr sensibel, brauchen viel, viel Zeit.

Dieses einträgliche Prinzip wenden dubiose Firmen auch auf den sogenannten SMS-Flirt an. Die 33-jährige Jennifer M., die in Kassel ein Nagelstudio betreibt, beserte bis vorigen September mit SMS-Schmu ihr Gehalt auf. Mal flirtete sie als 18-jährige Tanja, mal als 53 Jahre alte „Lotlibetty“. Natürlich wollten die Herren sich irgendwann treffen, statt für Horrorpreise von 1,99 Euro pro SMS zu flirteten. Um noch ein wenig länger Provisionen zu kassieren, fragte Jennifer M. zunächst meist, wie das Treffen denn ablaufen solle, im Detail natürlich. Einen Tag vor dem Termin sagte sie dann ab.

Trickreich versuchen auch viele traditionelle Partneragenturen, die Schutzvorschriften für Kunden auszuhebeln. Wer an der Haustür einen Vertrag unterschreibt, darf binnen 14 Tagen kostenlos aussteigen. Schwierig aber wird es, wenn er zuvor auf eine Lockanzeige hin angerufen und den Vermittler zum Vertragsabschluss zu sich bestellt hat.

Matthias Wins, Experte der Neuen Verbraucherzentrale Mecklenburg und Vorpommern beklagt, dass solche Werber von Partnervermittlungen oft Verträge über eine „Mitgliedschaft in einem Freizeitclub“ vorlegen – wer unterschreibt, verliert das Recht, die Zahlung zu verweigern.

Madita Koch, 54, fragt sich, wie sie „so schrecklich dumm“ sein konnte, auf derartige Tricks hereinzufallen: Die Straßenbahnfahrerin aus Rostock meldete sich im Mai 2004 auf die Annonce eines Frührentners, laut Text „kein Stubenhocker“, der via Agentur eine „mollige Frau“ suchte.

Koch, geschiedene Mutter zweier Kinder, wollte den Mann gern kennenlernen, weil sich der Text der Anzeige „so nett und bodenständig“ las. Dazu, erklärte ihr eine Agenturmitarbeiterin beim Hausbesuch, müsse sie aber erst Mitglied eines

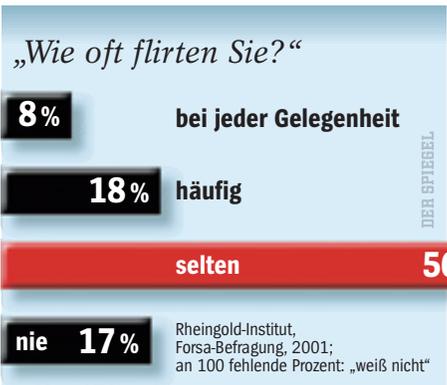
Single-Clubs mit Sitz in Thüringen werden. Koch unterschrieb einen Jahresvertrag – Kosten: 1500 Euro pro Jahr – und vereinbarte Ratenzahlungen.

Den Frührentner hat sie nie getroffen. Stattdessen bekam sie Anrufe von drei Herren: Einer war sturztrunken, einer zu alt, einer hatte selbst drei Kinder im Haushalt und suchte so etwas wie eine Putzfrau – und keiner der drei stammte, wie Koch ausdrücklich gewünscht hatte, aus Rostock. Nach zwei Monaten schrieb die Frau der Firma, sie wolle keine weiteren Kontakte mehr. Und stoppte ihre Überweisungen.

Doch sie hatte das Kleingedruckte im Vertrag nicht gelesen. Sollten die Raten nicht bezahlt werden, stand da, dürfe die Agentur bei Vertragsende die Gesamtsumme per Abbuchung einziehen. Als Koch im Juni 2005 aus einem Urlaub zurückkehrte, „war mein Konto leer“. Außerdem, so teilten ihr die Vermittler mit, habe sich ihr Vertrag „automatisch verlängert“ – auch das stand im Kleingedruckten.

Die Staatsanwaltschaft Krefeld führt derzeit ein Großverfahren gegen derart windige Kuppler. Nach zweijährigen Ermittlungen durchsuchten Kriminalbeamte im August vergangenen Jahres elf Wohnungen und Büros im Ruhrgebiet.

Der mutmaßliche Drahtzieher soll Senioren in NRW um mindestens 1,2 Millionen Euro betrogen haben. Wie andere Op-





SABINE SAUER / DER SPIEGEL

Profi-Vermittlerin Appelt: *Gebühren von bis zu 30000 Euro pro Klient*

fer auch hatte sich der Witwer Manfred Pauly auf eine Annonce gemeldet, „weil ich wieder eine Frau um mich haben wollte“. Zu Besuch kam aber nicht die Herzensdame, sondern eine Vermittlerin, die „mich einfach dusselig gequatscht hat“, erinnert sich der 65-Jährige. Er unterschrieb, die Dame von der Partneragentur spazierte anschließend mit ihm zur Bank, um gleich vor Ort 8000 Euro Vorkasse einzustecken.

Bei Ulrike Grave, 55, melden sich „fast täglich“ Paarungswillige, die eine Odyssee durch diverse Agenturen hinter sich haben. Die Inhaberin der Hamburger Partnervermittlung „Ich und Du“, der ersten kommerziellen Kuppelbörse mit dem Segen der evangelischen Kirche, muss immer wieder eine Frage beantworten: „Sind Sie ehrlich – oder auch eine von den Abzockern?“

Denn der Ruf der Branche ist zweifelhaft. Bei klassischen Partnerinstituten, so die Stiftung Warentest, erhalte man zwar „persönliche Beratung und Betreuung“: „Die sind in der Regel allerdings extrem teuer und wenig erfolgversprechend.“ Verbraucherschützer Wins behauptet gar, „noch keine Partnervermittlung“ kennengelernt zu haben, die „nur annähernd seriös“ arbeitet. Der Jurist kritisiert vor allem die „leistungsunabhängigen Vorauszahlungen“. Oft würden „locker 10000 Euro“ vorab kassiert – ohne dass anschließend auch nur ein ernsthafter Partner präsentiert werde.

Vermittlerin Christa Appelt, die in dieser Preisliga spielt, verwahrt sich gegen derart pauschale Kritik. Einst hatte die 51-Jährige eine Seitensprung-Agentur, nun will sie Ehen stiften, möglichst in der Upper Class – und Niveau kostet.

Die Kunden in ihrer Kartei, behauptet Appelt, seien schließlich Vertreter der „modernen Generation der Erben und

Jungunternehmer ebenso wie Top-Angestellte mit hohem Einkommen und Vermögen“. Zudem kämen in ihr Berliner Büro – finster gelegen neben dem Schotterplatz eines Gebrauchtwagenhändlers und einem Bowlingverein – angeblich auch immer wieder jene „Persönlichkeiten aus dem oberen Segment unserer Gesellschaft, die weltweit im Fokus der Öffentlichkeit stehen“. Ganz diskret natürlich, weswegen sie auch keinen Einzigen nennen mag.

Eine solche Karriere hätte sie sich damals, als sie nach einem nicht beendeten Fachhochschulstudium „auf null angefangen“ (Appelt) hat, wohl nicht erträumt. Heute zählt sie sich zu den Top Ten der Partnervermittler und kann nach eigenem Bekunden Gebühren von bis zu 30 000 Euro pro Klient einstreichen.

Wie nur soll ein Kunde entscheiden, ob sich eine solche Investition lohnt? Schon die Berufsverbände der Vermittler, von denen jeder seriös sein will, kabbeln sich ohne Ende.

Gleich mehrere Gerichte mussten sich mit den Prozessen von angeblichen Standesvertretern um Namensrechte befassen: Die eine Organisation nennt sich jetzt Gesamtverband der Ehe- und Partnervermittlungen e. V. (GDE), der Konkurrent musste sich in Berufsverband für Partnervermittler in Europa e. V. (BVP) umbenennen.

Beide haben nach eigenen Angaben je rund 50 Mitglieder. Und beide kontrollieren angeblich jene Firmen, die mit ihrem vermeintlichen Gütesiegel werben. BVP-Sprecherin Jutta Meintrup spricht von Stichproben durch Testkunden, außerdem müssten sich alle an einen „Ehrenkodex“ halten.

Bei der Konkurrenz überprüfen laut GDE-Frau Simone Janssen „verbands- und branchenunabhängige Akademiker alle zwei Jahre die Karteien und Verträge der Agenturen“. Bei der Frage, ob es sich bei den Akademikern um Juristen handle, zögert Janssen einen Moment. Der Letzte soll ein pensionierter Lehrer gewesen sein, ein gewissenhafter Mann.

Beim BVP hingegen, lästert Janssen, seien „einige Institute“ Mitglied, die „würden wir nicht aufnehmen“. Gemeint sind offenbar Firmen mit Namen wie V.I.P. GmbH mit Dependance in der Ukraine, das Angebot China-girls.de oder das Partnerinstitut Wolga.

Vor allem das Geschäft mit importierten Partnern – meist Frauen – gilt Branchenkennern als äußerst dubios. Die meisten Firmen arbeiten mit Lockvögeln. Was passieren kann, wenn man die Damen allein Ernstes besuchen will, beschrieb die Zeitschrift „Öko-Test“: Ein 51-jähriger Deutscher zahlte 2045 Euro Vermittlungs-

provision und traf auf eine alleinerziehende Mutter, deren Interesse nur den 26 Euro galt, die sie pro Date mit einem Deutschen von der Agentur erhielt.

Immerhin war die Frau real. Eine Agentur aus Hannover hatte sich die Mühe, Lockvögel zu suchen, gar nicht erst gemacht. Sie schickte deutschen Männern hübsche Konterfeis von vier angeblich heiratswilligen Filipinas – Kontaktadressen sollte es gegen Cash geben. In Wirklichkeit zeigten die Fotos halbwegs bekannte philippinische Schauspielerinnen, die keineswegs darauf warteten, von deutschen Schmalfilmern entdeckt zu werden.

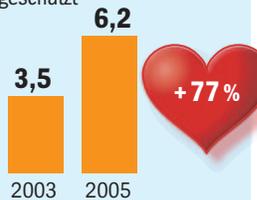
Derartige Abzockereien vermeiden, wer beim modernen Dating obscure Internet-Seiten und Partneragenturen links liegen lässt und sich allein auf das verlässt, was er selbst sehen kann.

Für 29 Euro garantiert etwa Johannes Much, Chef der bundesweit arbeitenden Münchner „Fastdating Event-Agentur“, mindestens zehn Fünf-Minuten-Flirts an einem Abend. Wer Glück hat,

Lukrativer Markt

Internet-Dating in Deutschland

TEILNEHMER in Mio. ohne Doppelregistrierungen, geschätzt



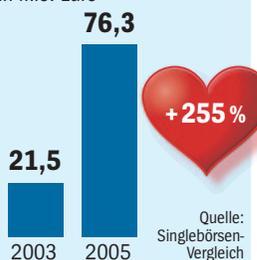
ZAHLENDE MITGLIEDER

in Mio.



UMSATZ

aus Mitgliedereinnahmen; in Mio. Euro



DER SPIEGEL



Teilnehmer eines Fast-Datings*: „Ein paar bekommen immer das Muffensausen“

bekommt noch mehr für sein Geld, wie kürzlich an einem Sonntagabend in Hamburg: 24 Frauen und 21 Männer drängten sich auf den hellbraunen Couchgarnituren des „Coffee Shops“ in der Innenstadt. Much hatte jedem ein Plastikschildchen mit einer Nummer ans Revers gesteckt, hellblaue für die Männer, rosafarbene für die Frauen. Die Veranstaltung war mit 50 Anmeldungen ausgebucht, doch „ein paar bekommen immer das Muffensausen und bleiben zu Hause“, sagt Much. Dabei darf Angst vor der eigenen Courage nicht haben, wer einen potentiellen Partner in fünf Minuten für sich gewinnen will.

Los ging es mit einem Klingeln. Das leise Gemurmel, das die zweistöckige Kaffeebar bis dahin erfüllt hatte, steigerte sich zum Brodeln. Am Tisch nahe dem Eingang saßen Elke Mähltitz und Clemens Wegner,

vor sich jeweils ein Zettel mit einer Nummernliste. Nach fünf Minuten, als Much wieder läutete, trugen sie dort ein, ob sie sich wiedersehen wollten. Wenn beide Fast-Dater „Ja“ ankreuzen, gibt die Agentur am kommenden Tag Telefonnummern und E-Mail-Adressen weiter.

„NIEMAND FRAGT DIREKT, WAS AUF DEM GEHALTSSCHECK STEHT.“

Für Mähltitz fing es mit Wegner gut an: „Ein Mann, der tanzen kann, ist selten.“ Sie kreuzte das erste „Ja“ an. Nicht alle hatten so viel Glück. Nach fünf Durchgängen standen etwa bei der weiblichen Nummer zehn schon vier „Nein“ auf dem Zettel. Sie war zum zweiten Mal dabei. „Das sind die, bei denen ich auch schon beim letzten Mal ‚Nein‘ angekreuzt habe. Und unter uns: Die werden hier auch keine Frau finden.“

Auch bei Mähltitz verflug nach ein paar Runden die erste Euphorie: „Wohlstandskind“ hat sie neben die Nummer eines Kandidaten notiert, „nimmt alles mit“ neben die eines anderen.

Optisch entsprachen die meisten keineswegs dem Klischee chronisch Vereinsamer. Für die Teilnahme hat jeder andere Gründe: Ein Rechtsanwalt behauptete, er wolle „seine Selbstpräsentation“ verbessern – das helfe schließlich auch „im Umgang mit den Klienten“. Eine Frau hatte eine lange Beziehung hinter sich und inszenierte die Teilnahme als „den ersten bewussten Schritt in einen neuen Lebensabschnitt“.

Für Mähltitz, 37 Jahre alt und Buchhändlerin, war das Fast-Dating schlichtweg Nothilfe: „Im Buchhandel hast du nur Frauen als Kollegen.“ Clemens Wegner, 30, schätzt vor allem die Effizienz des Fast-Datings und ist da auch nicht übermäßig wählerisch: Am Ende des Abends hatte er elf „Ja“ auf seiner Karte stehen: „Elf Frauen für 29 Euro – das ist doch eine gute Quote.“

Die meisten der Teilnehmer glauben, schon nach zwei Minuten zu wissen, wer in Frage kommt und wer nicht. Die Kriterienlisten sind anspruchsvoll, eine Teilnehmerin hat sich ihre sogar ausgedruckt. Gar nicht kommen demnach an: Kinder, Bauch, Bart, geringes Einkommen.

„Zwar fragt niemand direkt, was bei dir auf dem Gehaltsscheck steht. Aber du hast schon das Gefühl, taxiert zu werden“, sagt Bauingenieur Wegner. Er selbst sortiert nach Beruf: „Die eine arbeitet mit schwererziehbaren Kindern, die andere ist Diplompsychologin. Muss beides nicht sein, da bekommst du ja Angst.“

Wer nicht bequem ins Raster passt, hat es schwer im kühlkalkulierten Ehemarkt. Auch in der Liebe muss immer professioneller performt werden. „Fast alles in unserem Leben ist effizient – warum nicht das Dating für Singles?“, heißt es in einer Anzeige der „Fastdating Event-Agentur“.

Bei Kerzenlicht betrachtet, könnten Romantiker die neue Diktatur der Effizienz in Sachen Emotionen beweinern. Müssen sich Paare, die früher noch glaubten, durch Fügung füreinander bestimmt zu sein, künftig als Produkt simpler Aufreihungen von

Einsern und Nullen verstehen? Ist die wahre Liebe im 21. Jahrhundert zum Ergebnis einer Computerlotterie verkommen?

In Wahrheit hat sich daran wohl wenig verändert: Schon Milan Kundera ließ seinen Helden Thomas im Roman „Die unerträgliche Leichtigkeit des Seins“ erkennen, „dass es nur Zufall war, dass Teresa ihn liebte und nicht seinen Freund Z.“. Kundera sprach noch von Zufall. Heute geht es um Arithmetik.

ANDREA BRANDT,
DOMINIK CZIESCHE,
STEFFEN KRAFT, GUNTHER LATSCH

* Am 8. Januar in einem Hamburger Café.