Veröffentlicht auf Presseportal Schweiz - Presse und Medienmitteilungen (https://www.presseportal-schweiz.ch)

15.07. 2011

Vorname beeinflusst den Erfolg beim Online-Dating: Gian und Mia top, Kevin und Angelina flop

Von edarling

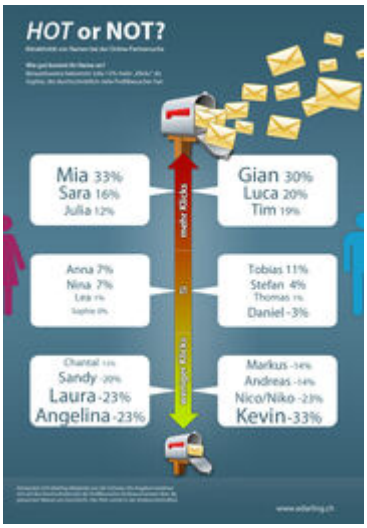

Bild Rechte
Namenstudie eDarling.ch

Berlin, 15.07.2011 – Die Online-Partnervermittlung eDarling hat in einer Studie festgestellt, dass der Vorname einen Einfluss auf die Klickrate im Online-Dating hat. Die Ergebnisse zeigen, dass durch negative Assoziationen bei bestimmten Namen psychische Effekte ausgelöst werden, die sich auf die Persönlichkeit und das Leben eines Menschen auswirken können. Der Effekt ist also nicht nur im Bildungsbereich, sondern auch in der Liebe messbar.

Die Studie, basierend auf dem eDarling Datensatz, knüpfte an eine Untersuchung der Uni Oldenburg über Vornamen und deren Image bei Lehrern an. Die Forscher wollten

herausfinden, inwiefern die Konnotationen von Vornamen eine Rolle bei der Partnersuche im Internet spielen. „Wir haben die Klickraten von ausgewählten Namen verglichen, um die Attraktivität der Namen im Online-Dating Kontext herauszustellen“, so die promovierte Psychologin und Beziehungsforscherin Wiebke Neberich.

Partnervorschläge bei eDarling enthalten grundsätzlich nur den Vornamen, das Alter und den Wohnort eines registrierten Nutzers. Basierend auf diesen grundlegenden Informationen klickt ein aktives, interessiertes Mitglied entweder auf den Namen, um das vollständige Profil zu sehen, oder es ignoriert einen Partnervorschlag. „Wenn wir keine näheren Informationen erhalten, bringen wir mit der Person Eigenschaften in Verbindung, die wir bewusst oder unbewusst mit dem Namen verbinden. Diese Assoziationen können auf persönlichen Erfahrungen mit bestimmen Namensträgern beruhen oder auf weit verbreitete Stereotypen zurückgeführt werden. Die Assoziationen, die ein bestimmter Name hervorruft, werden häufig vom aktuellen Zeitgeschehen beeinflusst.“, erläuterte Wiebke Neberich.

„Es ist erstaunlich, wie etwas so scheinbar Banales wie der Name Einfluss auf unser Leben nehmen kann. Es ist nicht die Person, sondern lediglich der Name, dem man ein positives oder negatives Bild zuordnet. Die Folgen dieser Eigenschaftszuschreibung wirken sich jedoch auf die Person aus und können zu einer selbsterfüllenden Prophezeiung werden. Unsere Studie soll deshalb auch für solche Stigmatisierungen sensibilisieren.“, erklärt Neberich die Motivation für die Studie.

Die Ergebnisse ihrer Studie zeigen, dass Stigmatisierungen, die mit bestimmten Vornamen einhergehen, zwar nicht sonderlich ausgeprägt, aber dennoch wahrnehmbar sind. Im Vergleich zu positiv besetzten Vornamen erhalten Mitglieder mit „Kevinismus-Namen“ weniger Klicks auf ihren Profilen. Eine niedrige Klickrate kann als Ausdruck von Ignoranz seitens der sozialen Umwelt betrachtet werden und dazu führen, dass die eigene Wahrnehmung und das psychische Wohlempfinden negativ beeinträchtigt werden. So konnte durch die Studie auch festgestellt werden, dass die Personen mit negativ konnotierten Vornamen nach eigenen Angaben im Persönlichkeitstest durchschnittlich weniger selbstbewusst, eher Raucher und eher weniger gebildet waren.

Julia Kube erforschte an der Universität Oldenburg, ob Vornamen von Grundschülern eine positive bzw. negative Assoziation bei Lehrern hervorrufen können. Mit Hilfe

einer Befragung von rund 500 Lehrern zeigte sie in erschreckender Weise, dass Schüler/innen durch Vornamen nach ihrer Leistungsstärke, Verhaltensauffälligkeit und Freundlichkeit eingestuft werden. Vor allem der einstige Trendname Kevin, hat seinen Reiz verloren. Zuerst erfolgt die Konfrontation mit Vorurteilen in der Schule, danach in der Liebe.

Für die Studie wurden mehr als 670 Mitglieder aus der deutschsprachigen Schweiz untersucht.
Die grössten Gewinner und die grössten Verlierer:

Gian (+30%)
Luca (+20%)
Tim (+19%)

Kevin (-33%)
Nico (-23%)
Andreas (-14%)

Mia (+33%)
Sara (+16%)
Julia (+12%)

Angelina (-23%)
Laura (-23%)
Sandy (-20%)

Über die Organisation:

eDarling wendet sich an Singles, die nach einer langfristigen Beziehung suchen. Das Vermittlungsprinzip („Matching“) basiert auf einem tiefgehenden wissenschaftlichen Persönlichkeitstest. Dieser ist mit über 280 Fragen mit Abstand der umfassendste Test am Markt. So gewährleistet eDarling neben handgeprüften Profilen und der ausschliesslichen Vermittlung von aktiven Nutzern eine hohe Kontaktqualität. Der in Europa einzigartig Services des geführten, mehrstufigen Kennenlern-Prozess verbessert das Nutzungserlebnis. eDarling setzt am Markt neue Qualitätsstandards für Nutzungserlebnis, Matching,
Service und Sicherheit. Dies belegen TÜV Zertifizierungen für Service und Sicherheit sowie Auszeichnungen als Testsieger bei Computer Bild (8/2010). eDarling ist bereits in elf Ländern vertreten und mit über sechs Millionen Mitgliedern die am schnellsten

wachsende Online-Partnervermittlung Europas. eDarling wird vom Berliner Unternehmen Affinitas GmbH betrieben und bietet den Service in der Schweiz seit November 2009 an.

Pressekontakt:

Affinitas GmbH - eDarling.ch
Frau Sibylle Regli
0049 30 868 000 180
sibylle.regli@edarling.ch
oder
presse@edarling.ch

Kategorie
Wissenschaft & Forschung & Bildung

Source URL: *https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemeldungen/vorname-beeinflusst-den-erfolg-beim-online-dating-gian-und-mia-top-kevin-und*