



Pressemitteilung

Werbemarkt Singlebörsen & Datingportale: jeder siebte Werbeeuro für Out-of-Home



Im Werbemarkt Singlebörsen und Datingportale fällt das Werbehoch meist auf den Januar. Out-of-Home und TV sind beliebteste Werbemedien. Im Schnitt ziehen pro Monat 36 Anbieter mit ihren Werbeaktivitäten die Aufmerksamkeit auf sich.

Esslingen am Neckar, 19. August 2021 – Das Werbevolumen für Singlebörsen und Datingportale liegt bei rund 218 Millionen Euro innerhalb von zwölf Monaten. Die Hochzeiten der Werbeaktivitäten fallen in vier der fünf analysierten Jahreszeiträume stets auf den Januar. Anders im Jahr 20/21, wo sich das Werbehoch auf mehrere Monate ausgedehnt hat. Ein erster Peak lag bereits im Oktober 2020 mit Werbeausgaben in Höhe von 22,5 Millionen Euro. Dezember und Januar waren ebenfalls werbeintensiv. Üblicherweise folgt nach werbestarken Monaten eine Abschwächung. Einen starken Abfall der Volumina sucht man indes vergeblich – anscheinend hatte die Branche im Jahr 20/21 durchgehend Saison.

Über 80 Singlebörsen und Datingportale werben übers Jahr für ihre Vermittlungsdienste. ElitePartner, Parship und Zweisam stellen das Topwerber-Trio und repräsentieren zusammen einen Werbevolumenanteil von 80 Prozent. Neben langjährig werbestarken Marken finden sich einige Anbieter neu in der Werbelandschaft. Innerhalb der Top 30 sind es vier Partnervermittler, die lediglich im letzten des analysierten Fünf-Jahres-Zeitraums geworben haben.

Neben klassischen Singlebörsen und Datingportalen finden sich ebenfalls Verlage unter den Werbungtreibenden. Stolze 13 Anbieter werben mit einem Volumen von über einer Million Euro. Primäres Werbemedium in der Branche ist TV, neun der zehn Topwerber schalten TV-Spots. Auffallend ist der im Vergleich mit anderen Branchen hohe Anteil an Werbeaktivitäten im öffentlichen Raum. Jeder siebte Werbeeuro fließt in die Out-of-Home-Werbung.

Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Singlebörsen und Datingportale 2021“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Singlebörsen und Datingportale in Deutschland. Sie gibt auf 65 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks & Strategien und zeigt quantitative Fünf-Jahres-Trends für 80 Anbieter auf. Eine Analyse des Mediensplits zeigt die Werbeausgabenentwicklung differenziert nach Medien.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/werbemarktanalyse-singleboersen-und-datingportale-2021>

Die Studienherausgeber:

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft **research tools** mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.

Weitere Informationen: www.research-tools.net

Werbependingdaten der Studie beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank des unabhängigen Medienbeobachters **AdVision digital**, Hamburg, www.advision-digital.de

Pressekontakt:

Uwe Matzner

research tools

Kesselwasen 10

73728 Esslingen am Neckar

Tel. +49 (0)711 - 55090381

Fax +49 (0)711 - 55090384

uwe.matzner@research-tools.net