

Datingbörsen durch Nutzer bewerten?

Dr. Richard Reichel

Viele produzierende Unternehmen und auch Dienstleister lassen sich heute von ihren Kunden bezüglich ihrer Produkte und Leistungen bewerten. Ärzte, Berater, online-Händler u.v.a. setzen sich der Meinung ihrer Patienten, Klienten und Kunden aus – nicht alle ganz freiwillig. Anbieter wollen damit zeigen, wie zufrieden die Nachfrager mit ihren Leistungen sind und die Kunden bekunden ihre Zufriedenheit oder Unzufriedenheit mit den erworbenen Produkten oder Dienstleistungen. Erfolgreiche Anbieter nutzen die Kritik ihrer Kunden, um noch besser zu werden – und werden das oft auch. Sie heben sich dabei deutlich ab von Konkurrenten, die keine Bewertungen im Internet erfahren (wollen) und somit von möglichen Neukunden eher gemieden werden und meist mit der Zeit vom Markt wieder verschwinden. Die Besseren werden damit sichtbarer für Kunden und folglich auch noch erfolgreicher im Wettbewerb.

Was für viele Produzenten und Dienstleister gilt, scheint im Bereich der Datingbörsen noch nicht richtig angekommen zu sein. Zwar gibt es zahlreiche Vergleichsportale für Singlebörsen und Partnervermittlungen, deren unabhängiges Urteil aber aufgrund von vermuteten oder nicht ausgeschlossenen finanziellen Zuwendungen für ihre Bewertungen zumindest angezweifelt werden kann. Meist stützen sich ihre Aussagen über die verglichenen Datingbörsen vorwiegend auf Informationen der Anbieter – ebenso wie vermutlich viele Testportale, etwa Stiftung Warentest.

Aber wer befragt schon in erster Linie die Kunden? Sind nicht sie es, die wirklich den Nutzen beurteilen können? Natürlich sind es jeweils Meinungen und Erfahrungen einzelner User. Aber können diese zusammen nicht am besten beurteilen, wie zufrieden sie mit den Leistungen einzelner Datingbörsen sind oder waren und so zu einer objektiven Meinungsbildung der Kunden insgesamt beitragen? Ihre Stimmen scheinen jedoch kaum gehört zu werden.

Im deutschsprachigen Raum gibt es ca. 2.500 Datingbörsen mit einem jährlichen Umsatz von rund € 3,4 Mrd. Jeder zweite Single in Deutschland nutzt Datingbörsen, um neue Kontakte zu knüpfen. Die meisten sind kostenpflichtig und versprechen oder schüren die Erwartung, dass mit ihnen eine hohe Wahrscheinlichkeit besteht, eigene Wünsche oder Träume zu erfüllen. Aber tun sie das auch? Sollten nicht Neukunden durch Kundenbewertungen erfahren, wie zufrieden frühere Kunden mit dem Preis – Leistungsverhältnis und dem Vermittlungsergebnis waren?

Manchmal erleben Nutzer von Datingbörsen auch sehr Unangenehmes. Beschimpfungen und Ghosting, aber auch Mobbing und Stalking, heute Straftatbestände, sind nicht ausgeschlossen. Sollten die Datingbörsen ihre Kunden nicht vor solchen Übeltätern schützen? Und sollten ihre Kunden nicht von anderen Kunden erfahren, wie gut sie geschützt worden sind? Wie gut der Kundenservice insgesamt war?

Ferner wäre es für alle Kunden von Datingbörsen sehr hilfreich, wenn sie sofort erkennen würden, wie andere das Verhalten ihrer möglichen Matchingpartner*innen beurteilen. So wie es Anbieterbörsen, wie z.B. Ebay machen, bei denen jeder Teilnehmer bzw. Anbieter eine persönliche Bewertung durch seine User, die Käufer seiner Produkte erhält. So könnte jeder auf seiner Datingbörse erkennen, wie gut das Verhalten seines/r möglichen Matchingpartner*in durch frühere Matches beurteilt worden ist. Jeder könnte so vorab erkunden, ob z.B. das Bild und die Profilbeschreibung aktuell und zutreffend sind, schnell und höflich-wertschätzend geantwortet wird, der Umgangston freundlich ist und Treffen respektvoll stattgefunden haben. Oder ob Vorsicht geboten ist und andere bereits Beschimpfungen, Beleidigungen, gar Nötigungen hinnehmen mussten bzw. Ghosting, Mobbing oder Stalking ausgesetzt waren. Wäre das nicht ein zeitgemäßer Service, der für Datingbörsen ein MUSS sein sollte?

Bitte schreiben Sie uns Ihre Meinung auf: info@diereichels.com