

Singles im Frühling 2016

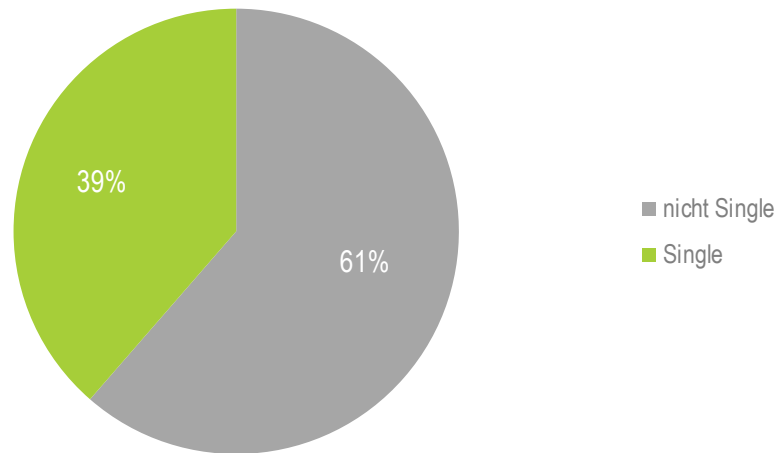
April 2016





Singles in Deutschland

Der Frühling ist endlich da! Da schlagen die Single-Herzen höher. Denn nun tummeln sich auf den Wiesen und in den Parks wieder einige potentielle Seelenverwandte. Wir haben 5000 Panelisten befragt. Davon sind knapp über 1/3 Single.



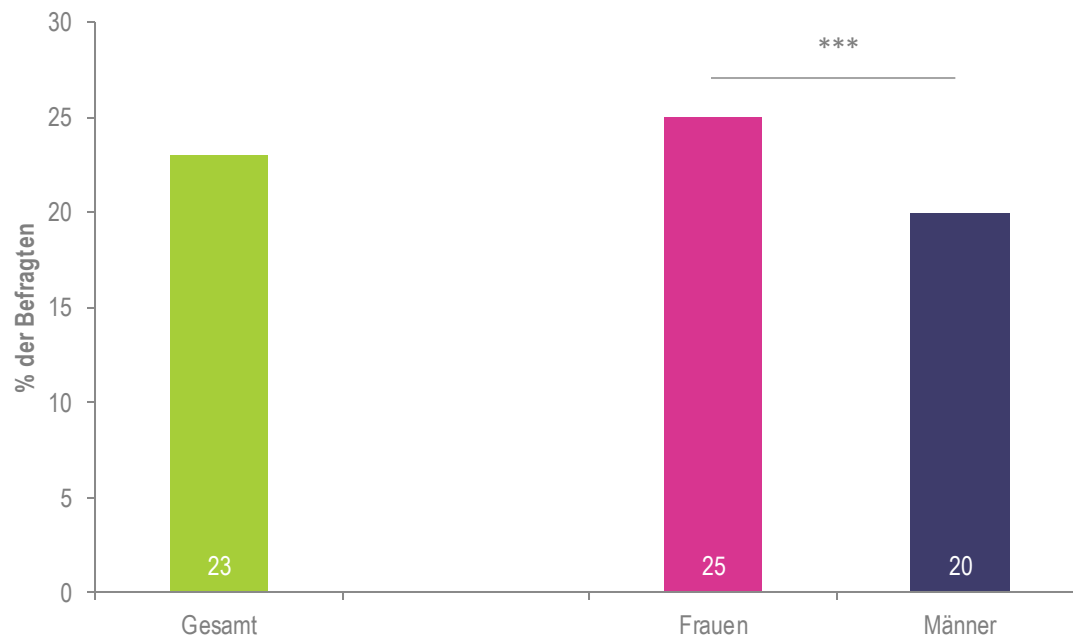
Anteil der Singles und Nicht-Singles Teilnehmer. N=5000.





Hundebesitzer

Doch sie sind nicht alle ganz allein unterwegs. Knapp 1/4 der Befragten hat einen Hund. Auffällig daran ist, dass es signifikant mehr Frauen als Männer gibt, die ihr Leben mit einem Hund teilen.



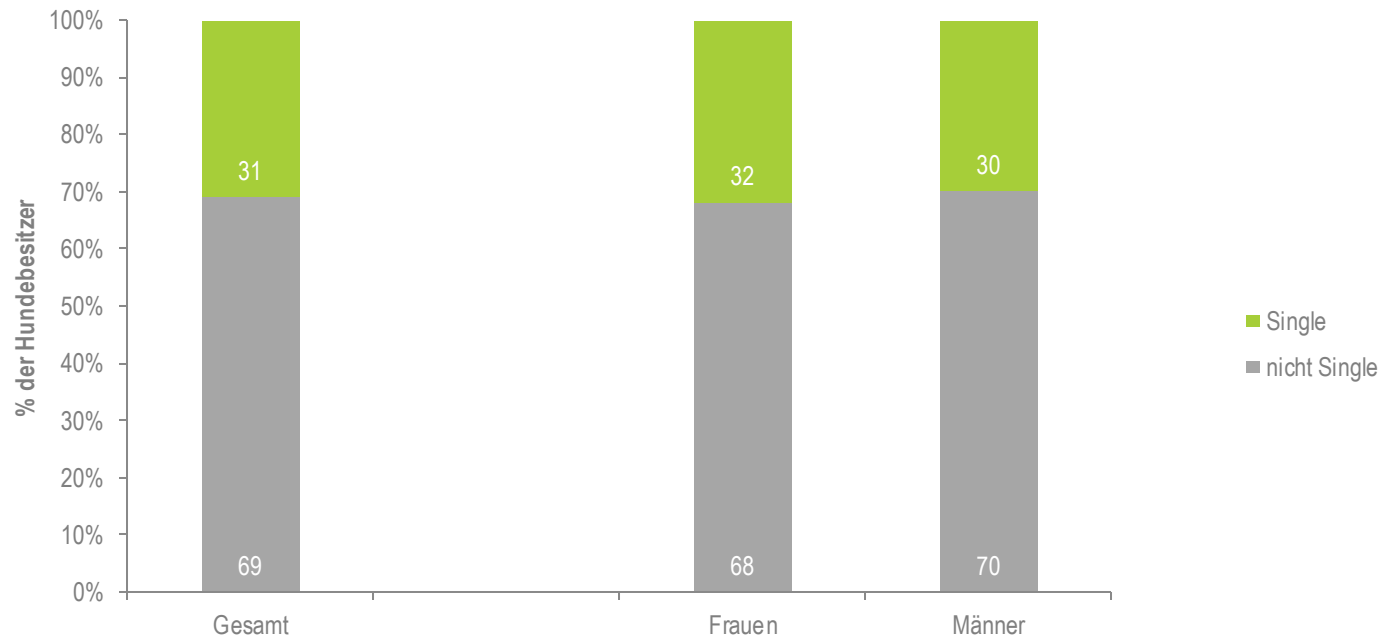
Anteil der Hundebesitzer unter den Befragten. Teilnehmer Gesamt N=5000. *** $p < 0.001$ (signifikanter Unterschied)





Singles und Hunde

Kommen Sie bei der Partnersuche also auf den Hund. Jeder Dritte, der Ihnen im Wald oder auf der Wiese begegnet und einen Hund an seiner Seite hat, ist wahrscheinlich Single.



Prozent der Hundebesitzer, die Single und Nicht-Single sind.
Teilnehmer Gesamt N=1154

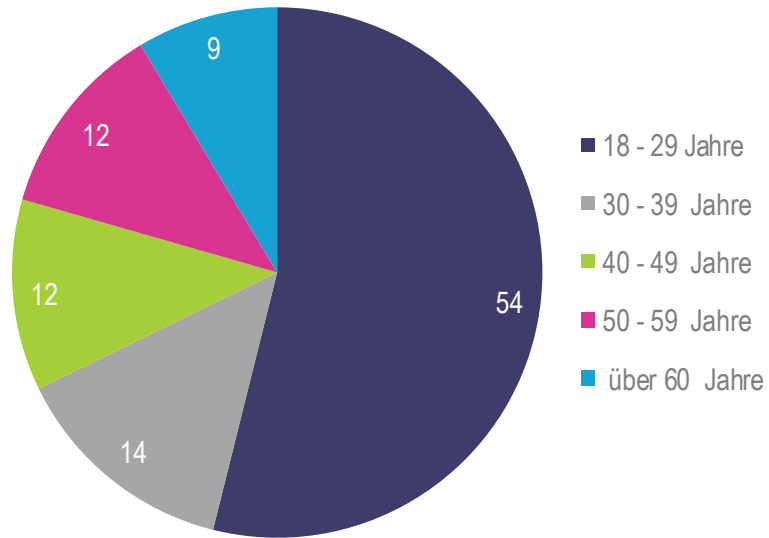




Alter der Single-Hundebesitzer und der vergebenen Hundebeisitzer

Da das Alter bei der Partnersuche natürlich auch eine Rolle spielt, haben wir uns die Altersstruktur der Singles mit Hund genauer angesehen. Auffällig dabei ist, dass mehr als die Hälfte der Singles mit Hund unter 30 ist. Keine bahnbrechende Erkenntnis, aber manchmal haben wir auch einfach Spaß daran, auszuwerten.

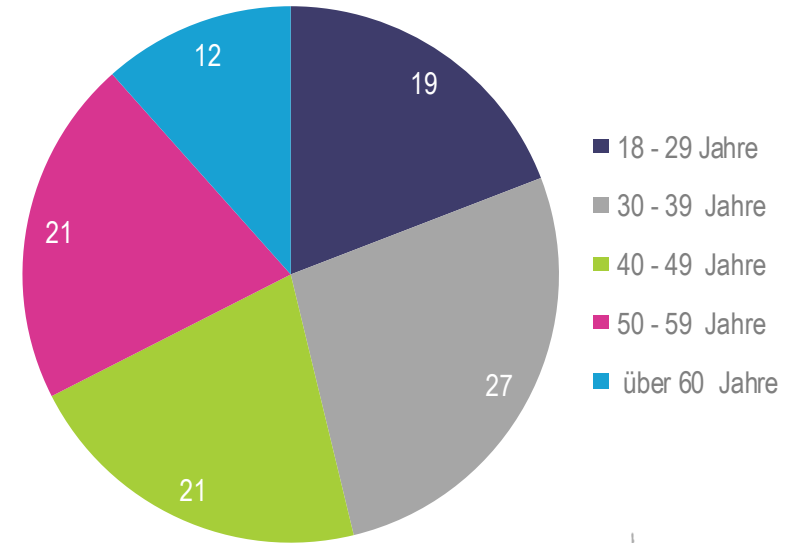
Alter der Single-Hundebeisitzer



Altersverteilung der Singles mit Hund.

Single N=360,

Alter der vergebenen Hundebeisitzer



Altersverteilung der Nicht-Singles mit Hund.

Nicht-Single N=794

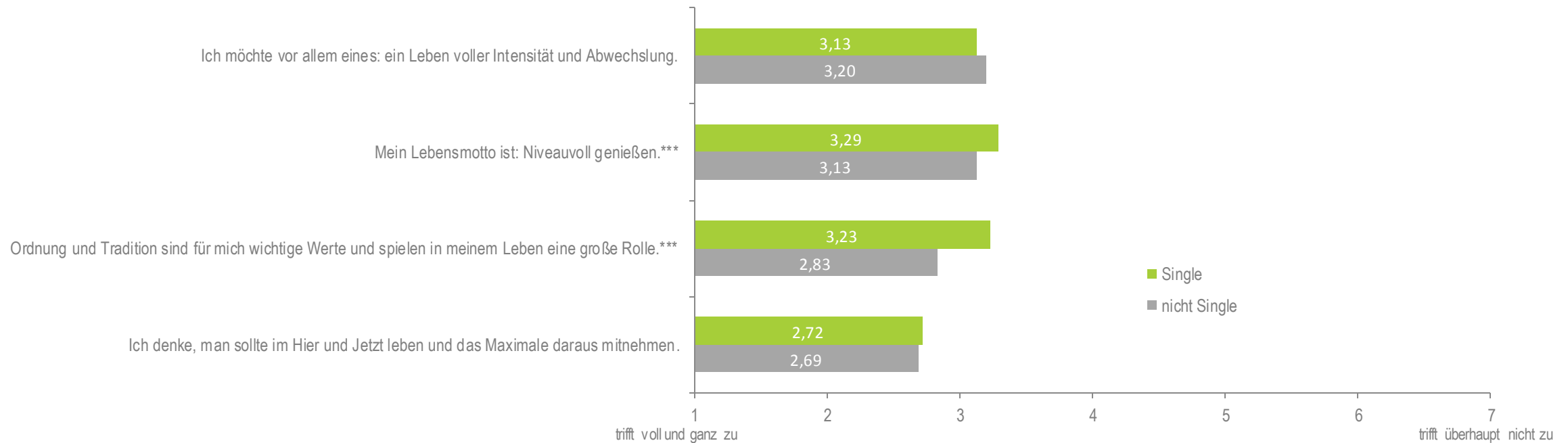




Lebenseinstellungen der Singles und Nicht-Singles

Doch ob mit oder ohne Hund, letztlich steht die alles entscheidende Frage im Raum: Passen wir zusammen?

Die Antwort darauf geben unter anderem die Lebenseinstellung und Wertevorstellungen eines jeden. Nicht-Singles vertreten das *Lebensmotto Niveauvoll genießen* und die Werte *Ordnung und Tradition* etwas mehr als Singles.



Mittelwert der Wichtigkeit der unterschiedlichen Lebenseinstellungen getrennt für Singles und Nicht-Singles. Auf einer Skala von 1 trifft voll und ganz zu über 3 trifft teilweise zu bis 7 trifft überhaupt nicht zu.

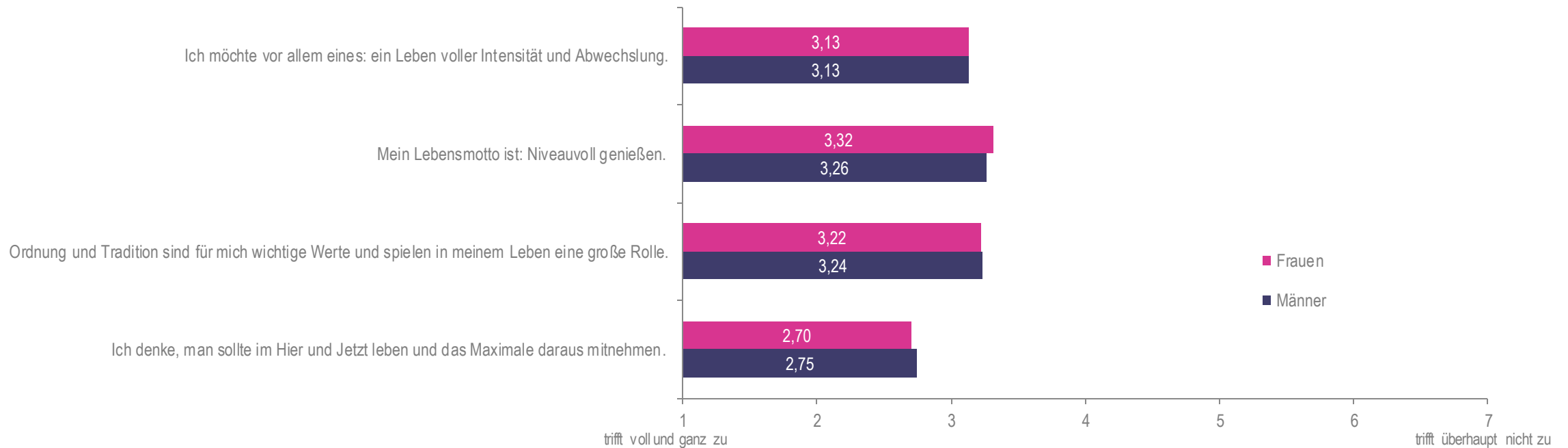
*** - $p < 0.001$ – Singles und Nicht-Singles unterscheiden sich signifikant voneinander.





Lebenseinstellungen der Single-Frauen und Single-Männer

Ob weiblicher oder männlicher Single, die Vorstellungen gehen nicht wirklich auseinander.



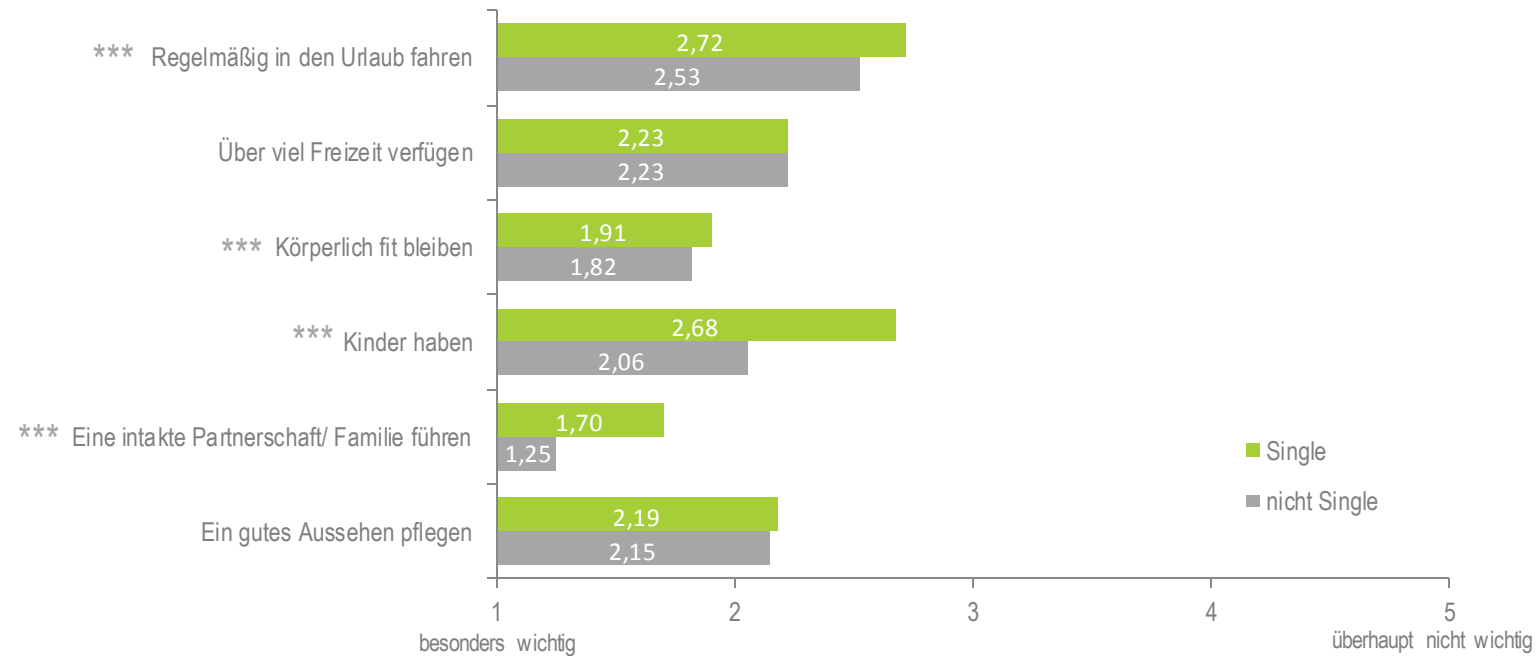
Mittelwert der Wichtigkeit der unterschiedlichen Lebenseinstellungen getrennt für Singles und Nicht-Singles. Skala: 1,00 trifft voll und ganz zu über 3,00 trifft teilweise zu bis 7,00 trifft überhaupt nicht zu.





Werte der Singles und Nicht-Singles

Der wichtigste der abgefragten Werte ist für alle eine *intakte Partnerschaft* oder der Traum von einer *Familie*. Dies spielt für die Vergebenen eine etwas größere Rolle, als für Singles.
Die Werte *Kinder haben*, *körperlich fit bleiben* und *regelmäßig in den Urlaub fahren* sind für Nicht-Singles ebenfalls wichtiger als für Singles.



Mittelwert der Wichtigkeit unterschiedlichen Werte getrennt für Singles und Nicht-Singles. Auf einer Skala von 1,00 besonders wichtig bis 5,00 überhaupt nicht wichtig.

*** - $p < 0.001$ – Singles und Nicht-Singles unterscheiden sich signifikant voneinander.



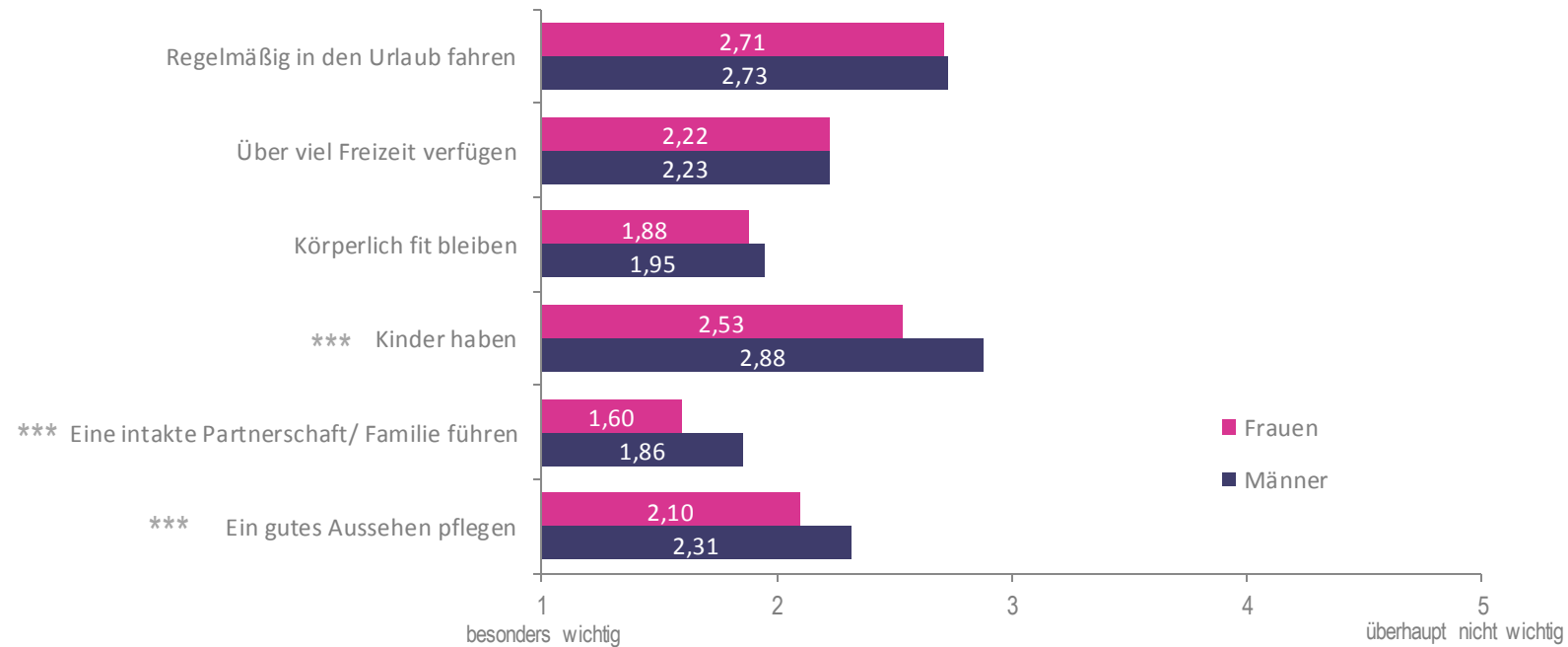


Werte der Single-Frauen und Single-Männer

Last but not least: Welche Werte zählen für die Single-Frauen und welche für die Single-Männer am meisten?

Der *Kinderwunsch* und eine *intakte Partnerschaft bzw. eine Familie zu führen*, sind für Männer und Frauen wichtig. Jedoch legen die Frauen etwas mehr Wert darauf.

Ebenso verhält es sich mit der *Pflege des Äußeren*.



Mittelwert der Wichtigkeit der unterschiedlichen Werte, getrennt für Single-Männer und Single-Frauen. Auf einer Skala von 1 besonders wichtig bis 5 überhaupt nicht wichtig.

*** - $p < 0.001$ – Männer und Frauen unterscheiden sich signifikant voneinander.



Dr. Alenka Hribar
Research Consultant

Lucie Huhn

@ alenka.hribar@keyfacts-gmbh.de

lucie.huhn@keyfacts-gmbh.de

☎ 0341 65050 25999

🌐 www.keyfacts-gmbh.de

Keyfacts Onlineforschung GmbH
Peterstraße 22-24
04109 Leipzig

