



Hate to date?

Eine explorative Studie zum Burnout-Syndrom im Dating-Kontext

Wera Aretz

Hochschule Fresenius, Köln

ZUSAMMENFASSUNG

Das Aufkommen von Dating-Apps hat das Dating-Verhalten vieler Menschen stark verändert. Dating-Apps werben damit, Menschen miteinander in Kontakt zu bringen und die Bildung sowohl kurzfristiger als auch langfristiger Beziehungen zu erleichtern. Doch viele Menschen sehen sich zunehmend mit Frustrationen und Herausforderungen konfrontiert. Das Phänomen "Dating-Burnout" hat bisher nur eine anekdotische Evidenz und umschreibt offenbar ein Gefühl der emotionalen Erschöpfung, das mit einer zunehmenden Depersonalisation und dem Gefühl reduzierter Leistung beim Dating einhergeht. Das Ziel der vorliegenden Studie besteht darin, das Phänomen erstmalig wissenschaftlich zu untersuchen und anhand einer Stichprobe von $N = 2465$ Dating-Nutzer*innen und Nichtnutzer*innen verschiedene Einflussfaktoren und deren Vorhersagekraft auf das Dating-Burnout-Syndrom zu ermitteln. Die Ergebnisse zeigen, dass ein Anteil von 14 Prozent der Befragten von Dating-Burnout betroffen sind und sowohl spezifische Dating-Erfahrungen (z. B. das Gefühl der Erfolgslosigkeit, Erfahrung von Eintönigkeit durch repetitive Abläufe, das Erleben von Ghosting oder das Gefühl einer negativen Kosten-Nutzen-Bilanzierung) sowie individuelle Merkmale der Nutzer*innen (wie Selbstwert und Bindungsängstlichkeit) zu Dating-Burnout beitragen. Die Bedeutung der Ergebnisse wird aus theoretischer und praktischer Sicht diskutiert.

Schlüsselbegriffe: Online-Dating, Dating-Burnout, Wohlbefinden

1 Einleitung

In Deutschland erfreut sich Online-Dating großer Beliebtheit. Jede*r dritte Internetnutzer*in über 16 Jahre nutzt das Internet zur Partner*innensuche (Bitkom, 2022). Online-Dating bietet eine bequeme und unkomplizierte Möglichkeit, jederzeit und überall mit einer nahezu unbegrenzten Anzahl potenzieller Partner*innen auf der ganzen Welt mit vielfältigen soziodemografischen und kulturellen Hintergründen in Kontakt zu kommen (Aretz, 2015; Bleize et al., 2023). Die räumlichen Beschränkungen des realen Lebens (Alexopoulos et al., 2020; Sumter et al., 2017) sind im digitalen Kontext aufgehoben, das rein rechnerisch die Chancen erhöht, eine*n passende*n romantische*n Partner*in zu finden. Der minimale Aufwand um Interesse oder Desinteresse zu zeigen (zum Beispiel durch Wischen nach rechts oder links), die Anonymität des Settings, die Kontrolle über die Selbstdarstellung, die Unvorhersagbarkeit der angezeigten Profile sowie die interessengesteuerte Suche anhand konkreter Auswahlkriterien (Aretz, 2015; Cruz et al., 2024; Eichenberg et al., 2020; Sumter et al., 2017), sind weitere nennenswerte Vorzüge des digitalen Kennenlernens (Bleize et al., 2023; Eichenberg et al., 2020; Lenton-Brym et al., 2021; Sumter et al., 2017).

Online-Dating vermag das subjektive Wohlbefinden durch positive Erlebnisse und die Befriedigung von Grundbedürfnissen zu stärken: Dazu gehören Gelegenheitssex, soziale Kontakte und Interaktionen, soziale Anerkennung, Exploration der eigenen Identität bis hin zur Liebe und Partnerschaft (Aretz et al., 2010, Aretz, 2015; Aretz et al., 2017; Aretz, 2021; Clemens et al., 2015; Cruz et al., 2024;

Timmermans & DeCaluwé, 2017; Sumter et al., 2017). Mit angenehmen Erlebnissen auf Dating-Apps (wie Matches, Komplimente) können eine Reihe positiver Emotionen (z. B. Freude, Vergnügen, Zuversicht, Fröhlichkeit, Stolz) und Zufriedenheitserfahrungen einhergehen (Anderson et al., 2020), die auch das Selbstwertgefühl steigern (Aretz, 2017; Courtois & Timmermans, 2018; Her & Timmermans, 2020; Howell et al., 2010; LeFebvre, 2018; Orosz et al., 2018; Timmermans & Caluwé, 2017b). Nicht zuletzt haben Dating-Apps das Potenzial, die Bildung sowohl kurzfristiger als auch langfristiger Beziehungen zu erleichtern (Danielsbacka et al., 2022). Mittlerweile lernen sich die meisten Paare entweder über Dating-Apps oder über gemeinsame Freunde kennen (Statista, 2023).

2 Dysfunktionale Aspekte von Online-Dating

Zahlreiche Studien haben darauf hingewiesen, dass Dating-Apps auch negative Auswirkungen haben können (Bleize et al., 2023; Bonilla-Zorita et al., 2020; Cruz et al., 2024; D'Angelo & Toma, 2017; Gori et al., 2024; Her & Timmermans, 2021; Holtzhausen et al., 2020; Orosz et al., 2018; Thomas et al., 2022). Diese umfassen das Erleben negativer Emotionen wie Enttäuschung, Wut, Ärger, Scham oder Traurigkeit (Her & Timmermans, 2021), problematische Nutzungsmuster (Cruz et al., 2024; Gori et al., 2024), ein verringertes Selbstwertgefühl (Andersson et al., 2018; Gatter & Hodgkinson, 2016; Ranzini & Lutz, 2017), eine erhöhte psychologische Belastung (Holtzhausen et al., 2020) sowie eine geringere Zufriedenheit mit dem eigenen Aussehen (Marshall, 2020; Strubel & Petrie, 2017) oder dem Leben insgesamt (Obarska et al., 2020).

Diese Auswirkungen sind im Rahmen des spezifischen digitalen Kontextes zu betrachten.

Multi-Optionalität und Entscheidungsgeschwindigkeit

Das zentrale Element bei typischen Dating-Apps besteht im Durchsehen und Beurteilen einer unendlich erscheinenden Anzahl von Profilen. Die Möglichkeit, quantifizierbares soziales Feedback in Form von „Likes“ zu geben und zu erhalten, ohne dass eine synchrone Interaktivität notwendig ist, macht das Durchsuchen von Profilen für viele Nutzer*innen sehr reizvoll (Cummings & Mays, 2021; Finkel et al., 2012; Krüger & Splide, 2019; Thomas et al., 2022). Das Interface von vielen Dating-Apps zeigt sich dabei als eine überwiegend bildbasierte Präsentationsform (Krüger & Splide, 2019). Auf der Grundlage eines schnellen, intuitiven Blicks werden Profile entweder aussortiert oder akzeptiert. Die binäre Akzeptanz- und Ablehnungsstruktur der "Swiping"-Logik, in der keine "Vielleicht"-Alternative existiert (und damit Anregungen zum Nachdenken oder Zweifeln fehlen), beeinflusst die Spontanität und Schnelligkeit der Entscheidungen (heuristische Entscheidungsstrategie). Dies geht mit dem Erleben einer größeren emotionalen Distanz einher (Berger, 2023; Krüger & Spilde, 2019). Nutzer*innen erhalten nicht selten eine Vielzahl von Matches, die allerdings als schwache, unverbindliche und weitgehend unpersönliche Interessenssignale zu werten sind und oft im Sande verlaufen (Her & Timmermans, 2021; Krüger & Spilde, 2019). Aus diesem Grunde sind Nutzer*innen oft bestrebt, wiederholt eine große Anzahl an Matches zu sammeln und dadurch die Anzahl ihrer Kontakte zu erhöhen, anstatt in wenige Verbindungen zu investieren (Thomas et al., 2023). Infolgedessen sehen sie sich mit einem Übermaß an Informationen konfrontiert, sind von der Anzahl der verfügbaren Profile überwältigt und berichten von Gefühlen der Überlastung und Entscheidungsschwierigkeiten bei der Partner*innenwahl (Auswahlparadox; Choice-Overload-Effect; Iyengar & Lepper, 2000; siehe auch Anderson et al., 2020; Aretz et al. 2017; Thomas et al., 2022; Thomas et al., 2023).

Anonymität des Kommunikationskontextes

Die Unsichtbarkeit im digitalen Kommunikationskontext beschleunigt Selbstoffenbarungstendenzen (Online Disinhibition Effect; Suler, 2004): Nutzer*innen fühlen sich im Internet freier und gehen ihren Impulsen aufgrund einer schwächeren sozialen Kontrolle leichter nach als in Face-to-Face-Situationen. Beim Nachrichtenaustausch über Dating-Apps fehlen zudem wichtige Sinneskanäle (wie Stimme, Sprechweise, Mimik, Gestik und Geruch), die für die Einschätzung der sexuellen Attraktion wichtig sind, wodurch ein Raum für Projektionen und Idealisierungen entsteht (Eichenberg & Malberg, 2012). Online-Dating wird daher nicht selten von einem Wechselbad der Gefühle begleitet. Desillusionierungen können zu jedem Zeitpunkt der Beziehungsanbahnung stattfinden (Sharabi & Caughlin, 2017). Nicht selten entpuppt sich ein vielversprechender Nachrichtenaustausch als Quelle der Enttäuschung (D'Angelo & Toma, 2017) oder der Kontakt endet abrupt und unerwartet (Ghosting) (Brown, 2020; De Wiele & Campbell, 2019; Freeman et al., 2019; Freedmann et al., 2022; Le Febvre, 2017; LeFebvre et al., 2019; Tim-

mermanns et al., 2021; Brown, 2020). Die Unverbindlichkeit des Informationsaustauschs stellt gerade für Personen, die eine dauerhafte Beziehung suchen, ein ernstzunehmendes Frustrationspotenzial dar (Her & Timmermans, 2021; Thomas & Duber, 2021).

Durch die Anonymität des Dating-Kontextes werden zudem antisoziale Verhaltensweisen begünstigt (toxische Enthemmung), wie aggressives, beleidigendes und anstößiges Verhalten (Eichenberg et al., 2020). Es ist nicht ungewöhnlich, dass insbesondere weibliche Nutzerinnen beleidigende Bemerkungen oder direkte sexuelle Anspielungen auf Dating-Apps erfahren (Lopes & Vogel, 2017b; Thompson, 2018) oder unerwünschte sexuell eindeutige Nachrichten, Fotos oder Videos erhalten (Sexting) (Brown, 2020). Diese Erfahrungen führen häufig zur zeitweisen Löschung des Dating-Kontos (LeFebvre, 2018; Lopes & Vogel, 2017a; Lopes & Vogel, 2019). Das mehrfache Löschen und Wiederherstellen des Kontos aufgrund Frustrationserfahrungen erklärt auch die zyklische Nutzung von Dating-Apps.

Darüber hinaus trägt die Anonymität zu Unehrlichkeiten (Gibbs et al., 2006; Anderson et al., 2020) und Täuschungen bei (Markowitz & Hancock, 2018; Schmitz et al., 2013; Toma & Hancock, 2010), ebenso zur Nutzung von Dating-Apps für kriminelle Zwecke wie Stalking oder sexuelle Gewalt (Couch et al., 2012; Stenzel & Le-Khac, 2024). Der „Entvirtualisierung“ und dem Übergang von Online- zum Offline-Kontext wird daher eine besondere Bedeutung zugeschrieben (Alapack et al., 2005; Aretz et al., 2017; Aretz, 2021; Cacioppo et al., 2013; Hess & Flores, 2018).

Individuelle Faktoren

Die Nutzungserfahrungen und ihre spezifischen Auswirkungen auf das Wohlbefinden werden von verschiedenen Merkmalen beeinflusst wie dem Geschlecht (Aretz, 2017; Aretz, 2015; Aretz, 2021), dem Beziehungsstatus (Beize et al. 2023), Nutzungsmotiven (Aretz, 2017; Timmermanns & DeCaluwe, 2017), Persönlichkeitsmerkmalen (Aretz et al., 2017; Aretz, 2015; Blackhart et al., 2014; Peris et al., 2002; Steffek & Loving, 2009) oder dem Selbstwert (Andreasson et al., 2018; Gatter & Hodkinson, 2016; Kim et al., 2009; Ranzini & Lutz, 2017; Thomas et al., 2022), wenngleich die Befundlage zur Richtung der Einflüsse uneinheitlich ist. In jüngsten Studien haben zudem Bindungsstile (Bowlby, 1940; Slade, 008) - konzeptualisiert über die beiden Faktoren Bindungsangst und Bindungsvermeidung¹ (z. B. Hazan & Zeifman, 1999;

¹ *Bindungsangst* ist definiert durch ein ausgeprägtes Bedürfnis nach Nähe, Besorgnis über die Verfügbarkeit und Verlässlichkeit von Beziehungspartner*innen und hyperaktive emotionale Reaktionen (z. B. übertriebener und intensiverer Ausdruck von Emotionen). *Bindungsvermeidung* ist gekennzeichnet durch die Minimierung von Bindungsbedürfnissen, den Wunsch nach Unabhängigkeit, die Vermeidung von emotionaler Nähe und die Verwendung deaktivierender emotionaler Reaktionen, wie z. B. Emotionsunterdrückung (Fraleigh & Shaver, 2000; Hazan & Shaver, 1987; Mikulincer und Shaver, 2016). Im Gegensatz dazu fühlen sich Personen mit *Bindungssicherheit* mit allen (positiven und negativen) Emotionen wohler und sind in der Lage, in engen, voneinander abhängigen Beziehungen Fürsorge zu geben und zu empfangen (Mikulincer & Shaver, 2016). In Abhängigkeit der Ausprägungen auf den beiden Dimensionen „Vermeidung“ und „Angst“ lassen sich vier Bindungsstile differenzieren: *ängstlich* (hohe Ausprägung in Angst & Vermeidung), *sicher* (niedrige Ausprägung in Angst & Vermeidung), *verstrickt* (hohe Angst, niedrige Vermeidung), *abweisend* (hohe Vermeidung, niedrige Angst) (Neumann et al., 2007).

Messina et al., 2023; Mikulincer & Shaver, 2019) - eine erhöhte Aufmerksamkeit erfahren. Bindungsängstliche Personen scheinen Dating-Apps intensiver zu nutzen (Coffey et al., 2022; Chin et al., 2019; Jonason & Bulyk, 2019; Rochat et al., 2019) und geben eine niedrigere Wahrscheinlichkeit an, sich auch außerhalb der Online-Plattformen persönlich zu treffen (Alexopoulos et al., 2020). Dies reiht sich in frühere Befunde ein, die Bindungsunsicherheit generell als Risikofaktor identifizierten und Zusammenhänge zu negativen Emotionen in romantischen Beziehungen (Simpson, 1990), einer Anfälligkeit für höhere Stressbelastungen (Gander et al., 2015) oder einem erhöhten Risiko für die Entwicklung von psychischen Symptomen aufzeigten (Bakermans-Kranenburg & IJzendoorn, 2009; Buchheim & Senf-Beckenbach, 2020).

Subjektiver Dating-Erfolg

Der subjektive Erfolg oder Misserfolg auf Dating-Apps kann das Wohlbefinden des Einzelnen stark beeinflussen (Finkel et al., 2012). Betrachtet man die Kontaktaufnahme beim Online-Dating, so wird ein „Match“ nicht nur als persönliches und direktes Feedback angesehen (Bäck et al., 2019), sondern es bildet die Voraussetzung für weitere Interaktionsprozesse. Mehrere Studien haben gezeigt, dass es nicht für alle einfach ist, Matches zu erzielen (Pronk & Denissen, 2020) und dass Ablehnungen durch andere Nutzer*innen als schmerzhaft empfunden werden (van der Veen et al., 2019). Ein Mangel an Qualität (z. B. Art der Kontakte, einseitiges vs. beidseitiges Interesse) und Quantität an Interaktionen (z. B. Anzahl an Matches und Nachrichten) führt zu Frustrationserlebnissen (Courtois & Timmermans, 2018; Heino et al., 2010; Schwartz & Velotta, 2018; Zytka et al., 2014). Strubel und Petrie (2017) haben beispielsweise gezeigt, dass ein Mangel an Likes und Matches das Körperbild und das Selbstwertgefühl negativ beeinflusst. Personen, die sich nicht erfolgreich fühlen, erleben oft das Gefühl, von anderen ignoriert oder nicht wertgeschätzt zu werden (Courtois & Timmermans, 2018; Strubel & Petrie, 2017). Diese Empfindungen könnten sich auf Dating-Apps verstärken, da die Erfolgsquoten, gemessen an der Anzahl von Matches, Dates und festen Partnerschaften, dort typischerweise niedrig sind, während der Zeitaufwand gleichzeitig hoch ist: Im Schnitt sind 57 Matches für ein Date notwendig (Grøntvedt et al., 2020). Ein Großteil der Matches sind demnach nur oberflächliche Interessensbekundungen, die schnell verpuffen (Krüger & Spilde, 2019). Ob sich aus einem Match überhaupt ein Nachrichtenaustausch oder sogar ein Date entwickelt, bleibt ungewiss. Zudem ist für die Bahnung eines Dates ein nicht unbeträchtlicher zeitlicher Aufwand (z. B. für das Verfassen von Nachrichten, Verteilung von Likes und Erzielen von Matches) notwendig, der auf 19 von 50 Stunden geschätzt wird (vgl. Engel, 2023). Da aber nicht nur das Erzielen von Dates, sondern der Aufbau einer langfristigen Beziehung ein wichtiges Nutzungsmotiv darstellt, ist das Verhältnis zwischen Matches, Dates und fester Partnerschaft eine relevantes Erfolgsmaß: Im Schnitt führt jedes fünfte Date zu einer Partnerschaft, was einer Erfolgsquote von 1:5 entspricht (Grøntvedt et al., 2020). Das bedeutet, dass etwa 291 Matches erforderlich sind, um eine feste Partnerschaft zu etablieren (Erfolgsquote von 1:291). Gleichzeitig geht dies mit einem zeitlichen Aufwand von 100 bis 257 Stunden

einher, was fast einem halben Jahr (5,7 Monate) entspricht (Engel, 2023). Angesichts der Tatsache, dass etwa ein Drittel bis fast die Hälfte der Online-Dater*innen noch nie ein Date mit einem Online-Kontakt hatten (Smith & Anderson, 2016; Timmermans & Courtois, 2018), wird deutlich, dass der Erfolg insgesamt stark variieren kann. Daher ist anzunehmen, dass das subjektive Empfinden des Dating-Erfolgs (und somit die Beurteilung des individuellen Gelingens) einen weitaus größeren Einfluss auf das Wohlbefinden hat, als objektive Erfolgsquoten. Denn was die eine Person als erfolgreich erlebt, kann für eine andere Person als frustrierend erfahren werden (Her & Timmermanns, 2020).

3 Burnout im Dating-Kontext

Über Frustrationen und Erschöpfungszustände durch Online-Dating wird im Jahre 2023 in vielen Publikumszeitschriften wie beispielsweise Cosmopolitan („I hate to date“), Zeit Magazin („Über Liebeshungrige mit Burnout“) oder Stern („Dating-Burnout: Diese Anzeichen verraten, dass du dein emotionales Limit erreicht hast“) berichtet. Diese populärwissenschaftlichen Artikel führen aus, dass Online-Dating mit zahlreichen Stressoren verbunden sein kann, die ein potenzielles Gesundheitsrisiko darstellen. Da wissenschaftliche Studie bislang fehlen, ist das dort postulierte Phänomen des Burnouts im Dating-Kontext zunächst näher zu betrachten.

Das im Arbeitskontext wissenschaftlich gut untersuchte Burnout-Syndrom wird als eine psychologische Reaktion auf chronischen (Arbeits-)Stress verstanden, die gekennzeichnet ist durch emotionale Erschöpfung, Depersonalisation oder Zynismus und verminderter Leistungsfähigkeit (Korczak et al., 2010; Maslach & Leiter, 1997; Maslach et al., 1996). Emotionale Erschöpfung gilt dabei als Leitsymptom (Hochstrasser, 2023; Seidler et al., 2014). Burnout ist keine eigenständige Krankheit, sondern ein Syndrom, aus dem sich psychische oder psychosomatische Störungen entwickeln können. Im Internationalen Klassifikationssystem von Krankheiten (International Statistical Classification of Diseases and Related Health Problems; ICD-10) wurde das Burnout-Syndrom nicht als eigenständige Störung, sondern als Zusatzdiagnose unter Z 73 aufgeführt, die alle Probleme mit Bezug auf Schwierigkeiten bei der Lebensbewältigung zusammenfasste. In der aktuellen Version des ICD-11-Katalogs ist Burnout unter QD85 als Syndrom definiert, das aufgrund chronischer Stressbelastung am Arbeitsplatz auftritt (Böckelmann et al., 2024; Korczak et al., 2010). Insofern liegt hier ein wesentliches Kennzeichen im äußeren Bedingungsgefüge des belastenden Umfelds, weniger auf individualpsychologischen Risikofaktoren. Als weitere begünstigende Bedingungen für das Auftreten von Burnout werden verschiedene Faktoren diskutiert, wie *individuelle Merkmale* (z. B. demografische Variablen wie Geschlecht, Persönlichkeitsmerkmale wie externe Kontrollüberzeugungen oder Selbstwert), *situative Faktoren* (z. B. psychische Belastung durch Arbeitszeit, Frustrationen, problematische Interaktionen, Rollenkonflikte oder auch Eintönigkeit) oder *gesellschaftliche Komponenten* (z. B. Vereinsamung, geänderte Kommunikationsformen, steigende Ansprüche, Wertewandel; Beemsterboer & Baum, 1984; Deckard et

al., 1994; Freudenberger, 1974; Korczak et al., 2010; Maslach et al., 2001; Soler et al., 2008).

Da die Erfahrungen auf Dating-Apps herausfordernd sein können (Her & Timmermans, 2021; Holtzhausen et al., 2020), ist es plausibel anzunehmen, dass anhaltende Stressoren bei Online-Dater*innen unter gewissen Umständen ebenfalls zu Burnout-ähnlichen Symptomen führen können: Damit kann Dating-Burnout verstanden werden als kontextspezifisches Syndrom, das durch emotionale Erschöpfung (z. B. Frustration, Verausgabung), Depersonalisation oder Zynismus (z. B. Gleichgültigkeit, emotionale Verhärtung gegenüber Dating-Kontakten, geringe Bereitschaft oder Fähigkeit zur Empathie oder Perspektivenübernahme) und einer verminderten Leistungsfähigkeit (z. B. Energielosigkeit, mangelnder Fokus) im Kontext des Online-Datings gekennzeichnet ist.

Vor dem Hintergrund dieser Überlegungen ist davon auszugehen, dass der *subjektive Erfolg* auf Dating-Apps (Qualität und Quantität der Interaktionen) in Abhängigkeit subjektiver Nutzungsmotive (Beziehungssuche vs. Digitaler Zeitvertreib) einen Einfluss auf Dating-Burnout hat. Ebenfalls sollten *individuelle Faktoren* (z. B. Alter, Geschlecht, Selbstwert, Bindungsstile) einen Erklärungswert leisten. Dating-Burnout ist auch vor dem Hintergrund *technologischer Besonderheiten* (z. B. ständige Verfügbarkeit einer fast unbegrenzten Anzahl potenzieller Partner*innen, Swipe-Logik & Gamification, Choice-Overload, Bilddominanz, Schnelligkeit der Profilauwahl, Anonymität des Settings) zu diskutieren.

4 Ziel der Studie und Fragstellungen

Da gegenwärtig offenbar noch keine wissenschaftliche Studie zum Thema Dating-Burnout vorliegt, das Phänomen jedoch jüngst populärmedial verstärkt diskutiert wird, besteht ein offensichtlicher Bedarf an empirischer Forschung. Ausgehend von den oben genannten Überlegungen, liegt das Hauptziel der vorliegenden Studie in der Entwicklung eines psychometrischen Selbstauskunftsinstruments, das Dating-Burnout auf Grundlage des dreidimensionalen Burnout-Konstruktes Maslach und Jackson (1981) erfassen kann.

RQ1: Entwicklung eines Fragebogens zur Erfassung von Dating-Burnout

Da sich in der Forschung das MBI (Maslach Burnout Inventory; Maslach & Jackson, 1981) zur Messung von Burnout als „Goldstandard“ durchgesetzt hat (Korczak et al., 2010), soll dieser Fragebogen die Grundlage für die Erfassung von Burnout im Dating-Kontext bilden. Die Entwicklung des MBI erfolgte originär nicht für die klinische Praxis, sondern sollte der Wissenschaft dazu dienen, das Burnout-Phänomen näher zu untersuchen (Maslach & Jackson, 1981).

RQ2: Einfluss spezifischer Aktivitäten und Erfahrungen auf Dating-Apps

Die bisherigen Überlegungen legen nahe, dass zu unterscheiden ist, welche spezifischen Aktivitäten und Erfahrungen auf Dating-Apps gemacht werden und welche psychologischen Auswirkungen damit einhergehen (Clark

et al., 2017; Lauckner et al., 2019). Bisherige Studien legen nahe, dass das subjektive Gefühl des Erfolgs oder Misserfolgs auf Online-Dating-Plattformen das Wohlbefinden der Nutzer*innen beeinflusst (Courtois & Timmermans, 2018; Heino et al., 2010; Her & Timmermans, 2020; Hobbs et al., 2017, Thomas et al., 2022). Bislang ist allerdings noch nicht geklärt, inwieweit benannte Einflussfaktoren (z. B. Erfahrungen von Ghosting oder Sexting, Anzahl von Matches oder Dates) Dating-Burnout vorhersagen.

RQ3: Die Rolle von Motiven

Mit Online-Dating können verschiedene Motive befriedigt werden, die von Unterhaltung und Zeitvertreib über Gelegenheitssex bis hin zu langfristiger Partnerschaft reichen (Aretz et al., 2010, Aretz, 2015; Aretz et al., 2017; Clemons et al., 2015; Sumter et al., 2017; Timmermans & DeCaluwé, 2017; Wang & Chang, 2010). Studien weisen darauf hin, dass Personen mit einem hohen Motiv zur Beziehungssuche im Dating-Kontext schneller frustriert werden und anfälliger für negative Erfahrungen sind (Her & Timmermans, 2020). Daher könnte ein Zusammenhang zwischen dem Motiv der Beziehungssuche und Dating-Burnout bestehen.

RQ4: Einfluss individueller Merkmale: Selbstwert, Bindungsstile, Beziehungsstatus, Geschlecht

Selbstwert: Das Selbstwertgefühl und auch Bindungsstile wurden sowohl im Kontext von Dating-Apps als auch im Kontext von Burnout untersucht. Mehrere Studien legen nahe, dass Menschen mit niedrigem Selbstwert anfälliger für emotionale Erschöpfung sind (Blom, 2012; Brown & Zeigler-Hill, 2018; Enzmann & Kleiber, 1989; Orth et al., 2012; Schönfeld et al. 2016). Im Kontext des Datings wurde eine niedrigere Selbstachtung bei Personen festgestellt, die Dating-Apps nutzen, im Vergleich zu denen, die sie nicht nutzen (Aretz, 2015; D'Angelo & Toma, 2017; Gatter & Hodkinson, 2016; Strubel & Petrie, 2017; Thomas et al., 2022). Angesichts dieser Erkenntnisse lässt sich vermuten, dass ein negativer Zusammenhang zwischen Selbstwertgefühl und Dating-Burnout besteht.

Bindungsstile: In ähnlicher Weise weisen Studien darauf hin, dass Bindungserfahrungen den Umgang mit Stress (Buchheim et al., 2017; Gander & Buchheim, 2015; Peng et al., 2023) und das Risiko für die Entwicklung von psychischen Symptomen beeinflussen (Bakermans-Kranenburg & IJzendoorn, 2009; Buchheim & Senf-Beckenbach, 2020; Strauß et al., 2016). Der digitale Kontext eröffnet Bindungsängstlichen schnelle Regulationsmöglichkeiten zwischen Nähe- und Distanzbedürfnissen. So scheint die Bindungsängstlichkeit mit intensiveren Emotionen und einer niedrigeren Wahrscheinlichkeit verbunden zu sein, die Dating-App zu verlassen und sich persönlich zu treffen (Timmermans & Alexopoulos, 2020). Anzunehmen ist daher, dass sich Stress und Frustrationen im Dating-Kontext auf der Dimension Ängstlichkeit ungünstiger auswirken. Denn die Besorgnis über die Verfügbarkeit und Verlässlichkeit von Beziehungspartner*innen ist ein integraler Bestandteil dieser Dimension. Dating-Burnout sollte daher eher bei den Bindungsstilen auf der hoch-ängstlichen Dimension (ängstliche und/oder ver-

strickter Bindung) auftreten (Pines, 2004), während sich ein sicherer Bindungsstil als Schutzfaktor erweisen sollte.

Geschlecht: Mehreren Studien deuten darauf hin, dass Männer und Frauen sich sowohl in den Motiven für die Nutzung (Abramova et al., 2016; Aretz, 2015; Aretz et al. 2017, Aretz, 2021; Lopes & Vogel, 2017a; Orosz et al., 2018) als auch in ihren Erfahrungen mit der Nutzung von, auf heterosexuelles Klientel ausgerichtete Dating-Apps unterscheiden. Während Frauen häufiger nach einem festen Beziehungspartner suchen, nutzen Männer Dating-Apps häufiger für Gelegenheitssex (z. B. Aretz, 2015; Aretz, 2021; Orosz et al., 2018). Diese unterschiedlichen Ziele könnten für heterosexuell datende weibliche Nutzerinnen ein Frustrationspotenzial darstellen, da sie häufiger die Erfahrung machen dürften, dass ihr Gegenüber weniger ernsthafte Absichten hat. Darüber hinaus weisen empirische Befunde darauf hin, dass Frauen einem höheren Risiko für unerwünschtes Sexting ausgesetzt sind als Männer (Brown, 2020; Lopes & Vogel, 2017).

Beziehungsstatus: Einige Studien weisen darauf hin, dass das Single-Dasein tendenziell mit einer niedrigeren Beziehungs- und Lebenszufriedenheit verbunden ist (Adamczyk, 2017; Oh et al., 2022). Ebenfalls wird auf Zusammenhänge zwischen der Nutzung von Dating-Apps und einer erhöhten Angst vor dem Single-Dasein hingewiesen (Bleize et al., 2023; D'Angelo & Toma, 2017; Thomas et al., 2022). Dating-Apps werden aber nicht nur von Singles, sondern ebenfalls von Liierten genutzt (Aretz, 2015; Bleize et al., 2020). Daher ist anzunehmen, dass sich negative Erfahrungen auf Dating-Apps bei Singles nachteiliger auf ihr Wohlbefinden auswirken. Singles sollten vulnerabler für kritische Dating-Erfahrungen und einem höheren Dating-Burnout-Risiko ausgesetzt sein.

RQ5: Vergleich von Dating-Nutzer*innen und Personen die Online-Dating nicht ausüben

Um die Bedeutung des Selbstwertes und von Bindungsstilen im Dating-Kontext weiter zu ergründen, bietet sich ein Vergleich von Personen die Dating-Apps aktuell nutzen und Personen die noch nie Dating-Apps genutzt haben an. Mehrere Studien deuten darauf hin, dass die Nutzung von Online-Dating mit einem geringeren Selbstwert und Bindungsangst zusammenhängen (Aretz, 2015; Aretz et al., 2017; Kim et al., 2009; Thomas et al., 2022). Daher ist anzunehmen, dass in der Teilpopulation der Dating-Nutzer*innen ein geringerer Selbstwert und eine höhere Bindungsängstlichkeit verbreitet ist.

5 Methode

5.1 Struktur des Online-Fragebogens

Der Fragebogen richtete sich an drei Personengruppen: Aktive Online-Dater*innen, ehemalige Online-Dater*innen und Personen ohne Online-Dating-Erfahrung. Dabei wird in folgenden Berechnungen ein Schwerpunkt auf den Vergleich der aktiven Nutzer*innen und Nicht-Nutzer*innen gelegt. Die verwendeten Skalen des Fragebogens unterscheiden sich stellenweise zwischen den Gruppen.

Individuelle Merkmale

Bei allen Studienteilnehmer*innen wurden *individuelle Merkmale* wie Geschlecht, Alter, sexuelle Orientierung und der aktuelle Beziehungsstatus (Single vs. liiert) erhoben. Das *Selbstwertgefühl* wurde ebenfalls bei allen Teilnehmenden anhand der deutschen Fassung der Rosenberg Self-Esteem-Scale von Collani und Herzberg (2003) erfasst (10 Items, Beispielitems: „Alles in allem bin ich mit mir selbst zufrieden“, „Hin und wieder denke ich, dass ich gar nichts taugt“, Ratingskala von 1 = trifft überhaupt nicht zu bis 6 = trifft voll und ganz zu; mit Cronbach $\alpha = .89$). Die *Bindungsstile* wurden mit dem Bochumer Bindungsfragebogen (BoBi) von Neumann, Rohmann und Bierhoff (2012) auf den Dimensionen Ängstlichkeit vs. Vermeidung ermittelt (36 Items, Beispielitems: „Ich möchte meinem/meiner Partner*in nahe sein, halte mich aber trotzdem zurück“, „Ich brauche die Bestätigung, dass mein/meine Partner*in mich liebt“, „Ich zeige einem/einer Partner*in nicht gern, wie es tief in mir aussieht“; Ratingskala von 1 = trifft überhaupt nicht zu bis 6 = trifft voll, Cronbach $\alpha = .89$; Subskala *Vermeidung* mit 18 Items und Cronbach $\alpha = .87$, Subskala *Angst* mit 18 Items und Cronbach $\alpha = .90$).

Nutzungsart und -intensität

Die aktiven Online-Dater*innen wurden nach ihrer Nutzungsintensität (Minuten pro Tag, Anzahl von Dating-Apps, Dauer der Nutzung in Monaten) sowie nach Merkmalen der Dating-Apps gefragt (Online-Partnervermittlung, Online-Kontaktbörsen, Social-Dating, Adult-Dating, Nischenangebote (Aretz et al., 2017) sowie nach der Kostenpflichtigkeit der Nutzung (Nutzung gebührenpflichtiger Angebote (ja/nein) sowie monatliche Kosten).

Nutzungsmotive

In Anlehnung an Aretz (2010, 2015), Clemens et al. (2015), Sumter et al. (2017) sowie Timmermans und DeCaluwé (2017) wurden 36 Nutzungsmotive in der Gruppe der aktiven Online-Dater*innen und der ehemaligen Nutzer*innen erhoben (Beispielitems: Ich nutze Online-Dating-Plattformen...„um mein Ego zu boosten“, „um jemanden für eine ernsthafte Beziehung zu finden“, „aus Langeweile“, „um eine sexuelle Fantasie auszuleben“; Ratingskala von 1 = trifft überhaupt nicht zu bis 6 = trifft voll; und Cronbach $\alpha = .90$).

Faktorenanalytisch (Hauptkomponentenanalyse mit Varimax-Rotation und Kaiser-Guttman-Kriterium mit einer Varianzaufklärung von 61%) wurden sechs Motivfacetten identifiziert: *Suche nach Gelegenheitssex* (Varianzerklärung von 14 %, 8 Items, Cronbachs $\alpha = .88$, $M = 3.49$, $SD = 1.19$; Beispielitems: „um sexuelle Erfahrungen zu sammeln“, „um One-Night-Stand zu haben“); *Socializing* (Varianzerklärung von 12 %, 8 Items, Cronbachs $\alpha = .86$, $M = 2.73$, $SD = 1.22$; Beispielitems: „um Leute zum Feiern zu finden“, „um mein soziales Netzwerk zu erweitern“); *digitaler Zeitvertreib* (Varianzerklärung von 11 %, 7 Items, Cronbachs $\alpha = .86$, $M = 3.59$, $SD = 1.10$, Beispielitems: „aus Langeweile“, „zum (digitalen) Zeitvertreib“); *Bestätigung & Ego-Boost* (Varianzerklärung von 11 %, 6 Items, Cronbachs $\alpha = .87$, $M = 3.31$, $SD = 1.18$;

Beispielitems: „um Bestätigung zu erhalten“, „um mein Ego zu boosten“); *Beziehungssuche & feste Partnerschaft* (Varianzerklärung von 7%, 3 Items, Cronbachs $\alpha = .84$, $M = 4.06$, $SD = 1.32$; Beispielitems: „um mich zu verlieben“, „um jemanden für eine ernsthafte Beziehung zu finden“); Suche nach *Freundschaften* (Varianzerklärung von 6%, $M = 3.97$, $SD = 1.23$, Cronbachs $\alpha = .66$, 2 Items, Beispielitems: „um neue Freunde zu finden“). Abschließend wurde gefragt, ob die Proband*innen sich bereit fühlen, eine exklusive Beziehung einzugehen (Antwortmöglichkeiten: ja, teils-teils, nein).

Spezifische Dating-Erfahrungen

Auf einem Globalmaß (Schieberegler von 0 (maximal negativ) bis 100 (maximal positiv)) sollten die Online-Dater*innen zunächst quantitativ einzuschätzen, wie sie ihre Erfahrungen alles in allem bewerten. Danach wurden qualitative Daten erhoben, indem sie gebeten jeweils ihre beiden positivsten respektive negativsten Erfahrungen beim Online-Dating in einem Textfeld schriftlich zu notieren.

Abschließend wurden die Teilnehmenden gebeten, verschiedene Aussagen zu Dating-Erfahrungen zu beurteilen (35 Items; Beispielitems: „Mich ärgert es, dass mir nur wenige Leute zurückschreiben“, „Die Auswahl an Profilen ist riesig und das führt bei mir schnell zur Überforderung.“, „Ich habe das Gefühl, mich besonders anstrengen zu müssen, um beim Online-Dating erfolgreich zu sein“, Ratingskala von 1 = trifft überhaupt nicht zu bis 6 = trifft voll, sehr gute interne Konsistenz, Cronbach $\alpha = .93$).

Die faktoranalytische Analyse (Hauptkomponentenanalyse mit Varimax-Rotation und Kaiser-Guttman-Kriterium mit einer Varianzaufklärung von 59 %) weist auf acht Faktoren hin: *Subjektive Erfolglosigkeit & Selbstzweifel* (Varianzerklärung von 14 %, 10 Items, Cronbachs $\alpha = .87$, $M = 3.53$, $SD = 0.99$; Beispielitems: „Ich habe das Gefühl, dass ich weniger Erfolg auf Dating-Apps habe als andere“, „So langsam zweifle ich daran, jemals die richtige Person zu finden.“, „Ich mache mir Gedanken darüber, was ich beim Online-Dating falsch mache.“); *Eintönigkeit & Ermüdung* (Varianzerklärung von 10 %, 8 Items, Cronbachs $\alpha = .83$, $M = 4.02$, $SD = 0.88$; Beispielitems: „Immer wieder derselbe Smalltalk und dieselben Fragen. Das ist nicht nur anstrengend, sondern auch ermüdend“); *abweichende Partnerschaftsziele* (Varianzerklärung von 8%, 5 Items, Cronbachs $\alpha = .80$, $M = 3.14$, $SD = 0.97$; Beispielitems: „Meiner Erfahrung nach geht es vielen Nutzer*innen gar nicht um eine feste Partnerschaft“, „Oft habe ich das Gefühl, dass sich die Leute gar nicht auf andere einlassen wollen“); *Ghosting* (Varianzerklärung von 5%, 4 Items, Cronbachs $\alpha = .68$, $M = 3.83$, $SD = 0.99$; Beispielitems: „Mir passiert es häufiger, dass Leute einfach kommentarlos verschwinden.“ „Mich nervt dieses Ghosting“, „Ich bin oft engagierter und bemühter in der Kommunikation als meine Dating-Kontakte“); *Online-Enthemmung* (Varianzerklärung von 6%, 2 Items, Cronbachs $\alpha = .71$, $M = 3.59$, $SD = 1.23$; Beispielitems: „Ich fühle mich online sicherer und bin daher teilweise offener und ehrlicher als im normalen Leben“, „Ich bin auf Dating-Apps enthemmter als im normalen Leben“); *Kosten-Nutzen-Diskrepanz* (Varianzerklärung von 4%, 3 Items,

Cronbachs $\alpha = .55$, $M = 3.33$, $SD = 1.08$; Beispielitems: „Manchmal denke ich: Nun gebe ich sogar Geld für das Dating aus und trotzdem klappt es nicht“, „Es gibt wenig spannende Leute auf Dating-Plattformen.“); *Belästigung & Sexting* (Varianzerklärung von 4%, 1 Items, $M = 3.46$, $SD = 1.63$; Beispielitems: „Ich bekomme manchmal unaufgefordert anzügliche Bilder. Das nervt mich“). *Unehrlische Profildarstellung* (Varianzerklärung von 6%, 2 Items, Cronbachs $\alpha = .55$, $M = 4.20$, $SD = 0.99$; Beispielitems: „Oft sind die Leute im realen Leben ganz anders als ich sie mir auf der Online-Dating-Plattform vorgestellt habe“, Ich habe das Gefühl, dass sich viele Menschen auf Online-Dating-Plattformen verstellen und unehrlich sind“.)

Dating-Burnout

Um eine angemessen wissenschaftliche Operationalisierung zu erreichen, wurden die insgesamt 22 Items des Maslach Burnout Inventory (1981), soweit möglich, an den spezifischen Kontext des Dating-Burnouts angepasst (siehe Anhang). Derart wurden 16 Items generiert. Der Wortlaut vieler Items orientiert sich stark an den Formulierungen im Maslach Burnout Inventory (z. B. „Ich fühle mich durch meine Arbeit ausgebrannt,“ entspricht „Ich fühle mich vom Dating ausgebrannt.“; „Ich fühle mich durch meine Arbeit frustriert“ entspricht „Ich fühle mich durch meine Online-Dating-Erfahrung frustriert.“). Für den Wortlaut von sechs Items ließ sich keine Entsprechung im Dating-Kontext finden (z. B. „Ich habe das Gefühl, dass mir mein*e Kolleg*innen/Mitarbeitenden für manche ihrer Probleme die Schuld geben.“, „Ich kann leicht nachvollziehen, was in meinen Kollegen/Vorgesetzten vorgeht“). Ein weiteres Item entstand auf Basis der qualitativen Pilotstudie und wurden in den Fragebogen aufgenommen („Oft nutze ich Dating-Apps unfokussiert und swipe nur nebenbei.“). Die vorgestellte Dating-Burnout-Skala umfasst daher insgesamt 17 Items. Alle Items des Fragebogens sowie die Original-Items des MBI sind im Anhang aufgeführt.

Die Faktorenanalyse (Hauptkomponentenanalyse mit Varimax-Rotation und Kaiser-Guttman-Kriterium mit einer Varianzaufklärung von 54 %) extrahierte zwei Faktoren: Auf dem ersten Faktoren (Varianzerklärung von 42%, 14 Items, Cronbach $\alpha = .91$) laden die Items der beiden Subskalen Emotionale Erschöpfung (Beispielitems: „Ich fühle mich vom Dating ausgebrannt, „Ich fühle mich vom Dating erschöpft und müde.“) und Depersonalisation (Beispielitems: „Seit ich Online-Dating ausübe, bin ich Menschen gegenüber irgendwie gleichgültiger geworden.“, „Ich befürchte, dass mich meine Dating-Erfahrung emotional verhärtet.“) sowie das Item „Oft nutze ich Dating-Apps unfokussiert und swipe nur nebenbei. Der zweite Faktor (Varianzaufklärung von 12 %, 3 Items, Cronbach $\alpha = .68$) umfasst die Items der Leistungseinschätzung (Beispielitem: „Wenn ich Dating-Plattformen nutze, bin ich voller Energie.“). Die Gesamtskala weist ein Cronbach $\alpha = .89$ auf. Alle Items werden im Folgenden zu einer Gesamtskala Dating-Burnout zusammengefasst.

Konvergente Validität der Skala Dating-Burnout

Um die inhaltliche Validität der Dating-Burnout-Skala zu überprüfen, wurde eine Konstrukt-Validierung durchge-

führt. Auf Basis der explorativen Interviews, in denen Personen ihre Belastungserfahrungen im spezifischen Kontext des Datings beschrieben haben, wurde eine weitere Skala entwickelt, die wir *Dating-Erschöpfung* nennen. Unabhängige Expert*innen bestätigen, dass die Skala mit dem Konzept des Dating-Burnouts inhaltlich und augenscheinlich valide ist. Die Skala *Dating-Erschöpfung* umfasst 8 Items (Ratingskala von 1 = trifft überhaupt nicht zu bis 6 = trifft voll; mit sehr guter interner Konsistenz, Cronbach $\alpha = .90$), die inhaltlich den Subskalen emotionale Erschöpfung (Beispielitem: „Wenn ich nur an Dating denke, steigen negative Gefühle in mir auf“), Depersonalisation (Beispielitem: „Ich freue mich kaum noch über Matches.“), Leistungseinschätzung (Beispielitem: „Ich fühle mich demotiviert, Energie und Engagement ins Dating zu investieren.“) zugeordnet werden können. Die *Dating-Burnout-Skala* weist einen hoch positiven Zusammenhang mit der Skala *Dating-Erschöpfung* auf ($r = .84^{**}$), was für eine hohe konvergente Validität spricht.

Am Ende des Fragebogens wurden die aktiven und ehemaligen Dating-Nutzer*innen gebeten in einem Textfeld anzugeben, was sie tun (taten), um Dating-Burnout zu verhindern oder zu verringern, und mit welchen Maßnahmen sie bei Erschöpfung und Ermüdung gute Erfahrungen gemacht haben.

5.2 Stichprobe

Der Online-Fragebogen nahm etwa 15 Minuten Zeit in Anspruch und wurde über das Umfragetool Unipark im Zeitraum von 4. Dezember 2023 bis zum 19. Januar 2024 durchgeführt. Die Akquise der Proband*innen erfolgte per Schneeballsystem über das private und berufliche Umfeld. Darüber hinaus wurde auf die Studie auch in Zeitungsartikeln aufmerksam gemacht (z. B. Kölner Stadtanzeiger, Blick, Kurier, Bild). Weitere Teilnehmer*innen wurden aus verschiedenen Panels zufällig ausgewählt und zusätzliche Datensätze über ein Marktforschungsinstitut erhoben.

Insgesamt konnten $N = 2465$ Personen für die Studie gewonnen werden. Rund die Hälfte der Befragten nutzen zum Zeitpunkt der Erhebung Dating-Apps aktiv ($n = 1181$; 48 %). Der Anteil der Nicht-Nutzer beträgt $n = 1284$ (52 %), wobei wiederum die Hälfte (46%, $n = 590$) diese Teilpopulation Dating-Apps früher einmal genutzt haben.

Das Alter der Gesamtstichprobe liegt im Schnitt bei 42 Jahren ($Md = 41$ Jahre; $Min = 18$; $Max = 86$). Die Geschlechterverteilung ist nahezu ausgeglichen, wobei Frauen einen Anteil von 54 Prozent und Männer einen Anteil von 46 Prozent ausmachen. Der Beziehungsstatus ist in der Stichprobe exakt gleichverteilt (50% Singles, 50 % Liierte) (vgl. Tabelle 1).

*Vergleich der Teilstichproben Online-Dating-Nutzer*innen vs. Nichtnutzer*innen*

Demographische Merkmale: Die Online-Dater*innen sind rund 37 Jahre alt und damit im Vergleich zu den Nichtnutzer*innen insgesamt zehn Jahre jünger ($e = 47.44 - 36.89 = 10.11$ Jahre). Innerhalb der Gruppe der Nichtnutzer*innen sind etwas mehr Männer (51% vs. 57%) vertre-

ten als unter den befragten Online-Dater*innen. Es zeigt sich auch, dass Online-Dating-Nutzerinnen zwar viel häufiger angeben, Single zu sein (71 % gegenüber 30 % bei den Nichtnutzer*innen), aber immerhin 29 Prozent angeben in einer Beziehung zu sein. Dabei zeigt sich kein signifikanter Unterschied hinsichtlich des Geschlechts. Das bedeutet, dass unter den Dating-Nutzer*innen ebenso viele Männer wie Frauen entweder liiert oder Single sind.

Umgekehrt nutzen 30 Prozent der Singles kein Online-Dating. Im Durchschnitt sind die Singles seit 7 Jahren nicht verpartnert. Diejenigen, die kein Online-Dating betreiben sind deutlich längere Zeit allein ($M = 9.62$, $SD = 11.02$) als die Dating-Nutzer*innen ($M = 5.26$, $SD = 7.51$).

Der überwiegende Anteil der Stichprobe ist heterosexuell (87 Prozent). 13 Prozent berichten von einer anderen sexuellen Orientierung als Heterosexualität, was in etwa der Größe der LGBTQ+ Community in Deutschland entspricht². Innerhalb der Stichprobe der Dating-Nutzer*innen sind mit 17 Prozent mehr Personen der LGBTQ+ Community vertreten als bei den Nichtnutzer*innen (10 Prozent).

Tabelle 1: Demografische Merkmale der Stichprobe

	Dater*innen $n = 1181$ (48%)	Nicht-Nutzer*innen $n = 1284$ (52%)	Gesamt $N = 2465$	Signifikanztest
Alter (M , SD)	36.9 (12.60)	47.5 (15.51)	42.4 (15.13)	$F(1, 2465) = 304.13$, $p = .001$, $\eta^2 = .12$
Geschlecht				$\chi^2(2, N = 2465) = 14.39$, $p = .001$, $\eta^2 = .08$
Männer	577 (49%)	548 (43%)	1125 (46%)	
Frauen	596 (51%)	734 (57%)	1330 (54%)	
Divers ^b	8 (0.6%)	2 (0.1%)	10 (0.4%)	
Beziehungsstand				$\chi^2(2, N = 2465) = 4.14$, $p = .001$, $\eta^2 = .41$
Single	838 (71%)	384 (30%)	1222 (50%)	
Partnerschaft	343 (29%)	900 (70%)	1243 (50%)	
Dauer als Single (Jahre)	5.3 (7.51)	9.6 (11.02)	6.6 (8.99)	$F(1, 1222) = 64.90$, $p = .001$, $\eta^2 = .12$
Bildungsabschluss ^c				$\chi^2(7, N = 1256) = 45.79$, $p = .001$, $\eta^2 = .05$
Keinen Abschluss	15 (2%)	30 (7%)	45 (4%)	
Berufsausbildung	93 (11%)	72 (17%)	165 (13%)	
Hauptschule	52 (6%)	47 (11%)	99 (8%)	
Realschule	163 (20%)	84 (20%)	247 (20%)	
Fachschulabschluss	81 (10%)	25 (6%)	106 (8%)	
Abitur	203 (25%)	84 (20%)	287 (23%)	
Studium	204 (25%)	90 (21%)	294 (23%)	
Promotion	10 (1%)	3 (1%)	13 (1%)	
Sexuelle Orientierung				$\chi^2(1, N = 2465) = 20.86$, $p = .001$, $\eta^2 = .06$
heterosexuell	990 (84%)	1145 (89%)	2135 (87%)	
homosexuell	66 (6%)	31 (2%)	97 (4%)	
Sonstiges	125 (11%)	108 (8%)	233 (9%)	

² Der LGBTQ+-Anteil liegt in Deutschland ungefähr bei 7.4 Prozent (Charta der Vielfalt, 2018).

Selbstwert	4.07 (0.89)	4.30 (0.90)	4.19 (0.90)	$F(1, 2465) = 41.53, p = .001, \eta^2 = .02$
Bindungsstile				$\chi^2(3, N = 2465) = 275.46, p = .001, \eta^2 = .33$
sicher	173 (15%)	488 (38%)	661 (27%)	
abweisend	263 (23%)	284 (22%)	547 (22%)	
verstrickt	156 (13%)	235 (18%)	391 (16%)	
ängstlich	589 (51%)	277 (21%)	866 (35%)	

Anmerkungen: ^a Mittelwert (Standardabweichung in Klammern). ^b Aufgrund der niedrigen Fallzahl bei divers wurde die Variable Geschlecht nominal in Männer und Frauen umkodiert. ^c Der Bildungsabschluss wurde aufgrund eines Programmierungsfehlers im Fragebogen nur bei $n = 1256$ Proband*innen erfasst.

6 Ergebnisse

6.1 Selbstwert und Bindungsstile

Selbstwert: Der Vergleich von Dating-Nutzer*innen und Nicht-Nutzer*innen weist zunächst auf einen deutlichen Unterschied im *Selbstwertgefühl* hin $F(1, 2465) = 41.53, p = .001, \eta^2 = .02$. Dating-Nutzer*innen haben ein geringeres Selbstwertgefühl ($M = 4.07, SD = 0.89$) als Nichtnutzer*innen ($M = 4.30, SD = 0.90$). Es ist davon auszugehen, dass spezifische Erfahrungen beim Dating auf das Selbstwertgefühl auswirken können.

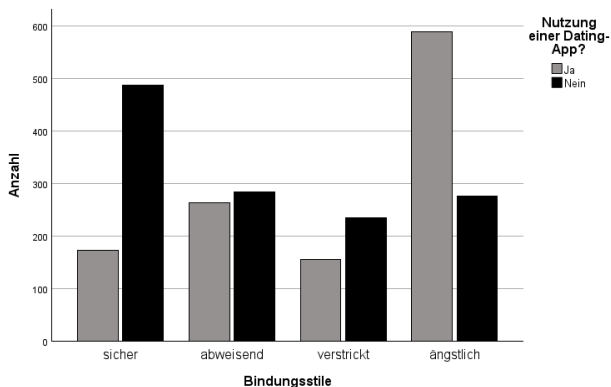


Abbildung 1: Verteilung der Bindungsstile bei Nutzer*innen und Nichtnutzer*innen von Online-Dating (N = 2465)

Bindungsstile: Die Verteilung der Bindungsstile unterscheidet sich ebenfalls zwischen Online-Dating-Nutzer*innen und Nichtnutzer*innen (siehe Abbildung 1). Während bei Dating-Nutzer*innen der *ängstliche Bindungsstil* stark verbreitet ist, ist bei den Nichtnutzer*innen der *sichere Bindungsstil* besonders häufig vertreten. Betrachtet man die Verteilung genauer, wird deutlich, dass jede*r zweite Dating-Nutzer*innen (51%) einen *ängstlichen Bindungsstil* aufweist (während dieser Bindungsstil mit 21% bei den Nichtnutzer*innen deutlich weniger verbreitet ist). Bei den Nichtnutzer*innen weist mehr als jede*r Dritte (38 %) einen *sicheren Bindungsstil* auf, der bei weniger als halb so vielen (15%) Dating-Nutzer*innen auftritt. Für die *verstrickte und abweisende Bindung* zeigt sich ein weniger polarisiertes Profil: Beide Bindungsstile sind bei Dating-Nutzer*innen und Nichtnutzer*innen im moderaten Maße verbreitet (siehe auch Tabelle 1).

6.2 Nutzungsintensität und Kosteninvestment von Dating-Apps

Die Auswahl an Online-Dating-Portalen ist groß. Nutzer*innen verwenden oft mehrere Plattformen zugleich, um ihre Erfolgchancen zu erhöhen. Ein Großteil der Online-Dater*innen nahm zum Zeitpunkt der Befragung eine (40 %, $n = 476$) oder zwei (38 %, $n = 449$) Dating-Apps in Anspruch ($M = 1.6; SD = 1.12; Md = 2, Min = 1, Max = 10$). 15 Prozent gaben an drei Dienste gleichzeitig zu nutzen ($n = 183$), während 3 Prozent der Befragten ($n = 71$) mehr als drei Portale verwenden. Etwa jede*r Dritte (33 %, $n = 383$) nutzt kostenpflichtige Portale und gibt dafür im Schnitt monatlich 36 Euro aus ($M = 36.13, SD = 32.19, Min = 5; Max = 200; Md = 25$). Ältere Personen geben für Online-Dating häufiger Geld aus als Jüngere $F(1, 1181) = 4.62, p = .005, \eta^2 = .01$.

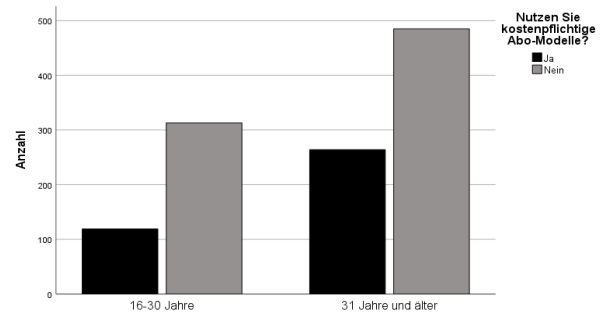


Abbildung 2: Nutzung kostenpflichtiger Dating-Apps und Alter (N = 1181)

Im Durchschnitt verbrachten die Nutzer*innen täglich 43 Minuten mit Online-Dating ($M = 42.95; SD = 38.82, Min = 1; Max = 240; Md = 30$).

6.3 Motive der Online-Dating-Nutzung

Das wichtigste Motiv für die Nutzung von Dating-Apps stellt für alle Nutzer*innen insgesamt die *Beziehungssuche und das Eingehen einer festen Partnerschaft* ($M = 4.06, SD = 1.32$) dar, gefolgt von der *Suche nach Freundschaften* ($M = 3.97, SD = 1.23$). Mit etwas Abstand folgen die Motive *digitaler Zeitvertreib* ($M = 3.59, SD = 1.10$), *Suche nach Gelegenheitssex* ($M = 3.49, SD = 1.19$), *Bestätigung & Ego-Boost* ($M = 3.31, SD = 1.18$) sowie *Socializing* ($M = 2.73, SD = 1.22$).

Motive und Geschlecht

Die Intensität der Motive unterscheidet sich zwischen den Geschlechtern $F(6, 1329) = 47.24, p = .001, \eta^2 = .18$ (Tabelle 2). Frauen geben an, Dating-Apps vor allem zur Suche nach festen Beziehungen zu nutzen ($M = 4.14, SD = 1.33$), während Männer sie stärker für die Suche nach Gelegenheitssex nutzen ($M = 3.92, SD = 1.07$). *Bestätigung & Ego-Boost* ($M = 3.38, SD = 1.12$) scheint ebenso wie *Socializing* ($M = 2.83, SD = 1.14$) ebenfalls für Männer wichtiger zu sein als für Frauen.

Tabelle 2: Mittelwerte (Standardabweichungen in Klammern) der Nutzungsmotive für Online-Dating.

	Männer ^a	Frauen
Beziehungssuche & feste Partnerschaft	3.96 (1.31)	4.14 (1.33)
	4.06 (1.32)**	
Suche nach Gelegenheitssex	3.92 (1.07)	3.08 (1.15)
	3.49 (1.19)***	
Socializing	2.83 (1.14)	2.64 (1.09)
	2.73 (1.12)**	
Suche nach Freundschaften	3.94 (1.16)	3.99 (1.26)
	3.97 (1.23)	
Bestätigung & Ego-Boost	3.41 (1.13)	3.21 (1.22)
	3.31 (1.18)**	
Digitaler Zeitvertreib	3.59 (1.03)	3.59 (1.16)
	3.59 (1.10)	

Anmerkungen: Mittelwert (Standardabweichung in Klammern). ^a Aufgrund der niedrigen Fallzahl bei sich als divers identifizierten Befragten wurde die Variable Geschlecht nominal in Männer und Frauen umkodiert ($n = 1173$). * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Motive und Beziehungsstand

Da unter den Dating-Nutzer*innen auch einige Personen vertreten sind, die Online-Dating aus einer Partnerschaft heraus nutzen, wurden der Beziehungsstatus berücksichtigt. Eine multivariate Varianzanalyse zeigt signifikante Unterschiede in Abhängigkeit von dieser Gruppierungsvariable $F(6, 1329) = 9.71, p = .001, \eta^2 = .04$. Singles und Liierte unterscheiden sich in der Intensität aller Nutzungsmotive (Tabelle 3). Während für Singles die Beziehungssuche und das Eingehen einer festen Partnerschaft das stärkste Motiv für die Nutzung von Dating-Apps ist, scheinen Dating-Apps für Liierte vielfältige Nutzenaspekte zu haben, die von Gelegenheitssex und Ego-Boost über Zeitvertreib oder dem Bedürfnis nach Socializing reichen. Innerhalb der Gruppe der Liierten sind die Suche nach Freundschaften und der digitale Zeitvertreib die beiden stärksten Nutzungsmotive. Interessanterweise ist die Beziehungssuche und feste Partnerschaft das drittstärkste Motiv noch vor der Suche nach Gelegenheitssex. Dies könnte auf Unzufriedenheit mit der aktuellen Partnerschaft und emotionale Untreue hinweisen.

Tabelle 3: Mittelwerte (Standardabweichungen in Klammern) der Nutzungsmotive für Online-Dating

	Liierte ^a	Singles
Beziehungssuche & feste Partnerschaft	3.76 (1.48)	4.20 (1.21)
	4.06 (1.32)***	
Suche nach Gelegenheitssex	3.58 (1.22)	3.38 (1.19)
	3.49 (1.19)**	
Socializing	2.83 (1.15)	2.65 (1.10)
	2.73 (1.12)**	
Suche nach Freundschaften	4.03 (1.25)	3.87 (1.21)
	3.97 (1.23)*	
Bestätigung & Ego-Boost	3.40 (1.28)	3.19 (1.19)
	3.31 (1.18)**	
Digitaler Zeitvertreib	3.78 (1.03)	3.45 (1.12)
	3.59 (1.10)***	

Anmerkungen: Mittelwert (Standardabweichung in Klammern). ^a Aufgrund der niedrigen Fallzahl bei sich als divers identifizierten Befragten wurde die Variable Geschlecht nominal in Männer und Frauen umkodiert ($n = 1173$). * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

6.4 Subjektive Erfahrungen mit Online-Dating

Um eine erste Einschätzung hinsichtlich subjektiver Erfahrungen auf Dating-Apps zu erhalten, sollte die Teilstichprobe der Dater*innen auf einer Skala von 0 (maximal negativ) bis 100 (maximal positiv) einschätzen, wie sie ihre Erfahrungen insgesamt bewerten. Der Wert von 58 ($M = 57.60, SD = 24.40, Md = 58.00$, Linksschiefe) weist darauf hin, dass die Nutzer*innen insgesamt durchschnittliche bis moderat positive Erfahrungen auf Dating-Apps gemacht haben. Die Verteilung der kleinsten und größten Werte macht allerdings deutlich, dass doppelt so viele Personen sehr gute Erfahrungen gemacht haben, im Vergleich zu Menschen, die sehr schlechte Dating-Erfahrungen bilanzieren. Denn während 18 Prozent ($n = 236$) sehr hohe Werte für gute Erfahrungen vergeben (mit 80-100), geben nur 9 % der Befragten an sehr schlechte Erfahrungen mit Dating gemacht zu haben (mit Werten von 0-20).

Die Untersuchung der qualitativen Aussagen zu positiven und negativen Erfahrungen auf Dating-Apps gibt weitere Einblicke in die Bandbreite subjektiver Dating-Erfahrungen.

Qualitative Aussagen zu positiven Erfahrungen

Am häufigsten beschreiben Nutzer*innen, dass sie ein besonders positives Erlebnis im Kontakt zu netten Menschen sehen und in Freundschaften, die sich durch Dating-Apps entwickelt haben (Tabelle 4) (Beispiel-Aussagen: „Ich habe nette Menschen kennengelernt“, „Ich habe tolle Freundschaften geschlossen.“). Als weitere besonders häufig genannte positive Erfahrung war die *persönliche Entwicklung* durch Dating-Apps, wie zum Beispiel das Erlernen, "Nein" zu sagen, oder das Bewusstwerden der eigenen Bedürfnisse ("Ich habe gelernt, was ich möchte."). An vierter Stelle wurden das Entdecken und Eingehen einer *festen Beziehung* hervorgehoben, wie zum Beispiel das Verlieben, das Finden der großen Liebe oder das Heiraten und Gründen einer Familie. Als weitere positive Dating-Erfahrungen wurden nette *Dates* und *sexuelle Begegnungen* genannt, was sich in Aussagen widerspiegelt wie "Ich habe wirklich erfüllenden Sex erlebt", "Ich habe schöne Abende verbracht und viele Dates gehabt". Viele Nutzer*innen nannten zudem eine *Reihe positiver Emotionen*, die sie beim Online-Dating erlebt haben, wie Spaß, Freude und gute Laune ("Ich hatte viel Spaß", "Ich fühlte mich leicht und lebendig"). Das Gefühl der *Bestätigung und Selbstwertsteigerung* wird in Aussagen deutlich wie "Ich habe großartiges Feedback erhalten" oder "Mein Selbstbewusstsein hat sich gesteigert". Weitere positive Erlebnisse wurden durch *anregende Gespräche* („Ich habe mich mit einer Person wirklich gut und lange unterhalten.“), *Zeitvertreib* („Mir die Zeit ein bisschen vertrieben.“, „Schöne Dinge in der Freizeit erlebt.“) sowie *Matches & Flirts* („Ich habe ein paar interessante Online-Flirts geführt.“ „Viele Matches gehabt.“) vermittelt.

Tabelle 4: Qualitative Auswertung der positiven Erfahrungen mit Dating

Positive Erfahrungen		
	Häufigkeiten	Prozente
Nette Menschen kennengelernt	777	32%
Freundschaften geschlossen	203	8%
Persönliche Entwicklung: Neues gelernt und Erfahrungen gesammelt	201	8%
Feste Beziehung (Partnerschaft, Verlobung, Hochzeit)	195	8%
Gute Dates	193	8%
Guten Sex	161	6%
Positive Emotionen: Freude, Spaß & gute Laune	139	5%
Bestätigung & Selbstwertsteigerung	110	4%
Interessante Gespräche & Kommunikation	96	4%
Zeitvertreib & Ablenkung	25	1%
Matches & Flirts	15	1%

Anmerkungen: n = 356 der Antworten wurden ausgeschlossen, weil „keine guten Erfahrungen gemacht“ benannt wurden, N = 2465 Antworten.

Qualitative Aussagen zu negativen Erfahrungen

Im Zusammenhang mit negativen Erlebnissen beim Dating wurden viele Aussagen getätigt, die auf tiefe Frustrationen hinweisen und *Gefühle von Erfolglosigkeit bis hin zu Hoffnungslosigkeit* deutlich machen. So äußerten die meisten Personen, dass sie bisher noch kein Glück auf den Apps hatten oder häufig Zurückweisungen erlebt haben („Ich wurde oft ablehnt.“; „Selbst als gut aussehender Mann hat man kaum Chancen beim Online-Dating.“). Einige äußerten sogar, dass sie den Glauben an die Liebe oder sogar an die Gesellschaft verloren haben ("Ich habe den Glauben an die Gesellschaft verloren." „Leider ist der gutaussehende Mensch verarmt und faul). Am zweithäufigsten wurde von Täuschungen und Erfahrungen mit Fake-Accounts (wie etwa: "Ich bin auf viele Fake-Accounts gestoßen.", "Viele Profile enthalten gefälschte Informationen über die Person.") berichtet.

Tabelle 5: Qualitative Auswertung der negativen Erfahrungen mit Dating

Negative Erfahrungen		
	Häufigkeiten	Prozente
Erfolglosigkeit, Hoffnungslosigkeit & Frustrationen	325	13%
Fake Accounts & Betrug	232	9%
Es geht nur um Sex / keine festen Absichten der Anderen	225	9%
Ghosting	192	8%
Komische Kontakte (Cringe, Creepy)	177	7%
Sexting & Belästigung	117	4%
Geld- & Zeitverschwendung	110	4%
Unangenehme Dates	100	4%
Unehrlichkeit & Lügen	90	4%
Beleidigungen	72	3%
Ablehnung & Abfahren	57	2%
Geschönte Fotos	24	1%
Eintönigkeit & Ermüdung	21	1%
Oberflächlichkeit	20	1%

Anmerkungen: n = 530 der Antworten wurden ausgeschlossen, weil „keine negativen Erfahrungen gemacht“ benannt wurden, N = 2465 Antworten.

Fast ebenso häufig wurde von den Frustrationen berichtet, die dadurch entstanden sind, dass viele Personen auf Dating-Apps keine *ernsthaften Absichten* hegen („Ich

habe gelernt, dass es bei vielen nur um Sex geht.“, „Viele wollen nur eine Affäre.“) und das Interesse an *rein körperlichen Begegnungen* im Vordergrund steht. Am vierthäufigsten wurden Kränkungen angesprochen, die durch *Ghosting* entstehen („Ich wurde gehostet.“, Ich habe echt oft Ghosting erlebt; mir ist die Lust am Dating echt vergangen.“). Des Weiteren wurden *ungewöhnliche (peinliche, verstörende) Kontakte* genannt („Ich habe echt gruselige Leute kennengelernt.“, „Sehr merkwürdige Leute gesehen.“), ebenso wie *Sexting & Belästigung* („Ätzende Dickpicks bekommen.“, „Ich habe oft eklige und perverse Nachrichten bekommen.“; „Ich wurde belästigt.“) oder die *Verschwendung von Geld und Zeit* (Beispiele: „Ich habe wirklich viel Geld ausgegeben.“, „Ich habe zu viel Zeit mit Dating-Apps verbracht.“). Weitere negative Dating-Erlebnisse beziehen sich auf *mangelnde Ehrlichkeit* („Viele leere Worte.“, „Ich wurde oft belogen.“), *Beleidigungen* (Beispiel: „Ich wurde echt schlimm beleidigt.“, „Ich musste mir Böses anhören.“, „Viel hate erlebt.“), *Zurückweisung und Ablehnung* (Beispiele: „Einiges an Ablehnung bekommen.“, „Krasse Abfahren erlebt.“) sowie *geschönte Profilbilder* ("Ich habe Männer getroffen, die ganz anders aussahen als auf ihren Fotos", „Viele Photoshop-Bilder gesehen.“) und *Gefühl von Eintönigkeit und Ermüdung* („Viele langweilige Abende gehabt“, „Immer wieder die gleichen Chats – das ist Horror.“) sowie *Oberflächlichkeit* erlebt (Beispiele: Ich habe keine Lust mehr auf das oberflächliche chatten.“, „Sehr viel oberflächliche Menschen kennen gelernt.“).

Quantitative Analyse negativer Erfahrungen & Geschlecht

Durch die Betrachtung der Mittelwerte (Tabelle 6) wird deutlich, dass unehrliche Profildarstellungen, abweichende Partnerschaftsziele sowie das Gefühl von *Eintönigkeit und Ermüdung* oft mit dem Online-Dating verbunden sind und zu den drei am häufigsten genannten unangenehmen Erfahrungen gehören (vgl. auch Kapitel 5.1).

Um zu überprüfen, ob sich Männer und Frauen in diesen Erfahrungen unterscheiden, wurden die quantitativen Daten varianzanalytisch ausgewertet. Die Ergebnisse zeigten, dass Männer und Frauen sich insgesamt in ihren Dating-Erfahrungen unterscheiden $F(8, 1321) = 27.04, p = .001, \eta^2 = .14$. Frauen beklagen im stärkeren Maße einen Mangel an ernsthaften Absichten (*abweichende Partnerschaftsziele*) [$F(1, 1172) = 13.13, p < 0.001, \eta^2 = .01$] sowie Gefühle der *Eintönigkeit & Ermüdung* beim Dating [$F(1, 1172) = 8.81, p < 0.003, \eta^2 = .01$]. Sie berichten ebenfalls deutlich häufiger über *Erfahrungen mit Sexting* [$F(1, 1172) = 73.53, p < 0.001, \eta^2 = .06$]. Männer hingegen geben stärker an, unter dem Gefühl der *Erfolglosigkeit und Selbstzweifel* zu leiden [$F(1, 1172) = 13.13, p < 0.001, \eta^2 = .01$] und bei der Nutzung von Dating-Apps enthemmter (*Online-Enthemmung*) zu sein [$F(1, 1172) = 6.57, p < 0.010, \eta^2 = .00$]. Sie beurteilen auch das *Kosten-Nutzen-Verhältnis* kritischer als die weiblichen Befragten [$F(1, 1172) = 14.50, p < 0.001, \eta^2 = .01$]. Beide Geschlechter geben in etwa gleichem Maß an, Erfahrungen mit *Ghosting* [$F(1, 1321) = 1.56, ns$] sowie mit *unehrlichen Profildarstellungen auf Dating-Apps* zu machen [$F(1, 1321) = 3.65, ns$].

Tabelle 6: Mittelwerte (Standardabweichungen in Klammern) der Erfahrungen mit Dating-Apps

	Männer ^a	Frauen
Gefühl der Erfolglosigkeit & Selbstzweifel	3.64 (0.98)	3.43 (0.99)
	3.53 (0.99)***	
Eintönigkeit & Ermüdung	3.94 (0.86)	4.01 (0.89)
	4.02 (0.88)**	
abweichende Partnerschaftsziele	3.99 (0.94)	4.29 (0.99)
	4.14 (0.97)***	
Ghosting	3.85 (0.94)	3.82 (1.02)
	3.83 (0.98)	
Online-Enthemmung	3.69 (1.18)	3.50 (1.26)
	3.59 (1.23)**	
Belästigung & Sexting	3.07 (1.55)	3.86 (1.61)
	3.47 (1.63)***	
Unehrliche Profildarstellung	4.13 (0.98)	4.25 (1.00)
	4.19 (0.99)	
Kosten-Nutzen-Verhältnis	3.45 (1.09)	3.21 (1.07)
	3.33 (1.09)***	

Anmerkungen: Mittelwert (Standardabweichung in Klammern). ^a Aufgrund der niedrigen Fallzahl bei divers wurde diese exkludiert und die Variable Geschlecht nur in Männer und Frauen aufgeteilt ($n = 1173$). * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

6.5 Online-Dating-Burnout

Mit Blick auf die Forschung zu Burnout im Arbeitskontext ist festzustellen, dass keine einheitlichen und allgemeingültigen Cut-off-Werte für die diagnostische Einteilung in geringes, mittleres oder hohes klinisches Burnout vorliegen (siehe auch Korczak, 2010). Während einige Forscher*innen die Ausprägung einzelner Burnout-Dimensionen interpretieren (Leone et al., 2007; Maslach & Jackson, 1986; Vela-Bueno et al., 2008), erfolgte bei anderen die Berechnung eines (gewichteten) Gesamtscores (Ahola & Hakanen, 2007; Böckelmann, 2024; Kalimo et al., 2003; Mattila et al., 2007). Auch in Bezug auf die Methode zur Festlegung der Cut-off-Werte besteht in der Literatur keine Einigkeit (z. B. Einteilung der Burnout-Schweregrade anhand von Terzilen oder Quartilen). Eine gängige Methode in der psychologischen Diagnostik ist die Klassifizierung anhand von Mittelwert und Standardabweichung der Verteilung. Der Bereich zwischen -1 und +1 Standardabweichung vom Mittelwert wird üblicherweise als der Durchschnittsbereich oder auch Normalbereich (~68 %) bezeichnet. Werte +1 Standardabweichung werden als überdurchschnittlich, der Bereich zwischen -1 Standardabweichung und Mittelwert als unterdurchschnittlich bezeichnet. Eine solche Einteilung hat den Vorteil, dass weniger Personen in die Extremgruppen kategorisiert werden und ein neues Phänomen, wie hier des Dating-Burnouts, nicht überschätzt wird. Tabelle 7 weist verschiedene Klassifizierungen und ihre Auswirkungen auf die prozentuale Verteilung von Burnout-Schweregraden auf. Im weiteren Verlauf stützen wir uns auf die letztgenannte Einteilung und der konservativen Betrachtung der Prävalenz von Dating-Burnouts. Mit dieser Einteilung liegt der Cut-Off-Wert bei ≥ 4.10 und damit deutlich im Zustimmungsbereich der 6-stufigen Skala.

Tabelle 7: Einteilung des Burnout-Schweregraden

	kein (oder geringes) Dating-Burnout	mittleres Dating-Burnout	hohes Dating-Burnout
Einteilung nach Terzilen	< 3.15	3.15 – 3.68	> 3.68
Prozent	37%	35%	28%
Einteilung < 25. und > 75. Perzentil	< 2.95	2.95 – 3.82	> 3.82
Prozent	25%	50%	25%
Einteilung nach Mittelwert +/- 1SD	< 2.62	2.63 – 4.09	> 4.10
Prozent	15%	71%	14%

Schätzungen der Prävalenz von Dating-Burnout

Zur vorsichtigen Schätzung der Verbreitung von Dating-Burnout kann der Wert von 14 Prozent auf die Grundgesamtheit der Dating-Nutzer*innen übertragen werden. Folgt man der Umfrage von Bitkom (2022), dann sind ein Drittel der Internetnutzer*innen ab 16 Jahren in Deutschland auf Partner*innensuche im Netz, was - ihren Angaben zufolge - rund 20 Millionen Menschen entspricht. Auch die ARD/ZDF-Onlinestudie (2023) beziffert den Anteil der Internetnutzer*innen auf 95 Prozent der Bevölkerung, was unter Hinzunahme von Schätzungen des Statistischen Bundesamtes (Destatis, 2023), ungefähr 80.5 Millionen Menschen entspricht (Gesamtbevölkerung in Deutschland im Jahre 2023 rund 84,7). Folglich entspricht diesen Zahlen zufolge ein Drittel der Internetnutzer*innen sogar 26.5 Millionen Menschen, obwohl dabei spezifische Altersgruppen (wie beispielsweise die unter 16 Jahre) nicht ausgeschlossen werden. Setzt man nun den Anteil der klassifizierten Dating-Burnout-Nutzer*innen von 14 Prozent ins Verhältnis zur geschätzten Grundgesamtheit von Dating-Nutzer*innen in Deutschland (Bitkom, 2022, DeStatis, 2023), so kann die Häufigkeit des Auftretens hochgerechnet werden. Basierend auf diesen Schätzungen könnte das Phänomen zwischen 2.8 Mio. (14 % von 20 Mio.) und 3.7 Mio. (14 % von 26.5 Mio.) Menschen betreffen. Davon ausgehend, dass Dating-Burnout mit einem nicht unerheblichen subjektiven Leidensdruck verbunden ist, unterstreichen die Hochrechnungen die Notwendigkeit weiterer Forschung.

Geschlecht und Dating-Burnout

Eine weitere Frage ist, ob es Unterschiede im Ausmaß des Dating-Burnouts zwischen Männern und Frauen gibt. Die Verteilung der Geschlechter auf die verschiedenen Grade von Dating-Burnout legt zwar nahe, dass etwas mehr Frauen ($n = 77$, 59 %) als Männer ($n = 53$, 41 %) von Dating-Burnout betroffen sind (Abbildung 2). Diese Unterschiede erweisen sich jedoch statistisch als nicht signifikant $\chi^2(1, N = 1173) = 3.33, p = .063 (ns^3)$.

³ Auch die Varianzanalyse über die intervallskalierte Variable Dating-Burnout weist auf keinen Unterschied zwischen den Geschlechtern hin $F(1, 1173) = 0.87, ns$.

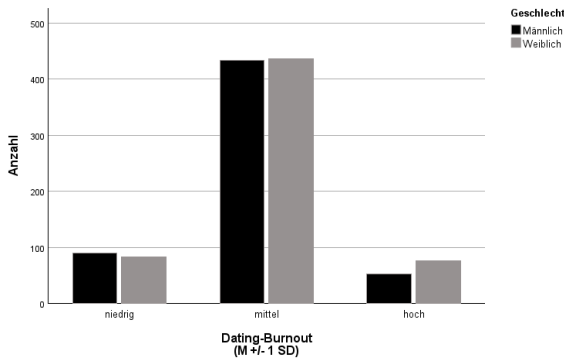


Abbildung 2: Verteilung von Männern und Frauen auf die verschiedenen Schweregrade von Dating-Burnout klassifiziert nach Mittelwert +/- 1 Standardabweichung

Beziehungsstatus und Dating-Burnout

Varianzanalytisch wurde zudem geprüft, ob sich das Ausmaß des Dating-Burnouts zwischen Singles und Lierten unterscheidet $F(1, 1181) = 8.50, p < 0.004, \eta^2 = .07$. Erwartungskonform weisen Singles ($M = 3.38, SD = 0.73$) ein höheres Ausmaß an Dating-Burnout auf als Lierte ($M = 3.24, SD = 0.77$). Die zusätzliche Berücksichtigung des Geschlechts zeigte kein signifikantes Ergebnis $F(1, 1181) = 1.01, p = 0.31$ (ns).

Die Verteilung der relativen Häufigkeiten innerhalb der beiden Teilstichproben Singles und Lierte zeigt zunächst, dass Dating-Burnout bei verpartnerten Dating-Nutzer*innen deutlich seltener vorkommt als beiden Singles (Abbildung 3). Während nur 13 Prozent ($n = 113$) der Singles ($n = 838$) geringen Dating-Burnout aufweisen, sind es unter den ($n = 343$) den lierten Nutzer*innen insgesamt 22 Prozent ($n = 77$). Personen, die in Beziehungen sind, zeigen demnach öfter geringe bis keine Symptome von Dating-Burnout. Anders verhält es sich bei den Ausprägungen mittleres und hohes Dating-Burnout: Singles scheinen häufiger ($n = 607, 72\%$) von Dating-Burnout im mittleren Ausprägungsbereich als Lierte ($n = 225, 66\%$) sowie von hohem Dating-Burnout ($n = 118, 14\%$) betroffen als die Vergleichsgruppe der verpartnerten Nutzer*innen ($n = 41, 12\%$). Interessant ist, dass der größte Unterschied mit einer Differenz von 9 Prozent zwischen den Teilgruppen bei geringem Burnout liegt und der Unterschied sich bei höheren Ausprägungsformen zwischen Singles und Lierten angleicht (Unterschied bei mittlerem Dating-Burnout bei 6 % und bei hohem Dating-Burnout bei 2 %).

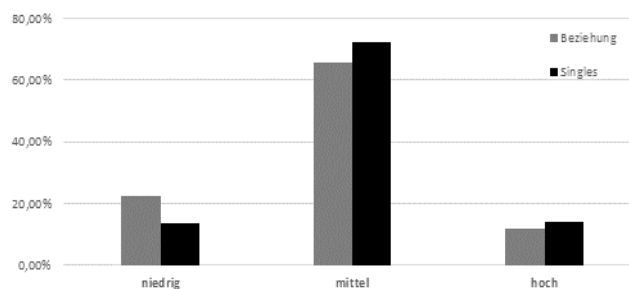


Abbildung 3: Verteilung von Singles vs. Lierten nach relativer Häufigkeit auf die verschiedenen Schweregrade von Dating-Burnout klassifiziert nach Mittelwert +/- 1 Standardabweichung

Vorhersage von Online-Dating-Burnout

Es wurden verschiedene Einflussfaktoren diskutiert, die zur Entstehung von Dating-Burnout beitragen könnten (vgl. Kapitel 3). So ist denkbar, dass demografische Merkmale, der Selbstwert, Bindungsstile sowie spezifische Erfahrungen auf Dating-Apps (gut vs. schlecht) die Entstehung von Dating-Burnout beeinflussen. Um dies zu überprüfen, wurde eine multiple Regression zur Vorhersage von Dating-Burnout durchgeführt. Hierbei dienten im ersten Schritt demographische Variablen, wie Alter, Geschlecht, Beziehungsstand, sexuelle Orientierung und die Dauer des Single-Status für die Vorhersage von Dating-Burnout sowie Selbstwert und die vier erhobenen Bindungsstile als Prädiktoren (Tabelle 8). Gemeinsam erklären sie 51 Prozent inkrementeller Varianz. Dabei erweist sich in Modell 1 (27 % Varianzerklärung) ein *sicherer Bindungsstil* ($\beta = -0.24, p < .001, r_{part} = -.20$) und ein hoher *Selbstwert* ($\beta = -0.22, p < .001; r_{part} = -.21$) als besonders schützende Prädiktoren. Personen mit einem *ängstlichen Bindungsstil* ($\beta = -0.24, p < .001, r_{part} = -.20$) und mit einem *abweisenden Bindungsstil* ($\beta = -0.09, p < .001, r_{part} = -.07$) weisen höheres Dating-Burnout auf, wengleich Bindungsängstlichkeit einen deutlich höheren Effekt zeigt. Dieser Bindungsstil ist in Modell 1 in besonderem Maße mit Dating-Burnout assoziiert.

Die verschiedenen Nutzungsmotive sowie die Variablen zur Nutzungsintensität im Modell 2 tragen insgesamt nicht nennenswert zur Vorhersage von Dating-Burnout bei. Sie erklären lediglich 2 % inkrementeller Varianz ($p \geq .001$), was darauf hindeutet, dass Dating-Burnout kaum durch Nutzungsmotive erklärt werden kann, wengleich die Motive Socializing Suche nach Freundschaften und Zeitvertreib im Zusammenhang zu Dating-Burnout stehen, nicht aber die Nutzungsintensität der Apps.

In Modell 3 wurden die spezifischen Dating-Erfahrungen integriert, was mit einem hohen Zuwachs von 22% inkrementeller Varianzerklärung einhergeht. Das Gefühl der *Erfolglosigkeit* ($\beta = 0.30, p < .001, r_{part} = -.25$) sowie das Gefühl der *Monotonie* beeinflussen die Stärke des Dating-Burnouts maßgeblich. Auch das Erleben von *Ghosting* ($\beta = 0.05, p < .001, r_{part} = .05$) und das Empfinden eines *unausgeglichenen Kosten-Nutzen-Verhältnisses* ($\beta = 0.10, p < .001, r_{part} = .10$) tragen zur Entwicklung von Dating-Burnout bei, während ein enthemmteres Verhalten auf Dating-Apps (*Online-Enthemmung*, $\beta = -0.15, p < .001, r_{part} = -.17$) in einem negativen Zusammenhang zu Dating-Burnout steht.

Tabelle 8: Standardisierte Partialregressionskoeffizienten und Anteile erklärter Varianz für das Kriterium Dating-Burnout sowie r und r_{part}

	Dating- Burnout					
	B	β	R^2	ΔR^2	r	r_{part}
Modell 1			.27***	.27***		
Alter	0.00	-0.01			-.162	-.006
Geschlecht						
Männer ^a	-0.06	-0.04			-.027	-.045
Beziehungsstand						
Lierte ^b	-0.08*	-0.05*			-.080	-.059

Sexuelle Orientierung ^c					
Heterosexuell	0.04	0.02		-.004	.016
Homosexuell	0.03	0.01		.020	.008
Selbstwert	-0.18***	-0.22***		-.407	-.210
Bindungsstil ^c					
sicher	-0.51***	-0.24***		-.393	-.200
abweisend	-0.15*	-0.09*		-.145	-.069
ängstlich	0.25***	0.17***		.408	.125
<i>Modell 2</i>			.28***	.02***	
Nutzungsmotive					
Suche nach Sex	-0.03	-0.04		.064	.038
Socializing	0.07*	0.10*		.262	.077
Zeitvertreib	0.05*	0.07*		.162	.060
Bestätigung & Ego-Boost	0.02	0.04		.206	.027
Beziehungssuche	0.02	0.03		.101	.036
Suche nach Freundschaften	-0.05**	-0.08**		.010	-.087
Nutzungsintensität					
Minuten am Tag	0.00	-0.04		.031	-.045
Anzahl der Dating-Apps	0.02	0.02		.083	.027
Nutzung kostenpflichtiger Dating-Apps ^e	-0.07	-0.05		-.012	-.048
<i>Modell 3</i>			.50***	.22***	
Dating-Erfahrungen					
Geringer Erfolg	0.23***	0.30***		.585	.249
Eintönigkeit & Ermüdung	0.20***	0.24***		.474	.211
Abweichende Partnerschaftsziele	0.03	0.03		.372	.029
Online-Enthemmung	-0.09***	-0.15***		.202	-.166
Ghosting	0.04***	0.05***		.463	.048
Kosten & Zeit	0.07***	0.10***		.438	.103
Sexting	0.01	0.02		.253	.029
Unehrlliche Pro-fildarstellung	-0.02	-0.02		.186	-.026

Anmerkungen: N = 1173 Kriterium Dating-Burnout.
^a Referenzkategorie Frauen
^b Referenzkategorie Single
^c Referenzkategorie sonstige sexuelle Orientierung
^d Referenzkategorie verstrickter Bindungsstil
^e Referenzkategorie keine Nutzung kostenpflichtiger Apps
* p < .05, ** p < .01, *** p < .001

Maßnahmen gegen Dating-Burnout

Die Auswertung der qualitativen Aussagen zu Bewältigungsstrategien im Umgang mit Dating-Burnout (Verhinderung oder Verringerung) macht unterschiedliche Coping-Strategien deutlich (Tabelle 9).

Tabelle 9: Qualitative Auswertung von Maßnahmen zur Vermeidung respektive Verminderung von Dating-Burnout

Maßnahmen gegen Dating-Burnout		
	Häufigkeiten	Prozente
Pause einlegen	434	49%
Freizeitaktivitäten & Selbstfürsorge	133	15%
App löschen	103	11%
Zeitlimit setzen	60	7%
Fokus auf reales Leben & Freundschaften	50	5%
Swipen & Chatten reduzieren	24	3%
Emotionale Distanzierung	21	2%
Ausgehen (Bars)	11	1%
weiß nicht	11	1%
Burnout lässt sich nicht verhindern	8	1%
schneller & weniger Daten	8	1%
Alkohol trinken	6	1%
Offline gehen	6	1%
Pushnachrichten ausschalten	5	1%

Anmerkungen: n = 902 ausgewertete Antworten. Exkludiert wurden Aussagen wie „habe kein Burnout“, „mache nichts“

Die mit Abstand meistgenannte Copingstrategie bezog sich darauf, eine Auszeit von Dating-Apps zu nehmen und zu *Pausieren*. Die angegebene Dauer dieser Pausen variierte von einigen Stunden bis zu mehreren Monaten (Beispiele: „Ich lege mittlerweile immer mal wieder eine 1-wöchige Pause ein, um nicht komplett zu verzweifeln“, „Ich nehme ein paar Tage Pause“, „Ich nutze die App dann halt monatelang nicht.“, „Ich schließe die App und lege das Handy weg.“). Am zweithäufigsten wurden eine Reihe von *Freizeitaktivitäten* genannt, die darauf abzielen, sich abzulenken, zu entspannen, „den Kopf freizubekommen“ und auf die eigene *Selbstfürsorge* gerichtet sind. Die benannten Aktivitäten reichen von Spaziergängen über Meditation, Schlafen, Lesen, Sport, Musik bis hin zur Betonung eigener Stärken und Fähigkeiten („Ich konzentriere mich auf mich selbst und rufe mir in den Sinn, was meine Stärken und Qualitäten sind und was ich von meinem potenziellen Partner erwarten würde“, „Ich mache es mir mit mir selbst gemütlich.“). Nahezu ebenso häufig wurde das *Löschen der App* angesprochen, wie aus folgenden beispielhaften Äußerungen hervorgeht: „Wenn ich mich wirklich müde und erschöpft vom Dating fühle, dann entferne ich Tinder oder Hinge, die ich meistens für Online-Dating benutze.“, „Ich melde mich erst mal für ein halbes Jahr von der Plattform ab und lösche sie.“, „Ich bin sehr schnell genervt vom Online-Dating. Dann lösche ich die Apps. Klappt manchmal besser im realen Leben mit zufälligen Begegnungen.“ Die zeitliche Beschränkung der Dating-Aktivitäten (*Zeitlimits setzen*) („Ich befasse mich heute nur noch absichtlich 10 Minuten am Tag damit. Früher habe ich oft stundenlang gesucht und war dann frustriert.“, „Ich versuche, gar nicht erst zu viel Zeit zu investieren, so bleiben die Hoffnungen auch überschaubar.“), die Fokussierung des *realen Leben und Freundschaften* („Zwischendurch einfach reales Leben genießen.“, „Raus gehen und mit Freunden Zeit verbringen.“) sowie die Begrenzung des *Swipens und Chattens* („Nicht mehr neu swipen, sondern bisherige Matches bewahren.“) wurden ebenso benannt wie eher bewertungsbezogene Coping-Handlungen, wie etwa die Umbewertung der Situation oder Gefühlsberuhigung (*Emotionale Distanzierung*). Diese

Umdeutungen werden in Aussagen deutlich wie „Man darf sich selbst nicht unter Druck setzen und den ganzen Fokus darauflegen. Ab und an kann man sich damit beschäftigen aber nicht jeden Tag. Und man sollte an die guten Erfahrungen denken und nicht an die schlechten“, „Falls es mal nicht klappt, was soll's, dann eben beim nächsten Mal.“ Oder: „Darin nicht das große Ganze sehen, das ist eine Welt für sich, sie verhunzt die Männer und Frauen unserer Gesellschaft, und die Dinge wie zwischenmenschliches verliert an Bedeutung.“ In Tabelle 9 sind weitere, weniger häufig aufgeführte Aussagen, kategorisiert.

7 Diskussion

Das Phänomen Dating-Burnout wurde jüngst intensiv in Publikumszeitschriften diskutiert und hat eine öffentliche Aufmerksamkeit auf sich gezogen. In der vorliegenden Studie wird das Thema erstmalig operationalisiert und empirisch untersucht. Der Konzeption von Burnout folgend, ist Dating-Burnout ein psychosomatisches Syndrom, das in Folge von anhaltenden Stress- und Frustrationserlebnissen im Kontext des Online-Dating entsteht und mit emotionaler Erschöpfung, Depersonalisation und verringerter Leistungseinschätzung einhergeht. *Emotionale Erschöpfung* entspricht dem Gefühl, ausgelaut und energielos zu sein und sich nur noch mit Mühe in den Dating-Prozess einbringen zu können und zunehmend zu entmutigen. *Depersonalisation und Zynismus* äußert sich in einer negativen, abschottenden und oftmals zynischen Haltung gegenüber Kontaktpersonen auf den Apps, was oft mit Gefühllosigkeit und einer „entmenschlichten Wahrnehmung“ einhergeht. Die reduzierte Leistungseinschätzung zeigt sich im Gefühl, persönlich weniger effektiv oder leistungsfähig zu sein und eigene Ergebnisse beim Dating negativ zu bewerten (vgl. Maslach & Jackson, 1981). Die Ergebnisse der vorliegenden Studie legen nahe, dass Dating-Burnout ein verbreitetes und ernstzunehmendes Phänomen unter Nutzer*innen von Dating-Plattformen ist und – nach unseren konservativen Schätzungen – 14 Prozent der Befragten Symptome eines (ausgeprägten) Dating-Burnouts aufweisen.

Dabei scheinen an der Entstehung von Dating-Burnout sowohl individuelle Faktoren (wie Selbstwertgefühl, Bindungsstile oder Beziehungsstand) als auch spezifische Dating-Erfahrungen auf Dating-Apps (wie das Gefühl des Scheiterns, ein ungünstiges Kosten-Nutzen-Verhältnis oder Erlebnisse von Ghosting und Monotonie) beteiligt zu sein.

Individuelle Risiko-Faktoren

Dating-Burnout kann als stressbedingtes psychosomatisches Syndrom verstanden werden, das im Zusammenhang mit Online-Dating auftritt, jedoch durch individuelle Faktoren mitbedingt wird. Die Ergebnisse der vorliegenden Studien weisen zunächst darauf hin, ein *geringes Selbstwertgefühl* ein Risikofaktor darstellt und Selbstwert und Dating-Burnout in einem negativen Zusammenhang zueinanderstehen. Diese Erkenntnisse stimmen mit früheren Studien überein, die einen Zusammenhang zwischen niedrigem Selbstwert und einer reduzierten Fähigkeit zur Bewältigung negativer Erfahrungen festgestellt haben (Maselink et al., 2018; Orth et al., 2012; Sowislo & Orth,

2013). Ebenfalls ist der Befund interessant, dass Personen, die Dating-Apps nutzen, tendenziell einen geringeren Selbstwert haben als Nichtnutzer*innen, was ebenfalls im Einklang mit früheren Forschungsergebnissen steht (Aretz, 2015; Gatter & Hodkinson, 2016; Strubel & Petrie, 2017; D'Angelo & Toma, 2017; Thomas et al., 2022). Da bislang unklar ist, ob der Selbstwert im Kontext des Datings Ursache oder Folge von Zuständen (z. B. Dating-Burnout, psychische Gesundheit) und Ereignissen (z. B. Nutzung von Dating-Apps) ist, sollten die Richtung der kausalen Wirkung in zukünftigen Langzeitstudien untersucht werden.

In Übereinstimmung mit Forschungsergebnissen zur Rolle von *Bindungsstilen* bei der Online-Partner*innensuche (Coffey et al., 2022; Mosley et al., 2020) zeigen Personen mit *hoher Bindungsangst* [bei gleichzeitiger *hoher Vermeidung* – auch als „ängstlich-ambivalenter“ Typ oder nur „ängstlicher“ Typus bezeichnet] (Bartholomew & Horowitz, 1991; Neumann et al., 2007) eine stärkere Dating-Burnout-Symptomatik, während sich ein sichererer Bindungsstil als Schutzfaktor erweist. Dieses Ergebnis ist vor dem Hintergrund theoretischer Implikationen von Bindungsängstlichkeit zu erklären. Bindungsangst ist gekennzeichnet durch ein starkes Bedürfnis nach Nähe, begleitet von Sorgen über die Verfügbarkeit und Verlässlichkeit von Beziehungspartner*innen oder der Angst vor dem Verlassenwerden. Dies geht einher mit hyperaktiven emotionalen Reaktionen wie erhöhter Selbstoffenbarung und intensiverem Ausdruck von Emotionen (Cozolino, 2014), einem verstärkten Bedürfnis nach Aufmerksamkeit (Hudson & Fraley, 2017; Monakis et al., 2017) sowie einem starken Engagement bei der Beziehungsanbahnung (Mosley et al., 2020). Vor diesem Hintergrund ist anzunehmen, dass das größere Engagement und die höhere Vulnerabilität bindungsängstlicher Personen gegenüber Ablehnungserfahrungen und Kränkungen (Mikulincer & Shaver, 2019) Risikofaktoren für die Entwicklung einer Dating-Burnout-Symptomatik darstellen. Auch Freudenberg (1974) hat eine hohe Einsatzfreudigkeit und Idealismus als Risikofaktoren für ein Burnout identifiziert, besonders wenn ein intensives Engagement durch das Bedürfnis nach Anerkennung und Wertschätzung motiviert ist.

Anzumerken ist zudem, dass ein abweisender Bindungsstil [gekennzeichnet durch hohe Vermeidung und niedrige Angst auch als „gleichgültig-vermeidender“ Typ oder nur „ängstlicher“ Typus bezeichnet] negativ mit Dating-Burnout korreliert. Auch wenn die regressionsanalytischen Befunde auf einen sehr geringen Effekt hinweisen, kann dies zurückgeführt werden auf das geringe Bindungsbedürfnis dieses Typus sowie seiner tendenziellen Vermeidung von emotionaler Nähe (Fraley & Shaver, 2000; Hazan & Shaver, 1987; Mikulincer und Shaver, 2016).

Ein auffälliger und interessanter Unterschied in der Verteilung der Bindungsstile zeigt sich auch beim Vergleich von Dating-Nutzer*innen und Nichtnutzer*innen. Während bei den Dating-Nutzer*innen der ängstliche Bindungsstil weit verbreitet ist, zeichnen sich Nichtnutzer*innen typischerweise eher durch einen sicheren Bindungsstil aus. Dieses Ergebnis kann aus verschiedenen Blickwinkeln heraus interpretiert werden. Zunächst ist es daraus denkbar, dass die sicher gebundenen Personen mit einer höheren Wahr-

scheinlichkeit in einer langfristigen Partnerschaft befinden. Allerdings haben früheren Studien schon darauf hingewiesen, dass bindungsängstliche Personen mit einer höheren Wahrscheinlichkeit Dating-Apps nutzen und aktiver auf Online-Dating-Plattformen agieren (Chin et al., 2019; Jonason & Bulyk, 2019; Rochat et al., 2019). Online-Dating kann als ein Mittel dienen, um den Wunsch nach Bindung und Nähe zu signalisieren und somit eine hyperaktive Strategie darstellen zur Regulierung sozialer Beziehungen (Mikulincer & Shaver, 2016; Shaver & Mikulincer, 2002). Dabei ist noch nicht klar, ob die spezifischen Merkmale der computervermittelten Kommunikation, wie die anonymere und weniger verbindliche Natur der Online-Kommunikation, das ängstliche Bindungsverhalten verstärken oder ob Personen mit ängstlichem Bindungsverhalten davon profitieren können, sich potenziellen intimen Partnern in einem subjektiv als sicher empfundenen Online-Kontext anzunähern (Eichenberg et al., 2020). Folgt man der Argumentation von Thomas et al. (2023), dann sollten unsicher gebundene Personen sich nicht nur mit einer hohen Grundangst vor dem Verlassenwerden in den Kontext von Dating-Apps begeben, sondern die Nutzung der Apps ihre Angst vor dem Alleinsein aktiv verstärken. Das exzessive Durchsuchen von Profilen sowie Ablehnungserfahrungen auf Dating-Apps könnte die Angst verstärken, am Ende doch allein zu bleiben (Thomas et al., 2022).

Der Befund, dass sich Singles und Liierte hinsichtlich des Ausmaßes von Dating-Burnout unterscheiden und Singles im direkten Vergleich stärkere Symptome zeigen, erscheint auf den ersten Blick nachvollziehbar. Betrachtet man aber beide Teilstichproben für sich, dann wird anhand der relativen Häufigkeiten deutlich, dass Liierte zwar oft nicht von Dating-Burnout betroffen sind, sich aber der Unterschied bei mittlerem und hohem Burnout nivelliert. Innerhalb der Gruppe der Singles und der Liierten ist Dating-Burnout im mittleren und starken Ausmaß in ähnlicher Weise vertreten. Dieses auf den ersten Blick überraschende Ergebnis kann mit der Rolle des Selbstwertes in Verbindung gebracht werden. Liierte Personen mit geringem Selbstwert scheinen ebenfalls sehr anfällig für negative Erfahrungen auf Dating-Apps zu sein. Da zudem bekannt ist, dass einige Nutzer*innen Dating-Apps verwenden, um aus unglücklichen Beziehungen auszubrechen, wäre es in zukünftigen Studien wichtig, die Zufriedenheit mit dem aktuellen Beziehungsstatus zu erfassen. Bleize et al. (2023) haben darauf hingewiesen, dass die Zufriedenheit mit dem Beziehungsstatus viel aussagekräftiger für das allgemeine Wohlbefinden ist als die bloße Betrachtung des Status selbst. Denn Menschen können beispielsweise aus freien Stücken glückliche Singles sein oder aber Liierte sich in unglücklichen Beziehungen befinden (Lehmann et al., 2015; Oh et al., 2021).

Dating-Erfahrungen

Die Entwicklung von Dating-Burnout scheint in nicht unbeachtlichem Maße durch verschiedene tendenziell ungünstige Erfahrungen auf den Apps beeinflusst zu werden. Die Ergebnisse dieser Studie weisen darauf hin, dass zunächst das *Gefühl der Erfolgslosigkeit* einen signifikanten Einfluss auf Dating-Burnout hat. Dieser Befund ist verständlich, da Nutzer*innen von Dating-Apps ihre Absichten (sei es

Selbstbestätigung, Gelegenheitssex oder die Suche nach einer romantischen Beziehung) nur dann erfüllen können, wenn sie erfolgreich sind. Hierzu ist es notwendig, Matches oder Chats auf der Dating-App zu erzielen und aufrechtzuerhalten, und schließlich andere Nutzer*innen davon zu überzeugen, sich persönlich zu treffen. Mehrere Studien haben bereits gezeigt, dass es nicht für alle Dating-Nutzenden so einfach ist, passende Partner*innen zu finden (Pronk & Denissen, 2020) und ein Mangel an Qualität und Quantität bei den Interaktionen (z. B. oberflächliche Interaktionen, einseitiges Interesse) auf den Apps zu Frustrationen und negativen Affekten führen kann (Courtois & Timmermans, 2018; Heino et al., 2010; Schwartz & Velotta, 2018; Strubel & Petrie, 2017; Zytka et al., 2014). Wer also das Gefühl hat, nicht erfolgreich auf den Dating-Apps zu sein, scheint nach und nach entmutigt zu werden und erschöpft.

Die *Monotonie und Eintönigkeit*, die mit dem Prozess des Dating-Apps verbunden sein kann, stellt einen weiteren Risikofaktor für Dating-Burnout dar. Online-Dating-Nutzer*innen beklagen den Verdruss, der durch die Eintönigkeit des Dating-Prozesses entsteht. Dazu gehören beispielsweise das endlose Swipen durch uninteressante und oft ähnlich gestaltete Profile, das unzählige Liken und Matches sowie unbefriedigende Chats und ein sich wiederholender emotionsloser Nachrichtenaustausch, der oft im Sande verläuft. Diese Erkenntnis stimmt mit früheren Studien überein, die auf einen Zusammenhang zwischen erlebter Monotonie und dem Ausstieg aus Dating-Apps hingewiesen haben (Sepúlveda, 2023). Auch in der Literatur zum Burnout im Arbeitskontext wird Langeweile und Monotonie durch Routine als Risikofaktoren für Burnout bezeichnet (Freudenberger, 1974; Hochstrasser, 2023). Obwohl Dating-Apps Gamification-Prinzipien einbeziehen um Nutzer*innen zu binden, reichen diese offenbar nicht aus, um Ermüdungserscheinungen entgegenzuwirken.

Auf die psychischen Belastungen und starken emotionalen sowie körperlichen Reaktionen infolge von *Ghosting* wurde bereits in früheren Studien hingewiesen (De Wiele & Campbell, 2019; Freedman et al., 2019; Koessler et al., 2019; Konings et al., 2023; Petric, 2023). Das Auftreten von Ghosting wird mit der durch technologische Kommunikation erleichterten Möglichkeit des Kontaktabbruchs in Verbindung gebracht (Freedman et al., 2019; LeFebvre, 2017). Obwohl Ghosting in bestimmten Situationen als angemessene Methode zur Beziehungsklärung angesehen wird, kann die Auflösung von Beziehungen oft mit starken emotionalen (wie Wut, Traurigkeit, Angst) und körperlichen (wie Appetitlosigkeit und Schlafstörungen) Reaktionen einhergehen (Freedman et al., 2019; Morris & Reiber, 2011; Timmermanns et al., 2021). Dies verdeutlicht, dass wiederholte Erfahrungen mit Ghosting zu Symptomen von Dating-Burnout beitragen können.

Ein letzter Aspekt bezieht sich auf die direkten Kosten und Nutzungsgebühren, die beim Online-Dating anfallen können. Einige Dating-Plattformen erheben von vornherein monatliche Nutzungsgebühren, während andere eine kostenlosen Grundversion anbieten. Die Ergebnisse unserer Studie deuten darauf hin, dass eine negative *Kosten-Nutzen-Bilanz* („Jetzt zahle ich schon, dann muss es doch eigentlich erst recht klappen.“) Burnout im Dating-Kontext begünstigt, weil die finanziellen Investitionen die subjektiven Erwartungen erhöhen. Nutzer*innen, die für

einen Service zahlen, erwarten eine höhere Erfolgsquote und bessere Ergebnisse. Wenn diese Erwartungen nicht erfüllt werden, führt dies zu Frustration und Enttäuschung. Die Wahrnehmung, Geld für etwas auszugeben, das keine zufriedenstellenden Resultate liefert, verstärkt das Gefühl von Zeit- und Ressourcenverschwendung, was letztlich zu emotionaler Erschöpfung und Burnout im Dating-Kontext führt.

Maßnahmen gegen Dating-Burnout

Die Auswertung der qualitativen Ergebnisse zum Umgang mit oder der Prävention von Dating-Burnout zeigt verschiedene kurzfristige und langfristige Strategien die Nutzer*innen ergreifen. Diese reichen von positiven Selbstgesprächen und Abreaktion bis hin zu Entspannung, Einstellungsänderungen und Rationalisierung, Aufsuchen von Zufriedenheitserlebnissen und sozialer Unterstützung reichen. Folgt man der Klassifizierung von Perrez und Reicherts (1992) lassen sich situationsbezogene, bewertungsbezogene und repräsentationsbezogene Coping-Handlungen unterscheiden. *Situationsspezifische Bewältigungsmaßnahmen* umfassen die vorübergehende Unterbrechung der Nutzung, das Festlegen von Zeitlimits für die Nutzung, die Verringerung von Swipes, Chats oder Dates, das Deaktivieren von Push-Benachrichtigungen oder das Löschen der App oder vorübergehende Unterbrechung der Nutzung. *Bewertungsbezogene Coping-Handlungen* beziehen sich auf die emotionale Distanzierung und Einstellungsänderungen der Nutzer*innen. *Repräsentationsbezogene Coping-Handlungen* beinhalten die Fokussierung auf Selbstfürsorge, Freizeitaktivitäten und den Ausbau realer Lebensbereiche und Freundschaften. Bislang ist unklar, wie wirksam diese Strategien mittel- und langfristig sind und in welchem Ausmaß sie tatsächlich zur Entlastung oder Erholung beitragen. Die qualitativen Aussagen zeigen, dass viele Nutzer*innen sich zwar kurzfristig von den belastenden Faktoren entlasten (zum Beispiel durch das Löschen der App), sich jedoch nach kurzer Zeit wieder bei Dating-Apps anmelden. Ob und ab wann eine nachhaltige Erholung möglich ist, bleibt offen. Daher ist es ein wichtiges Forschungsfeld, die Wirksamkeit verschiedener Maßnahmen in Zukunft genauer zu untersuchen.

Limitationen

Die aktuelle Studie ist nicht ohne Einschränkungen. Ein erster Aspekt bezieht sich auf die Definition und Operationalisierung des Konstrukts. Dating-Burnout wurde auf Grundlage des dreidimensionalen Burnout-Konstrukts definiert und operationalisiert (Maslach & Jackson, 1981). Obwohl die konzipierte Dating-Burnout-Skala eine gute konvergente Validität aufweist, müssen begriffliche und konzeptionelle Problembereiche diskutiert werden, die aus der bisherigen Burnout-Forschung stammen. Burnout wird im Arbeitskontext als ein Syndrom beschrieben. Ein Syndrom ist per Definition durch eine Reihe gemeinsam auftretender Anzeichen und Symptome charakterisiert (Boeger & Littmann, 2022). Obwohl Burnout über die drei Dimensionen emotionale Erschöpfung, Depersonalisation und Leistungsverringerung operationalisiert wird, empfiehlt das Handbuch des Maslach Burnout Inventory, den Wert für den "Burn-out"-Punktestand nicht zu einem Gesamtwert zu aggregieren. Die Ursache dafür liegt darin, dass die drei Dimensionen nicht stark gegeneinander

korrelieren, um ein einziges, eindimensionales Phänomen zu messen (Maslach et al., 2016). Insgesamt scheint die Definition von Burnout daher widersprüchlich zu sein (Bianchi et al., 2024). Der Zusammenhang zwischen den drei Dimensionen von Burnout, insbesondere die Bedeutung von Depersonalisation und Leistungsfähigkeit, bleibt in vielen Studien unklar (Bianchi et al., 2023; DeBeer et al., 2024; Wheeler et al., 2011; Korczak et al., 2010).

Aus diesem Grund werden zeitlich-phasenhafte Zusammenhänge zwischen den Dimensionen in Betracht gezogen (Korczak et al., 2010). Emotionale Erschöpfung wird als erste Phase in der Entwicklung von Burnout angesehen, während Distanzierung und Zynismus als Bewältigungsstrategien und Reaktionen an zweiter Stelle stehen. Das Gefühl, persönlich weniger effektiv oder leistungsfähig zu sein, tritt oft an letzter Stelle auf, kann jedoch auch gleichzeitig mit der Distanzierung entstehen und wird häufig ebenfalls als Bewältigungsstrategie betrachtet (Hobfoll & Shirom, 1993; Maslach, Schaufeli & Leiter, 2001). Eine Reduktion der Leistungseinschätzung und der Leistungsfähigkeit liegt nicht immer, aber bei einem klinischen Burnout in den meisten Fällen vor (Hochstätter, 2023).

Die faktorielle Struktur unserer Dating-Burnout-Skala weist auf zwei Faktoren hin. Die Items der Skalen *emotionale Erschöpfung* und *Depersonalisation* luden auf einem Faktor, während die Items der Leistungseinschätzung auf einem separaten Faktor abgebildet wurden. Weitere Studien sind notwendig, um die Bedeutung des Leistungs- oder Ineffektivitätsaspekts weiter zu explorieren und die inhaltliche Validität dieser Subskala zu überprüfen.

Weiterhin ist darauf hinzuweisen, dass der vorgestellte Fragebogen zur Erfassung von Dating-Burnout keinen diagnostischen Anspruch erfüllt, sondern lediglich zu wissenschaftlichen Zwecken erstellt wurde. Da für eine emotionale Erschöpfung mit Depersonalisation auch im Dating-Kontext zahlreiche Ursachen vorliegen können, ist es notwendig die Bedeutung von und den Zusammenhang zu verschiedenen (psycho-)somatischen Störungen ergründen.

Aufgrund des Querschnitts- und Selbstauskunftskarakters der Daten sind kausale Interpretationen unserer Ergebnisse unzulässig. Daher könnte ein Längsschnitt-Forschungsdesign zu einem besseren Verständnis von Dating-Burnout beitragen. Weiterhin ist auf den Zeitraum der Befragung kritisch hinzuweisen. Die Daten der vorliegenden Studie wurden im Zeitraum von Dezember 2023 bis Januar 2024 erfasst, einer Jahreszeit also, die oft mit Stimmungstiefs in Verbindung gebracht wird, was insgesamt zu kritischeren Haltungen und einer Verzerrung bei der Datenerhebung geführt haben kann. Die Stichprobengröße von $N = 2465$ hat einen bemerkenswerten Umfang, wengleich darauf hingewiesen werden muss, dass es sich um eine Gelegenheitsstichprobe handelt.

Letztlich bleibt die Frage offen, welchen Einfluss die besonderen technologischen Merkmale der Dating-Apps auf Dating-Burnout haben. Die Prinzipien und die Funktionsweisen von Dating-Apps zwingen Nutzer*innen dazu, Strategien für ihren Erfolg zu entwickeln und diesen fort-

während zu evaluieren. Daher kann der Prozess des Online-Datings, der die Erstellung eines ansprechenden Profils, eine überzeugende Selbstdarstellung, das Initiieren erfolgreicher Gespräche zur Erzielung von Antworten und schließlich die Organisation lohnenswerter Dates umfasst, an sich als aufwändig und herausfordernd beschrieben werden. Der spielerische Aufbau der Apps, die bereits erwähnte Swipe-Logik, Überforderungen bei der Profilauswahl (Choice-Overload-Effekt) und Dating-Algorithmen tragen zusätzlich zu Stress- und Belastungsgefühlen bei. Es wäre daher interessant und wichtig zu ergründen, welchen Erklärungswert diese Aspekte für Dating-Burnout besitzen – gerade vor dem Hintergrund der ICD-Definition, die chronisch stressbehaftete Rahmenbedingungen als maßgebliches Element für Burnout im Arbeitskontext nennt.

Aus der Analyse dieser Bewältigungsstrategien lässt sich ableiten, dass Burnout im Dating-Kontext möglicherweise anders zu bewerten ist als Burnout im Arbeitskontext. Im Gegensatz zum Arbeitsumfeld können Dating-Nutzer*innen die stressauslösende Situation in der Regel leichter verlassen und meiden. Zudem unterscheidet sich die Dauer, die im Schnitt für Dating-Nutzung (45 Minuten) respektive für die Erwerbstätigkeit (8 Stunden) aufgewendet wird. Andererseits kann davon ausgegangen werden, dass für viele Menschen der Wert und die Sehnsucht nach einer Liebesbeziehung eine mindestens ebenso große Bedeutung haben wie die berufliche Tätigkeit. Eine emotionale Erschöpfung im Dating-Kontext könnte aufgrund dieses hohen emotionalen Involvements schneller auftreten als im Arbeitskontext. Zusätzlich nutzen einige Apps gezielt Strategien, die süchtiges Nutzungsverhalten begünstigen. Weitere Forschungsarbeiten sind zur Beantwortung dieser Fragen notwendig.

Um die längerfristigen Auswirkungen von Dating-Burnout auf die psychische oder körperliche Gesundheit näher zu untersuchen sind weitere Studien notwendig, die objektive Daten wie z. B. Gesundheitsparameter, Gesundheitszustand, Krankmeldungen oder Beurteilungen durch Dritte mit einbeziehen. Derzeit ist unklar, welche langfristigen Folgen mit Dating-Burnout für das Individuum oder auch die Gesellschaft einhergehen.

Fazit

Die vorliegende Studie beschäftigt sich erstmals wissenschaftlich mit dem Burnout-Syndrom im Datingkontext. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass negative Dating-Erfahrungen wie das Gefühl der Erfolgslosigkeit, das Erleben von Eintönigkeit auf den Apps, Erfahrungen mit Ghosting sowie das Gefühl ein ungünstigen Kosten- und Nutzen-Bilanz ebenso die Entstehung von Dating-Burnout wie ein geringes Selbstwertgefühl und Bindungsangst. Dabei ist wichtig zu betonen, dass Dating-Burnout nicht als psychische Krankheit verstanden werden kann. Auch wenn Ursachen und Risikofaktoren noch nicht hinreichend geklärt sind, sind die vorgelegten Forschungsergebnisse von praktischer Bedeutung, da sie helfen können, Dating-Burnout zu vermeiden. Angesichts der Tatsache, dass Burnout ein schleichender Prozess ist, der sich allmählich entwickelt, sollten Online-Dater*innen von frühzeitig auftretenden Anzeichen von Überlastung durch Reduktion der

Stressfaktoren sowie Entspannung und Erholung entgegenzutreten. Das Festlegen von Grenzen für die Nutzungsdauer und die Anzahl von Kontakten (Matches, Chats, Dates) ist eine ebenso wirksame Strategie, wie die Konzentration auf Zufriedenheitserlebnisse außerhalb des digitalen Kontextes zu konzentrieren. Übermäßig hohe Erwartungen und Perfektionsvorstellungen im Kontext des Online-Dating sollten überprüft und angepasst werden.

Abschließend sei darauf hingewiesen, dass aus unseren Ergebnissen auch hervorgeht, dass die Nutzung von Dating-Apps das Wohlbefinden positiv beeinflussen kann. Wer auf Dating-Apps erfolgreich ist, berichtet von Heiterkeit, Selbstwertsteigerung und vielen positiven Erlebnissen wie dem Finden einer Liebesbeziehung, dem Knüpfen neuer Freundschaften oder wertvoller Kontakte in Form von Chats, Dates oder Casual Sex. Ziel künftiger Forschung sollte sein, durch ein besseres Verständnis der Prozesse und Variablengefüge, Sensibilisierung für realistische Ziele und Anregungen für angemessenes Kontaktverhalten möglichst vielen Menschen diese potenziellen positiven Ergebnisse und Auswirkungen von Dating-Apps zu ermöglichen.

8 Literatur

- Abramova, O., Baumann, A., Krasnova, H. & Buxmann, P. (2016). Gender Differences in Online Dating: What Do We Know So Far? A Systematic Literature Review. *Paper presented at Hawaii International on System Science*, Kauai, USA.
- Adamczyk, K. (2017). Voluntary and Involuntary Singlehood and Young Adults' Mental Health: an Investigation of Mediating Role of Romantic Loneliness. *Curr Psychol*, 36, 888–904. <https://doi.org/10.1007/s12144-016-9478-3>.
- Ahola, K. & Hakkanen, J. (2007). Job strain, burnout, and depressive symptoms: a prospective study among dentists. *Journal of affective disorders*, 104(1-3), 103-110. doi: 10.1016/j.jad.2007.03.004. Epub 2007 Apr 19. PMID: 17448543.
- Alapack, R., Blichfeldt, M. F. & Elden, A. (2005). Flirting on the Internet and the Hickey: A Hermeneutic. *CyberPsychology & Behavior*, 8(1), 52-61.
- Alexopoulos, C., Timmermans, E., & McNallie, J. (2020). Swiping more, committing less: Unraveling the links among dating app use, dating app success, and intention to commit infidelity. *Computers in Human Behavior*, 102, 172-180. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.08.009>.
- Anderson M. & Vogels, E.A. & Turner, E. (2020) *The Virtues and Downsides of Online Dating*. Verfügbar unter: <https://www.pewresearch.org/internet/2020/02/06/the-virtues-and-downsides-of-online-dating/>
- Anderson, R. C., & Klofstad, C. A. (2012). For love or money? The influence of personal resources and environmental resource pressures on human mate preference. *Ethology*, 118(9), 841-849.

- Andreasson, J. (2018) *Becoming an Ironman triathlete. Extreme exercise, gender equality and the family puzzle* . verfügbar unter: https://www.researchgate.net/publication/320388609_Becoming_an_Ironman_triathlete_Extreme_exercise_gender_equality_and_the_family_puzzle.
- ARD/ZDF-Onlinestudie (2023) https://www.ard-zdf-onlinestu-die.de/files/2023/ARD_ZDF_Onlinestudie_2023_Publicationscharts.pdf.
- Aretz, W., Becher, L., Casalino, A.-L. & Bonorden, C. (2010). Digitale Eifersucht: Die Kehrseite sozialer Netzwerke. Eine empirische Untersuchung. *Journal of Business and Media Psychology, 1*, 17-24.
- Aretz, W., Demuth, I. & Schmidt, K. (2012). Partnersuche im Internet: Stereotype und deren Bewährung in der Praxis. Eine explorative Studie zu differenziellen Merkmalen von Onlinedating-Nutzern. In R. Reinhardt (Hrsg.). *Wirtschaftspsychologie und Organisationserfolg. Tagungsband zur 16. Fachtagung der Gesellschaft für angewandte Wirtschaftspsychologie* (S. 579-593). Lengerich: Pabst Verlag.
- Aretz, W. (2015). Match me if you can: Eine explorative Studie zur Beschreibung der Nutzung von Tinder. *Journal of business and media psychology, 6*(1), 41-51.
- Aretz, W. (2017). Date me up: Ein Vergleich von Online-Dating-Portalen unter Berücksichtigung typischer Nutzergruppen und klassischer Ablaufphasen des Online-Datings. *Journal of Business and Media Psychology, 8*, 45-57.
- Aretz, W., Gansen-Ammann, D. N., Mierke, K. & Musiol, A. (2017). Date me if you can: Ein systematischer Überblick über den aktuellen Forschungsstand von Online-Dating. *Zeitschrift für Sexualforschung, 30*(1), 7-34.
- Aretz, W. (2021). Online-Dating in Zeiten von Corona – Ablauf, Chancen und Risiken. *Journal of Business and Media Psychology, 11* (1), 54-81. https://doi.org/10.53189/2191-5814_JBMP.
- Bäck, E. A., Bäck, H., Fredén, A., & Gustafsson, N. (2019). Ein soziales Sicherheitsnetz? Ablehnungsempfindlichkeit und politischer Meinungs-austausch unter jungen Menschen in sozialen Medien. *Neue Medien & Gesellschaft, 21*(2), 298-316. <https://doi.org/10.1177/1461444818795487>.
- Bakermans-Kranenburg, M. J., & van IJzendoorn, M. H. (2009). No reliable gender differences in attachment across the lifespan. *Behavioral and Brain Sciences, 32*(1), 22-23. <https://doi.org/10.1017/S0140525X0900003X>.
- Beemsterboer, J., & Baum, B. H. (1984). "Burnout": Definitions and health care management. *Social Work in Health Care, 10*(1), 97-109. https://doi.org/10.1300/J010v10n01_08.
- Berger, V. (2023). Mediatized Love: A Materialist Phenomenology of Tinder. *Social Media and Psychology, 1-15* DOI: 10.1177/20563051231216922.
- Bianchi, R., Schonfeld, I.S. & Laurent, E. (2015) Burnout-depression overlap: a review. *Clin Psychol Rev, 36*, 28-41. <https://doi.org/10.1016/j.cpr.2015.01.004>.
- Bianchi, R., Verkuilen, J., Sowden, J.F. & Schonfeld, I.S. (2023). Towards a new approach to job-related distress: a three-sample study of the Occupational Depression Inventory. *Stress Health, 39*(1), 137-53. <https://doi.org/10.1002/smi.3177>.
- Bitkom (2022). *10 Jahre Tinder – und 5 Fakten zum Online-Dating 2022*. Verfügbar unter: <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/10-Jahre-Tinder-Fakten-Online-Dating-2022> (10.05.2024).
- Blackhart, G. C., Fitzpatrick, J. & Williamson, J. (2014). Dispositional factors predicting use of online dating sites and behaviors related to online dating. *Computers in Human Behavior, 33*, 113-118.
- Bleize, D.N.M., Stekelenburg, v. A. & Tamboer, S.S. (2023). The association between mobile dating app use and relationship status satisfaction: A survey study. *Mobile Media & Communication, 1-16* DOI: 10.1177/20501579231221069.
- Blom, V. (2012). Contingent self-esteem, stressors and burnout in working women and men. *Work, 43*(2), 123-3. DOI: 10.3233/WOR-2012-1366.
- Böckelmann, I., Pohl, R. & Thielmann, C. (2024). Burnout bei Tierärzten im Altersvergleich. *Zentralblatt für Arbeitsmedizin, Arbeitsschutz und Ergonomie*. <https://doi.org/10.1007/s40664-024-00530-7>
- Boeger, A. & Lüdmann, M. (2022). *Psychologie für die Gesundheitswissenschaften*. Berlin: Springer.
- Bonilla-Zorita, G., Griffiths, M. D. & Kuss, D. J. (2020). Online dating and problematic use: A systematic review. *International Journal of Mental Health and Addiction, 3*, 1-34.
- Borrajó, E., Gamez-Guadix, M. & Calvete, E. (2015). Cyber Dating Abuse: Prevalence, Context, And Relationship with Offline Dating Aggression. *Psychological Reports: Relationships & Communications, 116*(2), 565-585.
- Bowlby, J. (1940). The influence of early environment in the development of neurosis and neurotic character. *The International Journal of Psychoanalysis, 21*, 154-178.
- Brakemeier, E. L., Wirkner, J., Knaevelsrud, C., Wurm, S., Christiansen, H., Lueken, U. & Schneider, S. (2020). Die COVID-19-Pandemie als Herausforderung für die psychische Gesundheit. *Zeitschrift für Klinische Psychologie und Psychotherapie, 49* (1), 1-31.

- Brown SD, Goske MJ, Johnson CM (2009) Beyond substance abuse: stress, burnout, and depression as causes of physician impairment and disruptive behavior. *J Am Coll Radiol* 6(7), 479-485. <https://doi.org/10.1016/j.jacr.2008.11.029>.
- Brown, A. (2020). *Nearly Half of U.S. Adults Say Dating Has Gotten Harder for Most People in the Last 10 Years*. Verfügbar unter: https://www.pewsocialtrends.org/wp-content/uploads/sites/3/2020/08/PSDT_08.20.20.dating-relationships.final_.pdf.
- Brown, D. J., & Zeigler-Hill, V. (2018). Self-esteem. In D. L. Ferris, R. E. Johnson, & C. Sedikides (Eds.), *The self at work: Fundamental theory and research* (pp. 40-71). Routledge/Taylor & Francis Group. <https://doi.org/10.4324/9781315626543-3>.
- Buchanan, T. & Whitty, M. T. (2014). The online dating romance scam: causes and consequences of victimhood. *Psychology, Crime & Law*, 20(3), 261-283.
- Buchheim, A. & Senf-Beckenbach, P. (2020) Bindung. In W. Senf, M. Broda, D. Voos & M. Neher (Hrsg.). *Praxis der Psychotherapie: Ein integratives Lehrbuch*. Stuttgart, Thieme.
- Buchheim, A., Hörz-Sagstetter, S., Doering, S., Rentrop, M., Schuster, P., Buchheim, P., & Fischer-Kern, M. (2017). Change of unresolved attachment in borderline personality disorder: RCT study of transference-focused psychotherapy. *Psychotherapy and Psychosomatics*, 86(5), 314-316.
- Cacioppo, J. T., Cacioppo, S., Gonzaga, G. C., Ogburn, E. L. & VanderWeele, T. J. (2013). Marital satisfaction and break-ups differ across online and offline meeting venues. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 110(25), 10135-10140. <https://doi.org/10.1073/pnas.1222447110>.
- Castro Á, and Barrada JR. Dating apps and their sociodemographic and psychosocial correlates: A systematic review. *Int J Environ Res Public Health*. 2020;17(18):6500. <https://doi.org/10.3390/ijerph17186500>.
- Chan, L.S. (2017) *Who Uses Dating Apps? Exploring the Relationships among Trust, Sensation-Seeking, Smartphone Use, and the Intent to Use Dating Apps based on the Integrative Model* https://www.researchgate.net/publication/314098546_Who_Uses_Dating_Apps_Exploring_the_Relationships_among_Trust_Sensation-Seeking_Smartphone_Use_and_the_Intent_to_Use_Dating_Apps_based_on_the_Integrative_Model.
- Chen, F. F., Jing, Y., Hayes, A., & Lee, J. M. (2013). Zwei Konzepte oder zwei Ansätze? Eine bifaktorielle Analyse des psychologischen und subjektiven Wohlbefindens. *Journal of Happiness Studies*, 14(3), 1033-1068. <https://doi.org/10.1007/s10902-012-9367-x>.
- Chin, K., Edelstein, R.S. & Vernon, P.A. (2019). Attached to dating apps: attachment orientations and preferences for dating apps. *Mob Media Commun.*, 7, 41-59.
- Clark, J. L., Algoe, S. B., & Green, M. C. (2018). Soziale Netzwerkseiten und Wohlbefinden: The role of social connection. *Current Directions in Psychological Science*, 27(1), 32-37. <https://doi.org/10.1177/0963721417730833>.
- Clark, L.A., Cuthbert, B., Lewis-Fernández, R., Narrow, W.E. & Reed, G.M. (2017). Three Approaches to Understanding and Classifying Mental Disorder: ICD-11, DSM-5, and the National Institute of Mental Health's Research Domain Criteria (RDoC). *Psychol Sci Public Interest*;18(2), 72-145. doi: 10.1177/1529100617727266. PMID: 29211974.
- Clemens, C., Atkin, D. & Krishnan, A. (2015). The influence of biological and personality traits on gratifications obtained through online dating websites. *Computers in Human Behavior*, 49, 120-129.
- Coffey, J. K., Bond, D. K., Stern, J. A., & Van Why, N (2022). Sexual Experiences and Attachment Styles in Online and Offline Dating Contexts. *International Journal of Sexual Health*. <http://dx.doi.org/10.1080/19317611.2022.2110349>.
- Collani, v., G., & Herzberg, P. Y. (2003). Eine revidierte Fassung der deutschsprachigen Skala zum Selbstwertgefühl von Rosenberg [A revised version of the German adaptation of Rosenberg's Self-Esteem Scale]. *Zeitschrift für Differentielle und Diagnostische Psychologie*, 24(1), 3-7. <https://doi.org/10.1024/0170-1789.24.1.3>.
- Cosmopolitan (2023). *I hate to date*. Verfügbar unter: <https://de.readly.com/magazines/cosmopolitan-de/2023-10-10/6524e886b4de76f79ef64480>.
- Couch, D., Liamputtong, P., & Pitts, M. (2012). What are the real and perceived risks and dangers of online dating? Perspectives from online daters: Health risks in the media. *Health, Risk & Society*, 14(7-8), 697-714.
- Courtois, C., & Timmermans, E. (2018). Cracking the Tinder code: An experience sampling approach to the dynamics and impact of platform governing algorithms. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 23(1), 1-16. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmx001>.
- Cozolino, L. (2014). *The neuroscience of human relationships: Attachment and the developing social brain* (2nd ed.). W W Norton & Co.
- Cruz, G.V., Aboujaoude, E., Roachat, L., Bianchi-Demicheli, F. & Khazaal, Y. (2024). Online dating: predictors of problematic tinder use. *BMC Psychology*, 12 (106), 1-11. <https://doi.org/10.1186/s40359-024-01566-3>.

- Cummings, J.J. & Mays, K. (2021). Trait Motivational Reactivity as a Predictor of Online Dating App Behavior *Computers in Human Behavior*, 121(5), 106775. DOI: [10.1016/j.chb.2021.106775](https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106775).
- D'Angelo, J. D., & Toma, C. L. (2017). There are plenty of fish in the sea: The effects of choice overload and reversibility on online daters' satisfaction with selected partners. *Media Psychology*, 20(1), 1-27. <https://doi.org/10.1080/15213269.2015.1121827>
- Danielsbacka, M., Tanskanen, A. O., & Billari, F. C. (2022). Meeting online and family-related outcomes: Evidence from three German cohorts. *Journal of Family Studies*, 28(4), 1390-1415. <https://doi.org/10.1080/13229400.2020.1835694>.
- De Beer, L.T., van der Vaart, L., Escaffi-Schwarz, M., De Witte, H. & Schaufeli, W.B. (2024) Maslach Burnout Inventory –General Survey: a systematic review and meta-analysis of measurement properties. *Eur J Psychol Assess.*2024. *Advance online publication*. <https://doi.org/10.1027/1015-5759/a000797>.
- De Wiele, C. V., & Campbell, J. F. (2019). From swiping to ghosting: Conceptualizing rejection in mobile dating. In A. Hetsroni & M. Tuncez (Eds.), *It happened on Tinder: Reflections and studies on internet-infused dating* (pp. 158-175). Institute of Network Cultures. <http://www.networkcultures.org>.
- Deckard, G., Meterko, M., & Field, D. (1994). Physician Burnout: An Examination of Personal, Professional, and Organizational Relationships. *Medical Care*, 32(7), 745-754. <http://www.jstor.org/stable/3766166>.
- Destatis (2023). https://www.destatis.de/DE/Service/Bibliothek/gesamt_katalog.html.
- Eichenberg, C. & Malberg, D. (2012). Sexualität und Internet. Relevante Schnittstellen für die psychotherapeutische Praxis. *Psychotherapeut*, 57(2), 177-190.
- Eichenberg, C., Huss, J. & Küsel, C. (2020). Online Dating: Modern Options of Searching for a Partner and Its Implications for Psychotherapy. In A. Abela, S. Vella & S. Piscopo (Eds.). *Couple Relationships in a Global Context* (pp. 261-278). Cham: Springer.
- Engels, B. (2023). Viele Matches, wenig Erfolg. So viel kostet die Suche nach der Liebe beim Onlinedating per App, *IW-Kurzbericht*, Nr. 10, Köln. Verfügbar unter: <https://www.iwkoeln.de/studien/barbara-engels-so-viel-kostet-die-suche-nach-der-liebe-beim-onlinedating-per-app.html> (10.04.2024).
- Farvid, P. & Aisher, K. (2016). "It's Just a Lot More Casual": Young Heterosexual Women's Experiences of Using Tinder in New Zealand. *Ada: A Journal of Gender, New Media, and Technology*, 10, 1-18. https://www.researchgate.net/publication/338609068_It%27s_Just_a_Lot_More_Casual_Young_Heterosexual_Women%27s_Experiences_of_Using_Tinder_in_New_Zealand_Ada_A_Journal_of_Gender_New_Media_and_Technology_10_1-18.
- Feliciano, C., Robnett, B. & Komaie, G. (2009). Gendered racial exclusion among white internet daters. *Social Science Research*, 38(1), 39-54.
- Finkel, E., Eastwick, P.W., Karney, B. R., Reis, H. T. & Sprecher, S. (2012). Online Dating: A critical analysis from the perspective of psychological science. *Psychological Science*, 13 (1), 3-66.
- Fraley, R. C., & Hudson, N. W. (2017). The development of attachment styles. In J. Specht (Ed.), *Personality development across the lifespan* (pp. 275-292). Elsevier Academic Press. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-804674-6.00017-X>
- Freedman G., Powell, D.N., Le, B. Williams, K.D. (2019). Ghosting and destiny: Implicit theories of relationships predict beliefs about ghosting. *Journal of Social and Personal Relationships* DOI: [10.1177/0265407517748791](https://doi.org/10.1177/0265407517748791)
- Freedman G., Powell, D.N., Le, B. Williams, K.D. (2022). Emotional experiences of ghosting *The Journal of Social Psychology*. <https://doi.org/10.1080/00224545.2022.2081528>
- Freedman, G., Powell, D. N., Le, B., & Williams, K. D. (2019). Ghosting and destiny: Implicit theories of relationships predict beliefs about ghosting. *Journal of Social and Personal Relationships*, 36(3), 905-924. <https://doi.org/10.1177/0265407517748791>
- Freudenberger, H.J. (1974). Staff burn-out. *Journal of Social Issues*, 30, 159-165.
- Gander, M. & Buchheim, A. (2015). Attachment classification, psychophysiology and frontal EEG asymmetry across the lifespan: a review. *Front Hum Neurosci.*, 19, 9:79. doi: 10.3389/fnhum.2015.00079. PMID: 25745393; PMCID: PMC4333768.
- Gatter, K. & Hodkinson, K. (2016). On the differences between Tinder™ versus online dating agencies: Questioning a myth. An exploratory study. *Cogent Psychology*, 3, 1-12. <https://doi.org/10.1080/23311908.2016.1162414>
- Gibbs, J. L., Ellison, N. B. & Heino, R. D. (2006). Self-presentation in online personals the role of anticipated future interaction, self-disclosure, and perceived success in Internet dating. *Communication Research*, 33(2), 152-177.
- Gori, A., Topino, E. & Griffiths, M.D. (2024) The Problematic Online Dating Apps Use Scale (PODAUS): Development and evaluation of its psychometric properties *Addictive Behaviors Reports* 19:100533 DOI: [10.1016/j.abrep.2024.100533](https://doi.org/10.1016/j.abrep.2024.100533).
- Grøntvedt, T.V., Bendixen, M., Botnen, E.O., Kennair, L.E.O. (2020). Hook, Line and Sink: Do Tinder

- Matches and Meet Ups Lead to One- Night Stands?, *Evolutionary Psychological Science*, 6, 109–118.
- Hazan, C. & Zeifman, D. (1999). Pair bonds as attachments: Evaluating the evidence. In J. Cassidy & P. R. Shaver (Eds.), *Handbook of attachment: Theory, research, and clinical applications* (pp. 336–354). The Guilford Press.
- Heino, R. D., Ellison, N. B., & Gibbs, J. L. (2010). Relationshipshopping: Untersuchung des Markt- Meta- phors im Online-Dating. *Journal of Social and Personal Relationships*, 27(4), 427–447. <https://doi.org/10.1177/0265407510361614>.
- Her, Y.-C., & Timmermans, E. (2021). Tinder blue, mental flu? Exploring the associations between Tinder use and well-being. *Information, Communication & Society*, 24(9), 1303–1319. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1764606>.
- Hess, A., & Flores, C. (2018). Simply more than swiping left: A critical analysis of toxic masculine performances on Tinder Nightmares. *New Media & Society*, 20(3), 1085–1102. <https://doi.org/10.1177/1461444816681540>
- Hobbs, M., Owen, S., & Gerber, L. (2017). Liquid love? Dating-Apps, Sex, Beziehungen und die digitale Transformation von Intimität. *Journal of Sociology*, 53(2), 271–284. <https://doi.org/10.1177/1440783316662718>
- Hochstrasser, B. (2023). *Burnout und Erschöpfungsdepression. Konzepte, Verursachungsmodelle, Therapieansätze*. Göttingen: Hogrefe.
- Holtzhausen, N., Fitzgerald, K. & Thakur, I. (2020). Swipe-based dating applications use and its association with mental health outcomes: A cross-sectional study. *BMC Psychol*, 8(1), 22. <https://doi.org/10.1186/s40359-020-0373-1>
- Illouz, E. (2007). *Der Konsum der Romantik, Liebe und die kulturellen Widersprüche des Kapitalismus* <https://www.suhrkamp.de/buch/eva-illouz-der-konsum-der-romantik-t-9783518294581>
- Iyengar, S.S. & Lepper, M.R. (2000). When choice is demotivating: Can one desire too much of a good thing?, *Journal of Personality and Social Psychology*, 79, 996–1006.
- Jonason, P.K., & Bulyk, R.E. (2019). *Who uses Tinder?: The Dark Triad traits, attachment, and mate value*. *Studia Psychologica*. DOI:[10.21697/sp.2019.19.1.01](https://doi.org/10.21697/sp.2019.19.1.01)
- Kalimo, R., Pahkin, K., Mutanen, P. & Toppinen-Tanner, S. (2003). Staying well or burning out at work. *Work and Stress*, 17(2), 109–122.
- Kawachi, I., & Berkman, L. F. (2001). Soziale Bindungen und psychische Gesundheit. *Journal of Urban Health: Bulletin of the New York Academy of Medicine*, 78, 458–467. <https://doi.org/10.1093/jurban/78.3.458>
- Kim, M., Kwon, K.-N. & Lee, M. (2009). Psychological Characteristics of Internet Dating Service Users: The Effect of Self-Esteem, Involvement, and Sociability on the Use of Internet Dating Services. *CyberPsychology & Behavior*, 12(4), 445–449.
- Koessler, R., Kohut, T. & Campbell, L. (2019). When Your Boo Becomes a Ghost: The Association Between Breakup Strategy and Breakup Role in Experiences of Relationship Dissolution. *Collabra Psychology* 5(1), 29. DOI:[10.1525/collabra.230](https://doi.org/10.1525/collabra.230)
- Konings, F., Sumter, S., & Vandenbosch, L. (2023). It's not you, it's me: Experiences with ghosting on mobile dating applications and Belgian emerging adults' self-esteem. *Sexuality & Culture: An Interdisciplinary Quarterly*, 27(4), 1328–1351. <https://doi.org/10.1007/s12119-023-10065-3>
- Korczak, D., Kister, C. & Huber, B. (2010). *Differentialdiagnostik des Burnout-Syndroms. Schriftenreihe. Health Technology Assessment (HTA) In der Bundesrepublik Deutschland*. Verfügbar unter: <http://www.e-gms.de/static/de/journals/hta/2010-6/hta000087.shtml>
- Krüger, S. & Splide, A.C. (2019). [Judging books by their covers – Tinder interface, usage and sociocultural implications](https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1572771). *Information Communication & Society*. DOI: 10.1080/1369118X.2019.1572771
- Lapidot Lefler, N. & Barak A. (2012). *Effects of anonymity, invisibility, and lack of eye-contact on toxic online disinhibition* https://www.researchgate.net/publication/220495001_Effects_of_anonymity_invisibility_and_lack_of_eye-contact_on_toxic_online_disinhibition
- Lauckner, C., Truszczynski, N., Lambert, D.N. & Hansen, N. (2019) "Catfishing," cyberbullying, and coercion: An exploration of the risks associated with dating app use among rural sexual minority males. *Journal of Gay & Lesbian Mental Health*, 23(3), 1–18. DOI: [10.1080/19359705.2019.1587729](https://doi.org/10.1080/19359705.2019.1587729)
- LeFebvre, L. (2017). Phantom Lovers: Ghosting as a Relationship Dissolution Strategy in the Technological Age In N. Punyanunt-Carter & J. Wrench (Eds.). *Swipe right for love: The impact of social media in modern romantic relationships* (pp 219–235). Rowman & Littlefield.
- LeFebvre, L. E. (2018). Swiping me off my feet: Explicating relationship initiation on Tinder. *Journal of Social and Personal Relationships*, 35(9), 1205–1229. <https://doi.org/10.1177/0265407517706419>
- LeFebvre, L. E., Allen, M., Rasner, R. D., Garstad, S., Wilms, A., & Parrish, C. (2019). Ghosting in emerging adults' romantic relationships: The digital dissolution disappearance strategy. *Imagination, Cognition and Personality*, 39(2), 125–150. <https://doi.org/10.1177/0276236618820519>

- Lehmann, V., Tuinman, M. A., Braeken, J., Vingerhoets, A. J. J. M., Sanderman, R., & Hagedoorn, M. (2015). Zufriedenheit mit dem Beziehungsstatus: Entwicklung einer neuen Skala und die Rolle bei der Vorhersage des Wohlbefindens. *Journal of Happiness Studies*, 16(1), 169-184. <https://doi.org/10.1007/s10902-014-9503-x>.
- Lemke, R., Dannecker, M. & Merz, S. (2015). „Weil man dann eher angeklickt und angeschrieben wird.“ - Sexualisierung durch Nacktbilder beim Online-Dating. In J. C. Aigner, T. Hug, M. Schuegraf & A. Tillmann (Hrsg.). *Medialisierung und Sexualisierung. Vom Umgang mit Körperlichkeit und Verkörperungsprozessen im Zuge der Digitalisierung* (S. 157-187). Wiesbaden: Springer VS.
- Lenton-Brym, A. P., Santiago, V. A., Fredborg, B. K., & Antony, M. M. (2021). Associations between social anxiety, depression, and use of mobile dating applications. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 24(2), 86-93. <https://doi.org/10.1089/cyber.2019.0561>
- Leone, S.S., Huibers, M.J., Knottnerus, J.A. & Kant, I.J. (2007). Similarities, overlap and differences between burnout and prolonged fatigue in the working population. *Quarterly Journal of Medicine*, 100(10), 617-27. doi: 10.1093/qjmed/hcm073. PMID: 17921196.
- Lewallen, J., & Behm-Morawitz, E. (2016). Pinterest oder Thinterest? Sozialer Vergleich und Körperbild in sozialen Medien. *Social Media + Society*, 2, 1-9. <https://doi.org/10.1177/2056305116640559>
- Lomanowska, A. M., & Guitton, M. J. (2016). Online- Intimität und Wohlbefinden im digitalen Zeitalter. *Internet-Interventionen*, 4, 138-144. <https://doi.org/10.1016/j.invent.2016.06.005>
- Lo, S. K., Hsieh, A. Y. & Chiu, Y. P. (2013). Contradictory eceptive behavior in online dating. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1755-1762.
- Lopes, M. R., & Vogel, C. (2017a). Gender bias on Tinder: Transforming an exploratory qualitative survey into statistical data for contextualized interpretation. In A. Costa, L. Reis, F. Souza, & A. Moreira (Eds.), *Computer supported qualitative research*, Vol. 71 (pp. 225-236). Springer. doi:10.1007/978-3-319-61121-1_20.
- Lopes, M. R., & Vogel, C. (2017b). Women's perspective on using Tinder: A user study of gender dynamics in a mobile device application. In Proceedings of the 35th ACM International Conference on the Design of Communication (p. 12). ACM. doi:10.1145/3121113.3121220.
- Lopes, M. R., & Vogel, C. (2019). Gender differences in online dating experiences. In A. Hetsroni & M. Tuncuz (Eds.), *It Happened on Tinder: Reflections and Studies on Internet-Infused Dating* 31-47.
- Markowitz, D. M. & Hancock, J. T. (2018). Deception in Mobile Dating Conversations. *Journal of Communication* 68(3). DOI: [10.1093/joc/jqy019](https://doi.org/10.1093/joc/jqy019)
- Marschall, I. (2020). *Online dating and body dissatisfaction among men and women*. Verfügbar unter: <http://essay.utwente.nl/82323/> (20.06.2021).
- Maslach C., Jackson, S.E. & Leiter, M.P. (1996). *Maslach burnout inventory manual* (3. Aufl.). Consulting Psychologists Press, Palo Alto, CA.
- Maslach, C. & Jackson, S.E. (1981) The measurement of experienced burnout. *J Organiz Behav* 2(2), 99-113. <https://doi.org/10.1002/job.4030020205>
- Maslach, C. & Leiter, M. P. (1997). *The truth about burnout: How organizations cause personal stress and what to do about it*. San Francisco. CA: Jossey-Bass.
- Maslach, C., Schaufeli, W.B. & Leiter, M.P. (2001). Job burnout. *Annu Rev Psychol* ,52, 397-422. doi: 10.1146/annurev.psych.52.1.397. PMID: 11148311.
- Masselink, M., Van Roekel, E., Hankin, B.L., Keijsers, L., Lodder, G.M.A., Vanhalst, J., Verhagen, M., Young, J.F. & Oldehinkel, A.J. (2018). The Longitudinal Association between Self-esteem and Depressive Symptoms in Adolescents: Separating between-person effects from within-person effects. *European Journal of Personality*, 32(6), 653-671. doi: 10.1002/per.2179. Epub 2018 Nov 5. PMID: 31105382; PMCID: PMC6519152.
- Mattila, A.K., Ahola, K., Honkonen, T., Salminen, J.K., Huhtala, H. & Joukamaa, M. (2007). Alexithymia and occupational burnout are strongly associated in working population. *Journal of Psychosomatic Research*, 62(6), 657-65. doi: 10.1016/j.jpsychores.2007.01.002. PMID: 17540223.
- Messina, I., Calvo, V. & Grecucci, A. (2023). Attachment orientations and emotion regulation: new insights from the study of interpersonal emotion regulation strategies. *Res Psychother*, 26(3), 703. doi: 10.4081/ripppo.2023.703. PMID: 38224213; PMCID: PMC10849076.
- Mikulincer M., Shaver P.R. (2019). Attachment orientations and emotion regulation. *Current Opinion in Psychology*, 25, 6-10. doi: 10.1016/j.copsyc.2018.02.006
- Monacis, L., de Palo, V., Griffiths, M.D. & Sinatra, M. (2017). Social networking addiction, attachment style, and validation of the Italian version of the Bergen Social Media Addiction Scale. *J Behav Addict.*, 6(2), 178-186. doi: 10.1556/2006.6.2017.023. Epub 2017 May 11. PMID: 28494648; PMCID: PMC5520120.
- Morris, C. E., & Reiber, C. (2011). *Frequency, intensity and expression of post-relationship grief The Journal of the Evolutionary Studies Consortium*, 3(1), 1-11.
- Mosley, M. A., Lancaster, M., Parker, M. L., & Campbell, K. (2020). Adult attachment and online dating deception:

- A theory modernized. *Sexual and Relationship Therapy*, 35(2), 227-243.
- Neumann, E., Rohmann, E. & Bierhoff, H.-W. (2007). Entwicklung und Validierung von Skalen zur Erfassung von Vermeidung und Angst in Partnerschaften. Der Bochumer Bindungsfragebogen (BoBi). *Diagnostica*, 53(1), 33-47.
- Obarska, K., Szymczak, K., Lewczuk, K., & Gola, M. (2020). Threats to mental health facilitated by dating applications use among men having sex with men. *Frontiers in Psychiatry*, 11, Article 584548. <https://doi.org/10.3389/fpsy.2020.584548>
- Oh, J., Chopik, W. J., & Lucas, R. E. (2022). Happiness Singled Out: Bidirectional Associations Between Singlehood and Life Satisfaction. *Pers Soc Psychol Bull.* 48(11), 1597-161. DOI: [10.1177/01461672211049049](https://doi.org/10.1177/01461672211049049)
- Orosz, G., Benyó, M., Berkes, B., Nikoletti, E., Gál, É., Tóth-Király, I. & Bóthe, B. (2018). The personality, motivational, and need-based background of problematic Tinder use. *Journal of behavioral addictions*, 7(2), 301-316. <https://doi.org/10.1556/2006.7.2018.21>.
- Orosz, G., Tóth-Király, I., Bóthe, B., & Melher, D. (2016). Too many swipes for today: The development of the Problematic Tinder Use Scale (PTUS). *Journal of Behavioral Addictions*, 5(3), 518-523. <https://doi.org/10.1556/2006.5.2016.016>
- Orth, U., Robins, R. W., & Widaman, K. F. (2012). Life-span development of self-esteem and its effects on important life outcomes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 102(6), 1271-1288. doi: 10.1037/a0025558. Epub 2011 Sep 26. PMID: 21942279.
- Peng, X., Gillath, O., Jiang, M., Wang, B., Zhang, J. & Wu, L. (2023). Attachment style and attention bias to emotional information: The moderating effect of stress, stimulus characteristics, and attention stage. *Journal of Personality*. doi: 10.1111/jopy.12891. Epub ahead of print. PMID: 37870284
- Peris, R., Gimeno, M.A., Pinazo, D., Ortet, G., Carrero, V., Sanchiz, M. et. al. (2002). Online chat rooms: virtual spaces of interaction for socially oriented people. *CyberPsychology & Behavior*, 5, 43-51.
- Perrez, M. & Reicherts, M. (1992). *Stress, coping and health. A situationbehavior-approach. Theory, methods, applications*. Toronto: Hogrefe.
- Petric, D. (2023). Potential Detrimental Health and Social Effects of Ghosting. *GNOSI: An Interdisciplinary Journal of Human Theory and Praxi.*, 6 (1), DOI: [10.5281/zenodo.7755685](https://doi.org/10.5281/zenodo.7755685)
- Pines, A. M. (2004). Adult attachment styles and their relationship to burnout: A preliminary, cross-cultural investigation. *Work & Stress*, 18(1), 66-80. <https://doi.org/10.1080/02678370310001645025>
- Pronk, T. M., & Denissen, J. J. (2020). A Rejection Mind-Set: Choice Overload in Online. *Social Psychological and Personality Science*, 11(3), 388-396. <https://doi.org/10.1177/1948550619866189>
- Ranzini, G., & Lutz, C. (2017). Love at first swipe? Explaining Tinder self-presentation and motives. *Mobile Media & Communication*, 5(1), 80-101 <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/2050157916664559>
- Retzbach, J. (2020). *Erschöpfung: Burnout glimmt lange nach*. <https://www.spektrum.de/news/burnout-glimmt-lange-nach/1755456>
- Rochat, L., Bianchi-Demicheli, F., Aboujaoude, E., et al. The psychology of "swiping": A cluster analysis of the mobile dating app Tinder. *J Behav Addict.*, 8(4), 804-813. <https://doi.org/10.1556/2006.8.2019.58>
- Ryff, C. D., & Singer, B. (2000). Interpersonal flourishing: A positive health agenda for the new millennium. *Personality and Social Psychology Review*, 4(1), 30-44. <https://doi.org/10.1207/S15327957PSPRO4014>
- Schaufeli, W.B. & Enzmann, D. (1998). *The burnout companion to study and practice: a critical analysis*. Taylor & Francis.
- Schmitz, A., Zillmann, D. & Blossfeld, H. (2013). Do women pick up lies before men? The association between gender, deception patterns, and detection modes in online Dating. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 3(3), 52-73. DOI: [10.29333/ojcm/2434](https://doi.org/10.29333/ojcm/2434).
- Schönfeld, P., Brailovskaia, J., Bieda, A., Zhang, X. C., & Margraf, J. (2016). The effects of daily stress on positive and negative mental health: Mediation through self-efficacy. *International Journal of Clinical and Health Psychology*, 16, 1-10. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijchp.2015.08.005>
- Schwartz, P. & Velotta, N. (2018). Dating und Paarung im Internetzeitalter. In J. Van Hook, S. M. McHale, & V. King (Eds.), *Families and technology* (pp. 57-88). Springer Nature.
- Seidler, A., Thinschmidt, M., Deckert, S., Then, F., Hege- wald, J., Nieuwenhuijsen, K. & Riedel-Heller, S.G. (2014). The role of psychosocial working conditions on burnout and its core component emotional exhaustion - a systematic review. *J Occup Med Toxicol.* 14;9(1):10. doi: 10.1186/1745-6673-9-10. PMID: 24628839; PMCID: PMC4233644
- Sepúlveda, R. (2024). Unmatching Dating Apps: Motives for Disconnection. *Palabra Clave*, 27(1), 1-23. DOI: 10.5294/pacla.2024.27.1.3
- Sharabi, L. & Timmermans, E. (2020) Why settle when there are plenty of fish in the sea? Rusbult's investment model applied to online dating <https://www.researchgate.net/publication/342862565> Why settle when there are plenty of fish in the s

- [ea Rusbult's investment model applied to online dating](#)
- Sharabi, L. L., & Caughlin, J. P. (2017). What predicts first date success? A longitudinal study of modality switching in online dating. *Personal Relationships*, 24(2), 370–391. <https://doi.org/10.1111/pere.12188>
- Shaver, P.R. & Mikulincer, M. (2002). Attachment-related psychodynamics. *Attach Hum Dev.*, 4(2), 133-61. doi: 10.1080/14616730210154171. PMID: 12467506.
- Simpson, J. A. (1990). Influence of attachment styles on romantic relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59(5), 971–980. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.59.5.971>
- Slade, A. (2008). The implications of attachment theory and research for adult psychotherapy: Research and clinical perspectives. In J. Cassidy & P. R. Shaver (Eds.), *Handbook of attachment: Theory, research, and clinical applications* (2nd ed., pp. 762–782). The Guilford Press.
- Smith, A., & Anderson, M. (2016). 5 facts about online dating. *Pew Research Center*. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2016/02/29/5-facts-about-online-dating/>
- Soler, J., Trujols, J., Pascual, J.C., Portella, M.J., Barrachina, J., Campins, J., Tejedor, R., Alvarez, E. & Pérez, V. (2008). Stages of change in dialectical behaviour therapy for borderline personality disorder. *Br J Clin Psychol*.47(4):417-26. doi: 10.1348/014466508X314882. Epub 2008 Jun 7. PMID: 18544185.
- Sowislo, J. F., & Orth, U. (2013). Does low self-esteem predict depression and anxiety? A meta-analysis of longitudinal studies. *Psychological Bulletin*, 139(1), 213-240. doi: 10.1037/a0028931. Epub 2012 Jun 25. PMID: 22730921.
- Statista (2023). *Wo haben Sie Ihren Partner kennengelernt*. Verfügbar unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1025036/umfrage/umfrage-in-deutschland-zum-ort-des-kennlernens-des-partners/> .
- Steffek, L. M., & Loving, T. J. (2009). Contemporary methods of social introduction: Is the stigmatisation justified? *Interpersona: An International Journal on Personal Relationships*, 3, 87–104.
- Stenzel, P. & Le-Khac, N.A. (2024). *Identify Users on Dating Applications: A Forensic Perspective* <https://www.springerprofessional.de/en/identify-users-on-dating-applications-a-forensic-perspective/26935920>
- Stern (2023). *Dating-Burnout: Diese Anzeichen verraten, dass du dein emotionales Limit erreicht hast*. <https://www.stern.de/lifestyle/liebe-sex/dating-burnout--anzeichen--dass-du-dein-emotionales-limit-erreichst-33360460.html>
- Strauss, C., Tayler, B.L., Gu, J., Kuyken, W., Baer, R., Jones, F. & Cavanagh, K. (2016). What is Compassion and How Can We Measure it? A Review of Definitions and Measures. *Clin Psychol Rev*, 47, 15-27. DOI: [10.1016/j.cpr.2016.05.004](https://doi.org/10.1016/j.cpr.2016.05.004)
- Strubel, J., & Petrie, T. A. (2017). Love me Tinder: Body image and psychosocial functioning among men and women. *Body Image*, 21, 34-38. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.02.006>
- Suler, J. (2004). The online disinhibition effect. *Cyberpsychology & behavior*, 7(3), 321–326.
- Sumter, S. R., & Vandenbosch, L. (2019). Dating gone mobile: Demografische und persönlichkeitsbasierte Korrelate der Nutzung von Smartphone-basierten Dating-Anwendungen unter jungen Erwachsenen. *New Media & Society*, 21(3), 655-673. <https://doi.org/10.1177/1461444818804773>
- Sumter, S. R., Vandenbosch, L., & Ligtenberg, L. (2017). Love me Tinder: Untangling emerging adults' motivations for using the dating application Tinder. *Telematics and Informatics*, 34(1), 67-78. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.04.009>
- Thomas M.F., Binder S. , Stevic, A. & Matthes J. (2023). 99+ Matches But A Spark Ain't One: Adverse Psychological Effects of Excessive Swiping on Dating Apps, *Telematics and Informatics* 78(4), 101949. DOI: [10.1016/j.tele.2023.101949](https://doi.org/10.1016/j.tele.2023.101949)
- Thomas, J. O., & Dubar, R. T. (2021). Disappearing in the age of hypervisibility: Definition, context, and perceived psychological consequences of social media ghosting. *Psychology of Popular Media*, 10(3), 291–302. <https://doi.org/10.1037/ppm0000343.supp>
- Thomas, M. F., Binder, A., & Matthes, J. (2022). The agony of partner choice: The effect of excessive partner availability on fear of being single, self-esteem, and partner choice overload. *Computers in Human Behavior*, 126, 106977. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106977>
- Thompson, L. (2018). "I can be your Tinder nightmare": Harassment and misogyny in the online sexual marketplace. *Feminism & Psychology*, 28(1), 69-89. <https://doi.org/10.1177/0959353517720226>
- Timmermans, E. & De Caluwé E. (2017a). Development and validation of the Tinder Motives Scale (TMS). *Computers in Human Behavior*, 70, 341–350. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.01.028>.
- Timmermans, E. & De Caluwé, E. (2017b). To Tinder or not to Tinder, that's the question: An individual differences perspective to Tinder use and motives. *Pers Individ Differ*. 110, 74–79. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.01.026>.
- Timmermans, E., & Courtois, C. (2018). From swiping to casual sex and/or committed relationships: Exploring the experiences of Tinder users. *The Information*

- Society*, 34(2), 59-70.
<https://doi.org/10.1080/01972243.2017.1414093>.
- Timmermans, E., Hermans, A.-M., & Oprea, S. J. (2021). Gone with the wind: Exploring mobile daters' ghosting experiences. *Journal of Social and Personal Relationships*, 38(2), 783-801.
<https://doi.org/10.1177/0265407520970287>.
- Toma, C. & Hancock, J. T. (2010). Looks and Lies: The Role of Physical Attractiveness in Online Dating Self-Presentation and Deception, *Communication Research*, 37(3), 335-351 DOI: [10.1177/0093650209356437](https://doi.org/10.1177/0093650209356437).
- van der Veen, F. M., Burdzina, A., & Langeslag, S. J. E. (2019). Don't you want me, baby? Kardiale und elektrokortikale Begleiterscheinungen von romantischem Interesse und Ablehnung. *Biological Psychology*, 146, 107707.
<https://doi.org/10.1016/j.biopsycho.2019.05.007>.
- Vela-Bueno, A., Moreno-Jiménez, B., Rodríguez-Muñoz, A., Olavarrieta-Bernardino, S., Fernández-Mendoza, J., De la Cruz-Troca, J.J., Bixler, E.O. & Vgontzas, A.N. (2008). Insomnia and sleep quality among primary care physicians with low and high burnout levels. *Journal of Psychosomatic Research*, 64(4), 435-42. doi: [10.1016/j.jpsychores.2007.10.014](https://doi.org/10.1016/j.jpsychores.2007.10.014). PMID: 18374744.
- Wang, C. C. & Chang, Y. T. (2010). Cyber relationship motives: Scale development and validation. *Social Behavior and Personality*, 38(3), 289-300.
- Wheeler, D.L., Vassar, M., Worley, J.A. & Barnes, L.L.B. (2011). A reliability generalization meta-analysis of coefficient alpha for the Maslach Burnout Inventory. *Educ Psychol Meas.*, 71(1), 231 <https://doi.org/10.1177/0013164410391579>.
- ZEITmagazin (2023). *Über Liebeshungrige mit Burn-out*. Nr. 28/2023 28. Juni 2023. Verfügbar unter: <https://www.zeit.de/zeit-magazin/2023/28/harald-martenstein-dating-burnout-sexualitaet>.
- Zytka, D., Grandhi, S. A., & Jones, Q. (2014). *Impression management struggles in online dating*. Paper presented at the Proceedings of the 18th International Conference on Supporting Group Work, Sanibel Island, FL. <https://doi.org/10.1145/2660398.2660410>.

Anhang

Tabelle 1: Itemformulierungen und Itemkennwerte (*M*, *SD*, *Min*, *Max*) des Dating-Burnout-Inventars im Vergleich zum Maslach Burnout-Inventary

Nr.	Itemformulierung: Maslach Burnout-Inventar (22 Items)	Itemformulierung: Dating-Burnout-Inventar (16 Items)	M	SD	Min	Max
	Erschöpfung (9 Items)	Erschöpfung (9 Items)				
1	Ich fühle mich durch meine Arbeit emotional erschöpft.	Ich fühle mich vom Dating erschöpft und müde.	3.33	1.44	1	6
	Ich fühle mich bereits ermüdet, wenn ich morgens aufstehe und einen neuen Arbeitstag vor mir liegen sehe.	Wenn auf meinem Display die nächste Benachrichtigung einer Dating-Plattform aufplopt, fühle ich mich schon belastet.	3.06	1.43		
2	Den ganzen Tag mit Menschen zu arbeiten, strengt mich an.	Viel Zeit mit Online-Dating zu verbringen, strengt mich an.	3.50	1.42	1	6
3	Ich fühle mich durch meine Arbeit ausgebrannt.	Ich fühle mich vom Dating ausgebrannt.	3.21	1.49	1	6
4	Ich fühle mich durch meine Arbeit frustriert.	Ich fühle mich durch meine Online-Dating Erfahrung frustriert.	3.34	1.43	1	6
5	Ich habe das Gefühl, zu verbissen zu arbeiten.	Ich habe das Gefühl, zu verbissen beim Online-Dating zu sein.	3.11	1.43	1	6
6	Bei der Arbeit in direktem Kontakt zu Menschen zu stehen, stresst mich zu sehr.	Online-Dating stresst mich manchmal.	3.52	1.47	1	6
7	Ich fühle mich am Ende eines Arbeitstages verbraucht.	Online-Dating fühlt sich manchmal wie ein zweiter Job an, der mich fordert und irgendwie auslaugt.	3.28	1.41	1	6
8	Ich habe das Gefühl am Ende meiner Weisheit zu sein.	Ich habe das Gefühl beim Dating am Ende meiner Weisheit zu sein.	3.37	1.43	1	6
9	Depersonalisation (5 Items)	Depersonalisation (4 Items)				
	Ich habe das Gefühl, manche Klienten/Kollegen unpersönlich zu behandeln, als wären sie Objekte,	Wenn ich durch Profile swipe, habe ich das Gefühl, wie durch einen Shoppingkatalog zu blättern; ich behandle die Kontakte unpersönlich, als wären sie Objekte.	3.56	1.41	1	6
10	Seit ich diese Arbeit ausübe, bin ich Menschen gegenüber gleichgültiger geworden	Seit ich Online-Dating ausübe, bin ich Menschen gegenüber irgendwie gleichgültiger geworden.	3.11	1.44	1	6
11	Ich befürchte, dass mich meine Arbeit emotional verhärtet.	Ich befürchte, dass mich meine Dating-Erfahrung emotional verhärtet.	3.29	1.48	1	6
12	Es interessiert mich nicht wirklich, was mit manchen meiner Kollegen geschieht,	Es interessiert mich nicht wirklich, was mit manchen meiner Dating-Kontakte geschieht.	3.55	1.38	1	6
13	Ich habe das Gefühl, dass mir meine Kollegen/Mitarbeitenden für manche ihrer Probleme die Schuld geben.	-----			1	6
14	Leistungseinschätzung (8 Items)	Leistungseinschätzung (4 Items)				
	Ich fühle mich voller Energie.	Wenn ich Dating-Plattformen nutze, bin ich voller Energie ^R .	3.54	1.29	1	6
15	Ich fühle mich angeregt, wenn ich eng mit meinen Kollegen zusammengearbeitet habe.	Ich fühle mich angeregt und gut, wenn ich viel mit meinen Dating-Kontakten geschrieben habe ^R .	3.28	1.24	1	6
16	Ich habe viele lohnende Ziele bei meiner Arbeit erreicht,	Ich habe viel Schönes beim Online-Dating erlebt. ^R	3.21	1.28	1	6
17	Ich kann leicht nachvollziehen, was in meinen Kollegen/Vorgesetzten vorgeht.	-----			---	---
18	Ich gehe erfolgreich mit den Problemen anderer Menschen um.	-----			---	---
19	Ich habe das Gefühl, durch meine Arbeit andere Menschen positiv zu beeinflussen.	-----			---	---
20	Mir fällt es leicht, in meinem Arbeitsumfeld eine entspannte Atmosphäre zu schaffen.	-----			---	---
21	Bei meiner Arbeit gehe ich mit emotionalen Problemen sehr gelassen.	-----			---	---
22	(23)	Oft nutze ich Dating-Apps unfokussiert und swipe nur nebenbei.	3.36	1.40	1	6

Korrespondenzadresse:

Prof. Dr. Wera Aretz
Hochschule Fresenius
Im Mediapark 4c
50670 Köln
DEUTSCHLAND
aretz@hs-fresenius.de