

# PSYCHOLOGIE HEUTE

---

BEZIEHUNG

---

## Weiß das Netz, wer zu mir passt?

Millionen von Deutschen suchen einen Partner per Internet. Die großen Datingbörsen arbeiten mit Erkenntnissen aus Persönlichkeitspsychologie und Beziehungsforschung. Aber liefern sie deshalb zuverlässige Ergebnisse? Findet man im Netz den richtigen Mann, die richtige Frau?

VON JOCHEN METZGER



01. AUG 2015

Die Idee für das *online-matching* existiert schon seit 2400 Jahren; im Grunde fehlte dem Philosophen Platon zur Umsetzung nur noch das Internet. Sein Dialog *Das Gastmahl* erzählt dazu folgende Geschichte: Einst lebten wir als Doppelwesen, halb Mann, halb Frau. Dann jedoch sei Zeus neidisch auf uns geworden, und so „schnitt er die Menschen entzwei, wie wenn man Beeren zerschneidet, um sie einzumachen“. So entstanden Liebe und Sehnsucht. „Wenn nun dabei einmal der liebende Teil (...) auf seine wirkliche andere Hälfte trifft, dann werden sie von wunderbarer Freundschaft, Vertraulichkeit und Liebe ergriffen und wollen, um es kurz zu sagen, auch keinen Augenblick voneinander lassen.“ Wir wandeln nun also als halbierte Existenzen über die Erde und suchen unser Gegenstück, jenes einmalige Puzzleteilchen, das genau zu uns passt und das wir verloren haben vor ewigen Zeiten.

Partneragenturen im Netz erzählen uns heute eine ganz ähnliche Geschichte. Ihre Versprechen unterscheiden sich kaum voneinander. Wen gibt es auf diesen Datingportalen zu finden? Den Partner, der „wirklich zu Ihnen passt“ (match.com), Singles, die „perfekt zu Ihnen passen“ (eDarling), „besonders gut zueinander passen“ (ElitePartner.de). Fast bescheiden heißt es bei Parship, man bringe „Menschen zusammen, bei denen die Chance auf eine harmonische Partnerschaft besonders hoch ist“. Wer sich dort anmeldet und den fälligen Persönlichkeitstest absolviert, bekommt eine Liste von mehreren Tausend Partnervorschlägen. Neben einem vernebelten Foto steht eine Zahl, die das sogenannte „Matching“ beziffert. 125 bedeutet: Das mit euch wird ein Traum. 69 bedeutet: Das mit euch wird die Hölle. Der Rest liegt irgendwo dazwischen.

Kann man dem trauen? Auf den ersten Blick schon: Die großen Partnerbörsen arbeiten mit Erkenntnissen aus Persönlichkeitspsychologie und Beziehungsforschung. Aber liefern sie deshalb zuverlässige Ergebnisse? Das fragte sich der Sozialpsychologe Eli Finkel von der *Northwestern University*. Seine Antwort fällt recht einfach aus: „Es gibt keinen überzeugenden Beweis für die Behauptung der Partneragenturen, dass ihre mathematischen Algorithmen funktionieren.“ Noch, so mäkelte Finkel, fehlen hierfür Studien, die wissenschaftlichen Kriterien genügen.

Damit ist natürlich nicht bewiesen, dass die Matching-Algorithmen nichts taugen. Onlinedating, das gestehen sogar Finkel und seine Kollegen ein, bietet einige Vorteile. Man kann dort Menschen kennenlernen, denen man im Offlineleben niemals begegnen würde. Die Auswahl an möglichen Partnern erhöht sich dramatisch. Und: Die Suche ist deutlich weniger zeitaufwendig. Man sitzt in Schlabberhosen zu Hause auf dem Sofa, mümmelt Chips und scrollt durch die Vorschlagslisten. Man wirft einen Blick auf das milchige Profildfoto, entdeckt die beiden Rechtschreibfehler in der Selbstbeschreibung – und klickt mit hochgezogenen Augenbrauen

weiter zum nächsten Kandidaten. Am Computer genügen manchmal wenige Sekunden, um zu spüren, dass die Puzzleteile einfach nicht passen wollen.

In dieser kurzen Geschichte stecken drei Annahmen, die intuitiv einleuchten. Es gibt nur ein Problem: Im Lichte psychologischer Forschung scheinen sie nicht zu stimmen.

## **Irrtum Nummer 1: Ich weiß, wen ich suche**

Wir alle, so zeigt eine Doktorarbeit aus dem Jahr 2010, glauben genau zu wissen, welche Charaktereigenschaften unsere Traumfrau, unseren Traummann kennzeichnen. Doch ist dieses Selbstvertrauen auch gerechtfertigt? Es gibt mehrere Wege, das herauszufinden. Einer davon geht so: Man befragt seine Versuchspersonen, welche Charaktereigenschaften sie sich von ihrem Partner wünschen. Dann lässt man sie per Speed-Dating mehrere Kandidaten kennenlernen. Bei manchen funkt es, bei anderen nicht. Hat dieser Funke etwas mit den zuvor geäußerten Vorlieben zu tun? Gleich mehrere Studien zeigen, dass die Verbindung zwischen Wunschzettel und tatsächlichem Verhalten viel schwächer ist als vermutet. Sobald es ins wirkliche Leben geht, spielen diese Dinge kaum noch eine Rolle, die Liebe trifft uns, wo sie will. Ähnliches lässt sich bei Langzeitpaaren beobachten. Auch Verheiratete sagen und denken Sätze wie „ich wünsche mir einen ruhigen, ausgeglichenen Partner“. Doch ob der Gatte, die Gattin diesem Idealbild entspricht oder nicht, hat keinerlei Vorhersagekraft für die Zufriedenheit, die wir in unserer Partnerschaft empfinden. „Unsere persönlichen Vorlieben können zwar vorhersagen, auf wessen Profil wir klicken, aber nicht unbedingt, wer uns als Person anziehend und attraktiv erscheint“, resümiert Eli Finkel.

Verwandt mit dem „ich weiß schon, wen ich brauche“-Fehler ist das „Gleich und gleich gesellt sich gern“-Missverständnis. Viele Partnerbörsen konzentrieren sich bewusst auf den Faktor Ähnlichkeit.

Doch fühlen sich Menschen mit ähnlicher Persönlichkeit tatsächlich voneinander angezogen? Das untersuchte der US-Psychologe Matthew Montoya in einer Metastudie. Sein Ergebnis: Wahrgenommene Ähnlichkeit spielt tatsächlich eine Rolle. Wenn wir glauben, dass ein Mensch uns gleicht, verlieben wir uns leichter. Untersucht man jedoch die tatsächlichen Charakterähnlichkeiten, liegen die Dinge völlig anders: Sie haben nur noch einen schwachen Vorhersagewert dafür, ob wir einen anderen Menschen nach dem ersten Date wiedersehen wollen. Und ihr Einfluss auf die Qualität von Langzeitbeziehungen ist, so schreibt Montoya, schlicht „nicht feststellbar“. Von ähnlichen Ergebnissen berichtet die US-Psychologin Portia Dyrenforth, die für ihre Untersuchung die Persönlichkeitsdaten von mehr als 20 00 Ehepaaren ausgewertet hat. Sie beziffert den Anteil, den Charakterähnlichkeiten am Eheglück haben, auf lediglich 0,5 Prozent.

## **Irrtum Nummer 2: Alle Kandidaten auf einen Blick – das erleichtert die Entscheidung**

Wer ein Bett erwerben möchte, hat mehrere Möglichkeiten, sich auf seine Wahl vorzubereiten. Man geht zum Beispiel in ein Möbelhaus mit vielen Modellen im Verkaufsraum. Man prüft Farbe, Material und Verarbeitung. Probeliegen hier, probeliegen da, Maß nehmen, Preisvergleich. Alternativ könnte man sich auch ein Bett per Versand liefern lassen und versuchshalber ein paar Tage darin schlafen. Umtausch geht immer.

Die Möbelhausmethode nennen Experten eine *joint evaluation*– man hat mehrere Modelle parallel im Blick. Methode zwei ist eine *separate evaluation* – man testet immer nur jeweils eine Alternative. Dieser Unterschied mag geringfügig erscheinen, aber ein ganzer Berg an psychologischer Forschung zeigt, dass er einen massiven Einfluss auf unsere Entscheidung mit sich bringt. So orientiert man sich in einer *joint evaluation* an völlig anderen Kategorien als bei einem seriellen Vergleich. Häufig vernachlässigt man dabei die entscheidenden Faktoren – und

konzentriert sich auf das, was sich mit kleinem kognitivem Aufwand vergleichen lässt: etwa auf den Preis, wenn man Marmelade kauft (selbst dann, wenn einem der Geschmack eigentlich wichtiger wäre), oder die Quadratmeterzahl bei Studentenzimmern (obwohl diese, wie Studien zeigen, nur einen nachrangigen Einfluss auf die spätere Wohnzufriedenheit besitzt). Dasselbe gilt auch fürs Onlinedating. So lassen sich Kandidaten sehr leicht nach den Faktoren Aussehen und Körpergröße unterscheiden. Gegenseitiger Rapport oder Sinn für Humor mögen für eine spätere Beziehung eine viel größere Rolle spielen – bei einer *joint evaluation* entschwinden sie jedoch aus unserem Blickfeld.

Unser Gehirn scheint bei derartigen Vergleichen in einem ganz bestimmten Modus zu arbeiten, nämlich im sogenannten *assessment mindset* (etwa: beurteilende Denkweise). Das ist manchmal sehr hilfreich, zum Beispiel wenn wir uns ein Auto kaufen wollen. Es macht uns rational, zu kühlen Rechnern, wir sind dann besonders kritisch, skeptisch, misstrauisch – und ausgesprochen gut darin, kleine Fehler in der Ware zu erkennen. In der Liebe führt diese Geisteshaltung jedoch ins Unglück. Wir degradieren unsere potenziellen Liebespartner dabei zur Ware. Kritiker sprechen in diesem Zusammenhang von einer „McDonaldisierung“ der Liebe, die Kommunikationsforscherin Nicole Ellison nennt es ein wenig spöttisch: Beziehungsshopping.

### **Irrtum Nummer 3: Mehr Auswahl ist besser**

Mehr Auswahl – das ist ein starkes Argument der Partnerbörsen. Aber eine Reihe von Studien weist darauf hin, dass der Faktor Masse auch Nachteile mit sich bringt. Beispiel Speed-Dating: Steigt die Anzahl der präsentierten Partner auf mehr als 14 pro Abend, wächst zugleich die Wahrscheinlichkeit, dass die weiblichen Teilnehmer keinen der Männer aus der Runde wiedersehen möchten. Experten erklären dieses paradoxe Ergebnis mit dem *choice overload effect*: Ob bei Marmelade, Blusen oder Liebespartnern – zu viel Auswahl scheint uns kognitiv zu überfordern, sodass wir lieber gar keine Wahl treffen, als uns falsch zu entscheiden.

Ein weiteres Indiz gegen die „Mehr ist besser“-Hypothese stammt aus der Beziehungsforschung. Demnach binden wir uns weniger stark an einen neuen Partner, solange uns viele attraktive Alternativen zur Verfügung stehen. Umgekehrt machen wir uns mehr positive Illusionen über unseren Partner, wenn solche Alternativen fehlen. Anders gesagt: Bei Romeo und Julia auf dem Dorfe war die Brille der Verliebtheit besonders rosarot; doch das Pink verblasst, wenn in den Onlinepartnerbörsen noch Tausende weiterer Kandidaten auf uns warten.

Wie in Platons *Gastmahl* funktioniert Onlinepartnersuche nach dem Modell der zueinander passenden Puzzleteilchen. Einige Beziehungsforscher konzentrieren sich heute jedoch auf einen anderen Faktor, nämlich auf das, was sich zwischen zwei Liebenden abspielt. Genau hier sieht Eli Finkel die Chance für eine neue und effektivere Art des Matchings per Internet und Computer. So weiß man seit einigen Jahren: Wenn es zwischen zwei Menschen funkt, entsteht eine „unbewusste Synchronität“. Unbewusst bedeutet: Unser Verhalten ändert sich, ohne dass wir das steuern oder auch nur mitbekommen. Synchronität bedeutet: Man gleicht sich einander an, in der Art, wie man spricht, wie man seinen Körper bewegt, in der Mimik.

Besonders stolz ist Finkel dabei auf eine Studie der Psychologin Molly Ireland von der *Texas Tech University*. Finkel war als Koautor an der Publikation beteiligt. Molly Ireland beschäftigt sich seit einigen Jahren mit einem Phänomen namens *language style matching*: Wie strukturieren wir unsere Sätze? Wie verwenden wir kleine Füllwörter wie „der“, „ich“ oder „und“? Frühere Studien haben gezeigt, dass manche Menschen die Struktur ihrer Sätze während einer Unterhaltung unbewusst miteinander synchronisieren. Wie hängt das zusammen mit wechselseitiger Anziehung? Das überprüften Ireland und Finkel bei einer Speed-Dating-Veranstaltung: Je zwölf Männer und Frauen führten jeweils vierminütige Zweiergespräche. Dann rückte man einen Platz weiter, bis jede Frau einmal mit jedem Mann gesprochen hatte. Am Ende des Events füllten die

Versuchspersonen einen Zettel aus: Welchen Gesprächspartner würde man gerne wiedersehen? Die Analyse ergab: Aus Gesprächen mit einem hohen *language style matching* wurde fast viermal so häufig ein Date wie aus Gesprächen, in denen dieser Wert nur schwach nachweisbar blieb.

In einem zweiten Experiment untersuchten die Forscher die Mail- und Chatdialoge junger Paare. Hier zeigte sich ein ähnliches Muster: Paare mit einem hohen *language style matching* waren nach 16 Monaten mit deutlich höherer Wahrscheinlichkeit noch zusammen.

Mit anderen Worten: Wie sehr wir uns unbewusst in unserem Sprachgebrauch spiegeln, scheint einen Vorhersagewert dafür zu besitzen, ob wir uns zueinander hingezogen fühlen und wie gut wir zueinander passen. Ähnliche Studien gibt es für unsere Körpersprache, für unsere Mimik und andere unbewusste Körperreaktionen.

Wenn alle bisherigen Partnerbörsen, wie Finkel argwöhnt, nicht besser funktionieren als die altmodische Suche in einer Bar oder in der U-Bahn – könnte man mit dem Wissen um die unbewussten Synchronität-Effekte vielleicht ein neues, effektiveres Matching-System entwickeln? Ja, könnte man, glaubt Eli Finkel – wenn die derzeitige Spracherkennungssoftware noch ein bisschen besser wird, wenn Computerprogramme noch präziser und schneller darin arbeiten, feinste Veränderungen in unserer Mimik und Gestik zu kategorisieren. Eine tatsächliche Anwendung im größeren Stil sei dann, „der leichteste Teil der Übung“. Finkels Plan: Man sitzt zu Hause am Rechner und erlebt ein vierminütiges Speed-Date über Skype. Man sieht einen potenziellen Partner, man redet miteinander. Danach füllt man ein Formular aus: Wie attraktiv fand man sein Gegenüber? Würde man es gerne im wirklichen Leben treffen? „Gleichzeitig könnte die Software eine ganze Menge an unbewussten Verhaltensdaten erheben und in den Algorithmus mit einbeziehen“, erklärt Finkel.

Ein solches Verfahren ist heute noch nicht möglich. Aber Eli Finkel ist überzeugt: „Wenn wir die Kompatibilität in unseren romantischen Beziehungen um lediglich fünf oder zehn Prozent verbessern – das hätte eine massive Auswirkung nicht nur auf unser persönliches Glück, sondern auch auf das Wohlbefinden der gesamten Gesellschaft.“

## **Literatur:**

- Eli Finkel: Can technology bring us true love?, Vortrag auf der „International Convention of Psychological Science“. Amsterdam 2015
- Eli Finkel u. .: Online dating: A critical analysis from the perspective of psychological science. Psychological Science in the Public Interest, 13 (1), 2012, 3–66
- Portia Dyrenforth u. .: Predicting relationship and life satisfaction from personality in nationally representative samples from three countries: The relative importance of actor, partner, and similarity effects. Journal of Personality and Social Psychology, 99, 2010, 690–702
- Matthew Montoya u. .: Is actual similarity necessary for attraction? A meta-analysis of actual and perceived similarity, Journal of Social and Personal Relationships, 25, 6/2008, 889–922
- Paul Eastwick, Eli Finkel: Sex difference in mate preferences revisited: Do people know what they initially desire in a romantic partner? Journal of Personality and Social Psychology, 94, 2008, 245–264

## **News übers Onlinedating – Aktuelle Studien geben Antworten auf häufig gestellte Fragen**

**Sollte man selbst die Initiative ergreifen – oder darauf warten, dass man angeschrieben wird?**



Analysen des US-Soziologen Derek Kreager zeigen: In vier von fünf Fällen kommt die erste Mail von männlicher Seite. Frauen profitieren dabei von der virtuellen Umgebung. Denn während es offline schwerfällt, einem Mann einen Korb zu geben, geht das online erheblich leichter – man schreibt einfach nicht zurück. Schaut man sich die Daten genauer an, offenbart sich diese abwartende Strategie jedoch nur als zweitbeste Lösung: Frauen, die selbst die Kommunikation eröffneten, fanden im Schnitt attraktivere Partner als jene, die lediglich reagierten. „Alles in allem scheinen sowohl Männer als auch Frauen davon zu profitieren, wenn sie selbst die Initiative ergreifen“, resümiert Derek Kreager.

Derek A. Kreager u. .: “Where have all the good men gone?” Gendered interactions in online dating. *Journal of Marriage and Family*, 76, 2/2014, 387–410

### **Sorgt Onlinedating für mehr Nähe und Intimität?**

Das scheint tatsächlich der Fall zu sein. Aber warum? Die Antwort: Man unterhält sich zunächst nur per Mail. Dabei fällt es Männern wie Frauen leichter, ihre innersten Gedanken und Gefühle mit anderen zu teilen, sozusagen ihr „wahres Selbst“ zu offenbaren. Experten bezeichnen dieses Phänomen als „Hyperpersonalisierung“. Schon vor dem ersten Treffen hat man das Gefühl, den anderen besser zu kennen als langjährige Freunde aus der „wirklichen Welt“.

Eli Finkel u. .: Online dating: A critical analysis from the perspective of psychological science. *Psychological Science in the Public Interest*, 13, 1/2012, 3–66

### **Hält die Beziehung länger, wenn man sich im Internet kennenlernt?**

Fest steht: Wer online sucht, hat deutlich mehr Dates und findet auch schneller einen neuen Partner. In der Phase der Vermittlung bieten entsprechende Plattformen also einen Vorteil. Allerdings gehen solche

Beziehungen im Durchschnitt etwas früher auseinander.

Paul Aditi: Is online better than offline for meeting partners? Depends: Are you looking to marry or to date? *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 17, 10/2014, 664–667

### **Wie ehrlich sind die Selbstdarstellungen bei Partnerportalen?**

Das wollte US-Forscherin Nicole Ellison wissen. Sie und ihre Kollegen führten persönliche Interviews mit Nutzern und verglichen die Angaben danach mit deren Onlineprofil. Das Ergebnis: Fast alle hatten im Netz ein wenig gemogelt. Man präsentierte sich ein bisschen größer (Männer), schlanker (Frauen), jünger und sportlicher (alle), als man tatsächlich war. Paradoxerweise hatten die Interviewten das Gefühl, bei ihren Angaben fair und ehrlich gewesen zu sein. Die Erklärung der Expertin: Man nimmt sein Selbstbild von gestern, von heute und von morgen – und wählt für sein Profil genau jene Version, die einem am attraktivsten erscheint.

Nicole Ellison: Social network sites: Defining features and implications for social capital and relationship development. Vortrag auf der „International Convention of Psychological Science“. Amsterdam 2015

### **Wann ist der beste Zeitpunkt für ein Date im wirklichen Leben?**

Besonders zufriedenstellend fällt ein erstes Date aus, das zwischen dem 17. und 23. Tag nach dem ersten Mailkontakt stattfindet. Man hatte genügend Zeit, um sich selbst zu offenbaren und den anderen zu idealisieren. Wartet man sechs Wochen oder länger mit dem ersten Treffen, verläuft die Sache zwar immer noch gut, aber schon messbar schlechter. Das idealisierte Bild von unserem Gegenüber hat sich womöglich schon zu weit von der Realität entfernt.

Artemio Ramirez u. .: When online dating partners meet offline: The effect of modality switching on relational communication between online daters. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20, 1/2015, 99-114

**Den kompletten Artikel können Sie bei uns kaufen oder freischalten.**

---