



The Future of Dating ²⁰₂₃



Een renais- sance in daten, gedreven door authenticiteit

Online daten is nu de populairste manier waarop singles nieuwe contacten leggen. Niet alleen gebruikt volgens een recent onderzoek de meerderheid van mensen onder de 30 dating-apps, maar meer dan de helft (55%) heeft een serieuze relatie gehad met iemand die ze op Tinder hebben ontmoet, en kent 37% iemand die dat is overkomen.¹ Apps zijn voor veel singles een mooie springplank naar de datingpool geworden, waarbij Tinder de meest gedownloade dating-app onder 18- tot 25-jarigen is. Wanneer een app wereldwijd 530 miljoen keer is gedownload en heeft gezorgd voor meer dan 75 miljard matches, is het wel duidelijk dat het eindeloze mogelijkheden biedt en dat mensen dit nodig hebben.

De laatste keer dat Tinder meer publiceerde over datingtrends voor jonge singles was twee jaar geleden tijdens de pandemie, en sindsdien is het leven natuurlijk veranderd. Om beter te begrijpen waar Tinder-leden zich nu bevinden, en hoe deze trends de veranderende percepties rondom liefde en connecties beïnvloeden, werkte Tinder samen met Paul C. Brunson, Tinder's expert, om te onderzoeken hoe de toekomst van daten er uit gaat zien.

55%

van de gebruikers van datingapps heeft een serieuze relatie gehad met iemand die ze op Tinder hebben ontmoet





Jonge singles laten zien dat authenticiteit de oplossing is voor succesvol daten



Toen Tinder werd opgericht, waren 18- tot 25-jarigen ‘millennials’ die de gouden eeuw van apps ontdekten, maar het was ook een tijd waarin online datingsites minder intuïtief en complexer in het gebruik waren. Tinder transformeerde al gauw de manier waarop we nieuwe contacten leggen, nam alle spanning weg van het benaderen van iemand op een feestje, op school of op straat en vereenvoudigde het in een functie waarbij je simpelweg naar rechts swipet. Een nieuw iemand ontmoeten, zelfs iemand buiten je eigen sociale kring, werd enorm eenvoudig en verrassend leuk.

Maar er gebeurde iets interessants toen millennials ouder werden en Gen Z (de huidige 18- tot 25-jarigen) centraal kwam te staan. Deze generatie voelden zich online thuis en zagen geen behoefte aan perfect samengestelde profielen of gefilterde foto’s. Ze zagen ook de noodzaak niet in om de welbekende hard-to-get mindgames te spelen tijdens het daten. Meer dan de helft van de ondervraagde millennials is het erover eens dat daten tegenwoordig gezonder is voor 18- tot 25-jarigen dan toen ze zelf die leeftijd hadden. Sterker nog, drie op de vier 33- tot 38-jarigen (73%) waren het erover eens dat mindgames, zoals hard-to-get spelen of gemengde signalen geven, allemaal als normaal werden gezien toen ze tussen de 18 en 25 jaar oud waren.²

Maar met Gen Z kwamen er nieuwe dealbreakers aan de horizon, en die draaiden om eerlijkheid, openheid en het

belang van mentale gezondheid. Dankzij dat is er nu een renaissance in daten, en het is Gen Z die het allemaal start.

De 18- tot 25-jarigen van vandaag, die nu meer dan 50% van het ledenbestand van Tinder uitmaken, zijn op zoek naar authenticiteit. Ze zijn zelfbewuster, opener en lossier in hoe ze naar gender, seksualiteit en daten kijken dan elke andere generatie voor hen. De jonge daters van vandaag veranderen daten door tijdsdruk, huisje-boompje-beestje en conventionele labels de deur uit te doen. In plaats daarvan omarmen ze vrijheid in het daten die een hele nieuwe wereld van betekenisvolle relatietypes heeft opengeboren.

Voor Gen Z maakt dit Tinder tot een plek van mogelijkheden. Of het nu gaat om berichten die een dag lang in de app worden uitgewisseld of een heel leven veranderen, jonge singles zijn minder gefocust op ‘toewijding’ in de traditionele zin. Voor deze generatie zijn toegewijde relaties er in alle vormen; van monogamie tot open relaties tot, ja, een situationship. Hoewel millennials ‘daten’ misschien hebben gedefinieerd als een onenightstand, is het voor Gen Z gewoon een deel van het kennismakingsproces en een manier om een connectie te ontdekken zonder de druk van labels. Het is dus niets om je voor te schamen of om geheimzinnig over te doen.



Ondanks dit alles is het duidelijk dat jonge singles tegenwoordig op zoek zijn naar iets zinvoller dan het traditionele begrip van een 'onenightstand'. Een langdurige relatie is bijvoorbeeld het populairste relatiedoel op Tinder. 40% van de Tinder-leden die de functie Relatie-intenties gebruiken om hun intentie op de app aan te geven, zegt dat ze op zoek zijn naar een langdurige relatie. 'lets casuals' is een van de laagste geselecteerde relatie-intenties op Tinder wereldwijd (13% van de leden gebruikt de functie).³

Toch is een overweldigende meerderheid (75%) van de jonge singles in een recent onderzoek van mening dat hun generatie de dating- en relatiënormen verandert.⁴ Alleen al het onderwerp trouwen zakt naar de tiende plaats op de prioriteitenlijst voor ondervraagde 18- tot 25-jarigen wanneer ze nadenken over hun korte- tot langetermijndoelen (versus de vierde plaats voor millennials toen ze dezelfde leeftijd hadden).^{2,4} Sterker nog, 69% van de deelnemende Gen Z'ers is

het ermee eens dat datingnormen moeten worden opgefrist om te passen in een modernere en diversere samenleving. En dat zij de juiste generatie zijn om dat te doen.⁴

Als we echt tot de kern willen komen, is het Generatie Z die het proces van nieuwe mensen ontmoeten nieuw leven inblaast. Dit is een groep die prioriteit geeft aan kwaliteiten als intentie en transparantie, waarbij zelfliefde en persoonlijke voldoening de allerbelangrijkste thema's zijn. Het is geen toeval dat 80% van de 18- tot 25-jarigen het ermee eens is dat zorgen voor zichzelf hun topprioriteit is bij het daten en 79% wil dat potentiële partners hetzelfde doen.¹

De afwijzing van ouderwetse normen ten gunste van een minder beperkend wereldbeeld is wat de toekomst van daten zal bepalen. Laten we gauw kijken hoe het zit.

75%

van de jonge singles in een recent onderzoek gelooft dat hun generatie de normen in de dating- en relatiewereld aan het veranderen is



1. *Ik ben cringe, maar ik voel me vrij*

Het internet, met name TikTok, heeft gesproken. Je innerlijke cringe omarmen is de heilige graal geworden van de meest gerespecteerde waarde van Gen Z: authenticiteit. 64% van de jonge singles voelt zich op zijn gemak bij vervelende of onhandige situaties als het ervoor zorgt dat iemand oprecht is.⁴ Vanuit een relatieperspectief laat dit zien hoe een potentiële match liefde communiceert, en dat ze assertief mogen zijn over hoe ze hun gevoelens uiten. Zo is 82% van de ondervraagde leden het eens over het belang van het kennen van de 'liefdestaal' van hun matches voordat ze elkaar goed kennen.⁵ Hierbij zijn vermeldingen van liefdestalen in Tinder-bio's ook met 50% zijn toegenomen op jaarbasis.⁶ Sterker nog, meer dan 72% van de Tinder-leden zegt dat ze op zoek zijn naar iemand die openhartig is over hun relatie-intenties.⁵ Deze generatie gelooft dat het verwelkomen van alles dat onhandig en raar is aan jezelf een intrinsiek onderdeel is van oprecht zijn en een fundamenteel element van het opbouwen van vertrouwen met een partner. Voor 18- tot 24-jarige Tinder-leden is het beste teken dat ze zich op hun gemak voelen met hun match (86%).⁵

Terwijl eerdere generaties investeerden in het opbouwen van een relatie in de loop van de tijd, waardoor langzaam diepere, meer betekenisvolle lagen werden opgebouwd, heeft Gen Z geen tijd hiervoor. Omdat 18- tot 25-jarigen graag vanaf het begin hun ware, authentieke zelf laten zien, hebben ze een houding van take-it-or-leave-it, wat betekent dat ze elke situatie kunnen laten voor wat het is als dat betekent dat ze trouw moeten zijn aan zichzelf.

Voor deze groep wordt het doen van hun 'datehuiswerk' en duidelijk zijn over waar ze staan niet als 'te veel' beschouwd; het is voor iedereen die 'echt' wil zijn.

64%

van de jonge singles is comfortabel met cringey/awkward situaties als het betekent dat je wel oprecht bent





2. Daten begint bij mezelf

Mentale gezondheid is een topprioriteit voor jonge singles. Ze werken eraan om zelfverzekerd te zijn over wie ze zijn, zodat ze zich op hun best kunnen voelen. Bij het nadenken over hun doelen in de komende drie tot vijf jaar, noemden ondervraagde jonge singles het werken aan persoonlijke groei en welzijn zelfs als hun hoogste prioriteit (39%).⁴

In therapie gaan en werken aan zelfvertrouwen, trauma's uit het verleden en genezing is het meest sexy wat je kunt doen om je potentiële match aan te spreken. Zelfs als veel jonge singles prioriteit geven aan andere delen van hun leven, zijn relaties een groot deel van hun reis naar zelfontdekking en -verbetering.

Volgens een recent onderzoek van Deloitte zijn de meeste Gen Z'ers regelmatig gestrest en angstig. Ze hebben geen controle over de omgeving om hen heen, maar ze kunnen

wel leren hoe ze erop reageren. Bijna de helft zegt dat ze zich altijd of meestal gestrest voelen. En hoewel dit gevoel inderdaad ook significant is onder millennials, zijn de niveaus hoger onder 18-tot 25-jarigen. Het verschil is dat Generatie Z bereid is reëler en eerlijker te zijn over hun relatie met mentale gezondheid en de noodzaak om daar prioriteit aan te geven. Bij daten is dit te zien aan het feit dat bijna 75% van de jonge singles zegt dat ze een match aantrekkelijker vinden als ze openstaan voor of momenteel werken aan hun mentale welzijn.⁴ 'Selfcare' komt binnen op #4 in de lijst met de meest aantrekkelijke interesses op Tinder.⁶ Het zou dus geen verrassing moeten zijn dat Generatie Z er niet in geïnteresseerd is zich in een burnout te werken door te daten. Daarom is 70% van de jonge singles het erover eens dat daten zonder intentie of zonder te weten wat je wilt, iets voor amateurs is!⁴

Wat betreft hun doelen voor de komende 3 tot 5 jaar, noemden de ondervraagde jonge singles het werken aan persoonlijke groei en welzijn als hun

hoogste prioriteit

3. Verspil m'n tijd niet

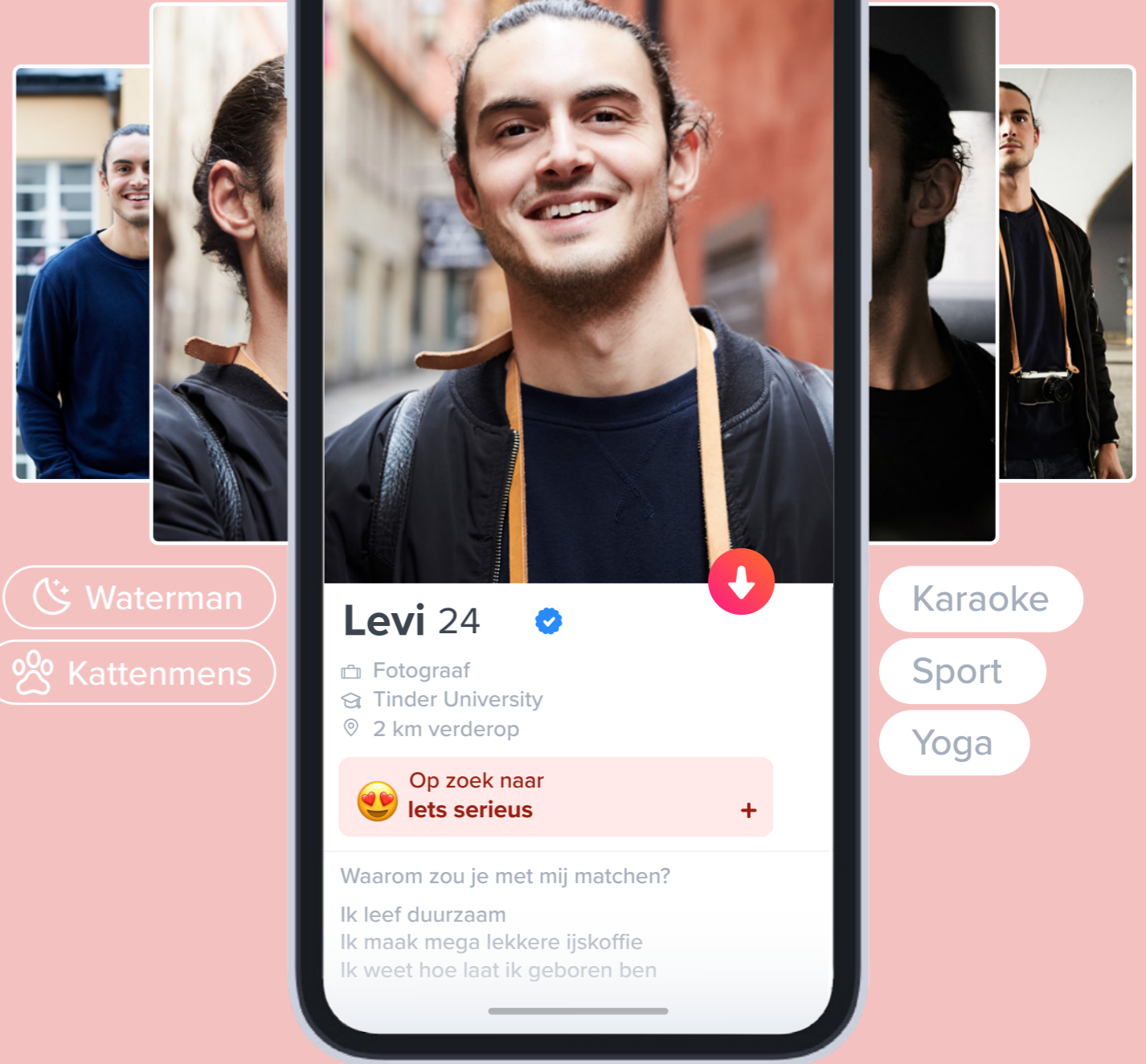
Na de pandemie en meerdere lockdowns, zien jonge daters tijd niet langer als vanzelfsprekend. Jonge singles zijn pragmatisch (89%) in de manier waarop ze daten en halen verloren tijd in.¹ 77% van de Tinder-leden reageert binnen 30 minuten op een crush, 40% reageert binnen 5 minuten en meer dan een derde antwoordt onmiddellijk.⁷ Deze zorg om tijdverspilling te voorkomen, zorgt ervoor dat mensen sneller van online naar offline gaan, waarbij 51% van de ondervraagde Generatie Z het ermee eens is dat ze constant op zoek zijn naar manieren om daten in hun dagelijkse schema's te passen.⁴ Wereldwijd ghosten 18- tot 25-jarigen 32% minder snel iemand dan dat 33+-jarigen dat doen, wat des te meer aantoont dat het de jongere generatie is die authentiek is en meer rekening houdt met andere mensen.⁸

Gemiddeld spreken jonge daters na een paar dagen met iemand IRL af, met een grote meerderheid die twee tot drie dates

toestaat om hun match een kans te geven⁵, versus millennials die de eerste date vaak benaderden als een sollicitatiegesprek waarvoor je zou moeten slagen of zakken.

Desalniettemin bewijzen jonge daters dat daten geen hele klus hoeft te zijn, en integreren ze het zoeken naar nieuwe connecties steeds meer in hun dagelijkse planning. Meer dan tweederde (68%) van de ondervraagde gebruikers zegt dat ze dating-apps gebruiken terwijl ze op het werk zijn en 32% heeft zelfs een date gestrikt tijdens de werkdag.⁹ Om een idee te geven: de werkmodus van Tinder wordt elke 4 seconden door iemand geopend.¹⁰

Generatie Z weet ook precies waar ze naar op zoek zijn als ze iemands profiel overwegen, waarbij interesses, lifestyle-voorkeuren en datingintentie belangrijker zijn dan al het andere. Zie hier voor de 5 criteria die volgens Tinder-leden een 'kwaliteitsprofiel' definiëren.



Minimaal 4 foto's ✓

Minimaal 3 interesses ✓

Fotoverificatie ✓

Minimaal 4 lifestyle-voorkeuren ✓

Een bio van minimaal 7 woorden ✓

4. Welkom in mijn manifestation era

Hoewel sterrenbeelden misschien wel de belangrijkste aanduiding zijn die door 18- tot 25-jarigen aan Tinder-profielen wordt toegevoegd, is er een nieuwe spirituele pijler die veel zegt. 41% van de jonge singles gelooft in manifesteren (d.w.z. het mentaal visualiseren van je wensen/dromen om ze te helpen uitkomen) en het heeft dan ook een grotere invloed op compatibiliteit en verbinding dan sterrenbeelden.⁴ Het is geen toeval dat de hashtag #manifestation +34B views heeft op TikTok, of dat er geen tekort is aan Tinder-leden die hun manifestatiedoelen delen in hun bio's. Voor een generatie die zich zeer bewust is van hun innerlijke staat, is deze zelfhulptechniek natuurlijk een no-brainer.

Gen Z wordt volwassen, wat gepaard gaat met talloze onbekende factoren. Deze factoren bepalen precies de mentaliteit van deze groep, hoe ze het leven benaderen en hoe ze zich uiten. Voor deze generatie is focussen op het

heden en op intentie gebaseerde denkpatronen een manier om om te gaan met de onzekerheid van de toekomst, die alleen maar angstaanjager is geworden als gevolg van de pandemie. Jongeren liepen belangrijke sociale mijlpalen mis, werden geconfronteerd met een ongekende werkloosheid en dragen nog steeds de psychologische gevolgen van de lockdowns. Het was duidelijk dat er een uitlaatklep nodig was, en velen vonden het in een belangrijk manifestatieprincipe: de kracht van het creëren van je eigen geluk.

Jonge vrijgezellen worden constant gebombardeerd met negatief nieuws, zoals crises op het gebied van de volksgezondheid, klimaatverandering, vrouwenrechten, de falende economie, wapengeweld... het houdt niet op. Dit continue gevoel van instabiliteit draagt niet alleen bij aan de neiging van Gen Z om risico's te vermijden, maar voedt ook hun behoefte aan geruststelling door middel van positief denken.





5. Graag een gin & tonic, zonder gin

Gen Z'ers zijn geen drinkers. De cijfers liegen er niet om: 88% van de ondervraagde singles zegt dit jaar geïnteresseerd te zijn in een nuchtere date, en 52% is van plan om dit jaar minder alcohol te drinken of helemaal geen alcohol te drinken.⁴ In 2022 groeide de verkoop van alcoholvrije en -arme dranken met meer dan 7% tot meer dan \$ 11 miljard aan verkopen, volgens IWSR Drinks Market Analysis. Noem het wat je wilt - nuchter daten, dry dating, nuchter nieuwsgierig daten - maar dit wordt steeds minder een trend en meer een levensstijlkeuze voor Gen Z. De mogelijkheid om een meer oprechte band te vormen (42%), veiligheid (40%) en gesprekskwaliteit (39%) staan bovenaan de lijst van redenen om te kiezen voor nuchter blijven.⁴

Dit is nog een andere afwijking van eerdere generaties, aangezien het duidelijk is dat jonge singles meer bereid zijn om op een nuchtere date te gaan in vergelijking met 33- tot 38-jarigen toen ze dezelfde leeftijd hadden.² Ondervraagde millennials zijn het er bijvoorbeeld helemaal mee eens dat de meest favoriete date toen ze 18-25 waren, het drinken van cocktails of drankjes aan een

bar zou zijn geweest.² Dus, als de jonge singles van vandaag niet willen drinken, wat doen ze dan wel op dates? Een favoriet is een picknick in het park (41%), terwijl een informele wandeling met koffie of thee (39%), of een openluchtfilm of concert (33%) een goede tweede zijn.⁴

Het is geen wonder dat de emoji's 🍷 en 🍹 elk zijn afgenomen (respectievelijk 40% en 25%) op Tinder-profielen op jaarbasis.⁶ En wanneer ze hun drinkgewoonten beschrijven, zegt 72% van de Tinder-leden zelfverzekerd dat ze niet of slechts af en toe drinken.⁶ Volgens World Finance "is de mentale tol van drinken een echt knelpunt voor Gen Z - 86% vindt dat mentale gezondheid een even belangrijke overweging is als fysieke gezondheid wanneer ze overwegen om te drinken."

Zoals we al zeiden, geloven de jonge singles van vandaag dat werken aan hun mentale welzijn kan helpen bij het daten, en dat het hebben van een partner die waarde hecht aan zelfzorg essentieel is voor een gelukkige relatie. Het is dus logisch dat deze generatie liever naar de minigolfbaan gaat (56%) of naar een drive-in film gaat (34%) dan tequila gaat proeven.¹¹



88%

van de ondervraagde singles zegt dit jaar geïnteresseerd te zijn in een date zonder alcohol

6. Technologie beangstigt me niet, het helpt me



Er is geen twijfel dat AI transformerend zal zijn, niet alleen voor online dating maar voor de wereld - en daarom heeft iedereen het erover. Zo ook Tinder-leden. Vermeldingen van Chat GPT in Tinder bio's zijn zelfs 14 keer toegenomen sinds 1 januari 2023.⁶ En jonge mensen die nu daten, zien echt de voordelen ervan. 34% is het ermee eens dat ze AI zouden gebruiken om hun datingprofiel op te bouwen. Want laten we eerlijk zijn: het schrijven van een bio of het kiezen van foto's die jou echt laten zien, kan een stressfactor zijn.⁴

Er is ook een groep die geen interesse heeft in algemene profielen die door een chatbot zijn gemaakt, of het nu voor zichzelf is of voor een potentiële match, maar – en dit is een grote maar – de meeste 18- tot 25-jarigen (en Tinder) zijn het erover eens dat AI specifiek goed kan werken als eerste ijsbreker.⁴ Het potentieel van AI om op te treden als een coach bij het helpen van jonge singles om authentiek hun unieke kwaliteiten te benadrukken, is behoorlijk indrukwekkend. Dit kan zelfs worden uitgebreid tot het verbeteren van een gesprek met een match door gebruik te maken van AI om overeenkomsten tussen twee mensen aan te wijzen of een

relevante ijsbreker voor hen te suggereren, wat zelfs zou kunnen leiden tot meer offline dates.

Een ander gebied waar AI de sector zal veranderen, is veiligheid en efficiëntie in de app. Tinder maakt al gebruik van machine learning voor verschillende veiligheidsfuncties, maar de mogelijkheid om deze functies te ontwikkelen door het gebruik van AI kan hun impact mogelijk nog groter maken. Bijvoorbeeld het vermogen van AI om taal verder te contextualiseren ten dienste van functies als Vind je dit vervelend? en Weet je het zeker? – tools die al goed gedrag aanmoedigen met een stijging van het aantal meldingen van ongepaste berichten met respectievelijk 46% en een vermindering van 10% in het aantal verstuurd ongepaste berichten – is enorm.¹²

Er moet gewoon veel getest, verkend en ontwikkeld worden voordat er significante stappen kunnen worden gezet om meer AI te implementeren, maar toch zijn we optimistisch. De toekomst ziet er rooskleurig uit!

34%

zou AI gebruiken om hun datingprofiel op te stellen

7. De wereld is dichtbij



Tweederde (66%) van de ondervraagde leden is het ermee eens dat Tinder hen in staat stelt om met meer mensen buiten hun vriendenkring te daten of hen in contact te brengen met iemand die ze anders in hun dagelijks leven nooit zouden hebben ontmoet.⁴ Het effect dat dit heeft gehad bij daten kan niet worden onderschat. Wat begon als een experiment om mensen uit hun onmiddellijke sociale bubbel te halen, is uitgegroeid tot meer diverse datingsites dan ooit tevoren.

Sterker nog, de overgrote meerderheid van de jonge mensen die met iemand van een andere etniciteit of een andere cultuur zijn uitgegaan – of zelfs met iemand uit een andere stad of een ander land – heeft die match ontmoet via een dating-app. Het is geen wonder dat online daten het interraciaal huwelijk en de openheid voor multiculturele relaties doet toenemen. Maar liefst 75% van de jonge singles is het er helemaal mee eens.⁴ 61% van de ondervraagde gebruikers van datingapps zegt open te staan voor interraciaal daten of trouwen en bijna 80% van de ondervraagde Tinder-leden zegt dat ze een date

hebben gehad met iemand van een andere etniciteit.⁴ Geografisch gezien heeft dit zich vertaald in een gestage toename van de zoekafstanden op Tinder – met gemiddeld 12% op jaarbasis. Interessant genoeg hebben vrouwen op Tinder gemiddeld 12% meer afstandsbereik dan mannelijke Tinder-leden.⁸

Wat betreft het gebruik van de functie Paspoort: 46% van de gebruikers gebruikt de functie, maar reist niet direct daarna naar de plaats waar ze zoeken, wat suggereert dat Tinder-leden sterk geïnteresseerd zijn in het verkennen van mogelijkheden buiten hun directe netwerk.¹³ De populairste paspoort steden van bestemming? LA, New York, Londen, Parijs en Tokio. Met 18- tot 25-jarigen die gemiddeld 9 keer per maand een Paspoort aanvragen, ligt de wereld via de profielgalerij duidelijk aan hun voeten.¹³

Uiteindelijk zal Generatie Z alleen de resterende barrières – zowel cultureel als geografisch – blijven doorbreken dankzij apps zoals Tinder die hen helpen in contact te komen met mensen aan wie ze anders misschien nooit hadden gedacht.

2/3

van de ondervraagde leden zegt dat ze door Tinder meer mensen kunnen daten buiten hun vriendenkring of mensen ontmoeten die ze in het echte leven nooit zouden tegenkomen



8. En mensen zijn dat ook

Dit gevoel van openheid gaat nog verder. Voor Gen Z gaat het om het individu en hun persoonlijkheid. Voorbeeld: de helft van alle ondervraagden is het ermee eens dat ze openstaan voor een relatie met iemand met een handicap of neurodivergentie⁴, en jonge singles die prioriteit geven aan waarden zoals loyaliteit (79%), respect (78%) en ruimdenkendheid (61%) over uiterlijk (56%).⁵

De acceptatie van verschillen door Gen Z resoneert ook in hun meer open en inclusieve benadering van gender en seksualiteit. Ze zijn tenslotte de meest vrije generatie als het om beide dingen gaat. Dit is een groep die zich eerder identificeert als LGBTQIA+ en traditionele genderrollen links laat liggen. Op Tinder zien we dit in het feit dat LGBTQIA+-leden nu de snelst groeiende groep op Tinder zijn, en leden tussen 18 en 25 jaar die zich identificeren als LGBTQIA+ zijn de afgelopen twee jaar meer dan verdubbeld. Op Tinder is er sinds 2021 een toename van 30% in

genderidentiteiten anders dan man of vrouw. In feite is non-binair nu de snelst groeiende genderidentiteit op Tinder, waarbij het aantal mensen dat zich als zodanig identificeert, alleen al binnen een jaar met 104% is toegenomen.¹⁴

Volgens een recent onderzoek onder jonge daters in de leeftijd van 18-25 jaar, is 33% het ermee eens dat hun seksualiteit vrijer is en zegt 29% dat hun genderidentiteit de afgelopen drie jaar vrijer is geworden.¹ Bovendien is online daten tegenwoordig de populairste manier voor homoseksuele koppels om elkaar te ontmoeten,¹⁵ waarbij Tinder verantwoordelijk is voor 1 op de 3 relaties onder LGBTQIA+-vrouwen in de VS.¹⁶

Simpel gezegd, de jonge singles van vandaag zijn op een zoektocht om de grenzeloosheid van menselijke connectie in elke denkbare vorm te vieren - iets waar elke andere generatie een voorbeeld aan zou kunnen nemen.



+30%

meer andere
genderidentiteiten
op Tinder dan man
of vrouw vergeleken
met 2021

9. Moeten we het nog wel ‘daten’ noemen?

Voor Gen Z staat de term ‘daten’ gelijk aan serieusheid en een reis met een specifiek doel (d.w.z. een relatie) in vergelijking met oudere generaties die het zien als iets meer casual zonder een doel of einde. Jonge singles geven er de voorkeur aan om eerst vrienden te zijn, wat de druk vermindert en alle verwachtingen wegneemt. Nogmaals, Gen Z verwerpt het verlangen naar romantische relaties niet, ze definiëren ze gewoon anders. Hoewel de drie belangrijkste dingen waar 18- tot 25-jarige singles op dit moment naar op zoek zijn gezelschap, vriendschap of een situationship zijn, zegt 64% dat ze houden van de emotionele boost die een liefdesrelatie met zich meebrengt.¹

Zelfs met losse relaties denkt Gen Z eerder dat ze beginnen als vriendschappen en meer open eindes hebben (niet specifiek romantisch), in tegenstelling tot millennials die nog steeds de neiging hebben om een soort romantische intentie te koppelen aan losse relaties. Gen Z geeft er de voorkeur aan om terminologie te gebruiken die niet probeert een connectie te definiëren voordat ze er klaar voor zijn, of zelfs maar willen - vandaar termen als viben, chillen, scharrelen, prela en natuurlijk, situationship die meer aansluiten bij hoe 18- tot 25-jarigen het datingproces zien.

Maar laten we duidelijk zijn. Zelfs als ze met losse flirts praten, geloven jonge vrijgezellen dat het in de eerste plaats gaat om het opbouwen van een band en het doorbrengen van intieme/ aanhankelijke tijd met iemand die nieuw is, in plaats van alleen seks. Mensen leren kennen – en de kans krijgen om ze écht te leren kennen – is nog steeds een belangrijk punt voor Gen Z’ers. Over dat punt bleek uit een recent onderzoek onder singles van 18-25 jaar dat het opbouwen van sterke relaties in

toenemende mate (+10% sinds 2020) een prioriteit voor hen is geworden.¹⁷ De reden hangt echter niet af van het krijgen van een partner of trouwen voor een bepaalde leeftijd; het gaat meer om de pure opwinding van het ontmoeten van een verscheidenheid aan nieuwe mensen (63%), het maken van een nieuwe connectie (61%) en het hebben van nieuwe ervaringen.¹

Dus hoe je het ook wendt of keert, Gen Z definieert het beladen concept van daten op hun eigen manier.

Top 3

dingen die 18-25 jarige singles op dit moment zoeken zijn gezelschap, vriendschap of een situationship



Gen Z's impact op de volgende generatie van relaties

door Paul C. Brunson, Tinder's Global Expert in Relationship Insights

Generatie Z, geboren tussen 1997 en 2012, is opgegroeid in een wereld van constante verandering en onzekerheid. Ondanks uitdagingen als klimaatverandering, politieke onrust en economische onzekerheid, inspireert deze generatie met hun veerkracht, vastberadenheid en bereidheid om de meest urgente problemen van de wereld het hoofd te bieden.

Naast hun vasthoudendheid in het aangezicht van tegenspoed, leidt Generatie Z ook een renaissance van relaties. Als Global Relationship Expert voor Tinder heb ik met eigen ogen gezien hoe Gen Z een revolutie teweegbrengt in het datinglandschap. Van hun houding ten opzichte van diversiteit en inclusiviteit tot hun omarming van technologie en wereldwijde connectiviteit; deze

generatie verandert de wereld als het gaat om het vormen van zinvolle verbinding.



Ik heb vijf voorspellingen voor de toekomst van daten op basis van de gegevens die we zien, en ze zijn ronduit geweldig.

1. Gen Z zal de meest succesvolle huwelijken tot nu toe hebben. Persoonlijke ontwikkeling, emotioneel welzijn en heldere communicatie in relaties zijn prioriteiten voor Generatie Z, wat leidt tot sterkere en gezondere huwelijken. Ze zijn echter minder geïnteresseerd in het huwelijk dan eerdere generaties en richten zich liever op het creëren van een fijn en gelukkig leven.

2. We zijn in het tijdperk van 'alles of niets'-dating beland. Generatie Z luidt een nieuw tijdperk van daten in dat waarde hecht aan zinvolle verbindingen en algeheel welzijn. Ze stellen de traditionele datingnormen ter discussie, nemen dating op in hun dagelijks leven en leggen de nadruk op mentale gezondheid.

3. De opkomst van empathische mannen en gezonde mannelijkheid. Door emotionele intelligentie en zelfontplooiing te promoten als essentiële componenten van gezonde relaties, trekt Generatie Z de traditionele mannelijkheidsnormen in twijfel. Jonge mannen modelleren empathie en feedback voor toekomstige generaties, laten zien dat kwetsbaarheid en authenticiteit juist krachtig zijn en herdefiniëren wat het betekent om een man te zijn.

4. LGBTQIA+-relaties zullen opbloeien! LGBTQIA+-relaties groeien aanzienlijk dankzij de ruimdenkende en inclusieve benadering van gender en seksualiteit van Gen Z. Deze generatie omarmt een meer genuanceerd begrip van gender en

seksualiteit, en de meest gebruikelijke manier waarop homoseksuele koppels elkaar ontmoeten, is via online daten.

5. Dit soort relaties zal de regel worden, niet de uitzondering. Gen Z doorbreekt barrières door vaker contact te maken met mensen buiten hun directe sociale kringen dan welke vorige generatie dan ook. Deze trend heeft geresulteerd in een toename van interraciale, interreligieuze en internationale relaties, wat wijst op een groeiende acceptatie van diversiteit en inclusiviteit onder jongeren. Een verschuiving van deze omvang zal naar verwachting de toekomst van daten en sociale relaties bepalen.

De toekomst van dating ziet er rooskleurig uit, aangezien we een groeiende trend van passie en authenticiteit zien onder Generatie Z. Maar zoals bij elke belangrijke verandering, zullen er ook moeilijkheden zijn. We kunnen een nieuw tijdperk van liefde, verbondenheid en voldoening verwachten nu Generatie Z de weg wijst naar gezondere relaties, meer intentie en een meer inclusieve datingscene, maar we moeten ook bereid zijn om obstakels onder ogen te zien en te overwinnen. Laten we Gen Z's relatie-renaissance omarmen en samen met hen een wereld van liefde en verbondenheid creëren waar we allemaal trots op kunnen zijn.

Bronnen

1 Een onderzoek onder 4000 18- tot 25-jarigen die actief daten met singles in de VS, het VK, Australië en Canada tussen 21 januari 2023 en 7 februari 2023, uitgevoerd door OnePoll namens Tinder.

2 Een onderzoek onder 4000 33- tot 38-jarigen in de VS, het VK, Canada en Australië tussen 21 april 2023 en 25 april 2023, uitgevoerd door Opinium namens Tinder.

3 Interne Tinder-gegevens van de profiel functie Relatie-intenties in 2023.

4 Een onderzoek onder 4000 18- tot 25-jarigen in de VS, het VK, Canada en Australië tussen 21 april 2023 en 25 april 2023, uitgevoerd door Opinium namens Tinder.

5 Tinder in-app-enquête onder Tinder-gebruikers van 18 tot 24 jaar in het VK, de VS en Australië. De gegevens zijn verzameld tussen 18 en 28 oktober 2022.

6 Uit Tinder bio's van april 2022 tot april 2023.

7 Tinder in-app-enquête onder Tinder-gebruikers van 18 tot 24 jaar in het VK, de VS en Australië. De gegevens zijn verzameld tussen 9 januari en 9 juli 2022.

8 Interne Tinder-gegevens 2023.

9 Een onderzoek onder 1.000 18- tot 30-jarigen in de VS in augustus 2020, uitgevoerd door de Zeno Group namens Tinder.

10 Interne Tinder-gegevens van de functie Werkmodus in 2023.

11 Uit Tinder bio's van januari 2022 tot oktober 2022.

12 Interne Tinder-gegevens van de functies Weet je het zeker? en Vind je dit vervelend? in 2022.

13 Interne Tinder-gegevens van de Paspoort-functie (Tinder Gold-abonnementsfunctie) in 2023.

14 Interne Tinder-gegevens van de Meer genders en oriëntaties-functie 2020-2023.

15 MIT Technology Review, 9 oktober 2017.

16 Een onderzoek onder 3.896 singles in de VS, uitgevoerd tussen februari en maart 2022 in opdracht van Match Group.

17 Match Group International Wave Study 2022, VS.



