

- PERSBERICHT -

Nieuwegein, 21 augustus 2007

**Liefde kostbare zaak, vooral voor Nederlandse man**

Parship.nl onderzoekt financiële investering in zoektocht naar de ware

**Om de liefde van hun leven te vinden tasten singles graag diep in de buidel. Relatiebemiddelingssite Parship.nl deed landelijk representatief onderzoek\* naar de kosten die Nederlandse singles maken in hun zoektocht naar de ware. Hieruit blijkt dat singles maandelijks gemiddeld € 17,- over hebben voor (online) relatiebemiddeling. Om een onvergetelijke eerste indruk te maken, wordt voor een date met name geïnvesteerd in kleding en uiterlijke verzorging. Gemiddeld geven vrouwen hier € 90,- aan uit en mannen € 120,-. Vrouwen laten zich op een date graag verwennen, het zijn hoofdzakelijk de mannen die de portemonnee trekken bij het afrekenen. Een gemiddelde date kost een man dan ook € 80,- en een vrouw slechts € 28,-. Dit zijn de eerste resultaten van een driedelig onderzoek van Parship.nl dat inzicht geeft in de kosten van liefde vinden, houden en verbreken.**

**Liefde is onbetaalbaar**

Bijna een kwart (24%) van de Nederlandse bevolking boven de 18 jaar heeft geen relatie. Drie op de tien singles vindt het geen probleem te betalen voor (online) relatiebemiddeling. Mannen staan hier met 35% meer voor open dan vrouwen (26%), maar willen er minder voor betalen. Mannen vinden een bedrag tussen de 5 en 10 euro per maand redelijk, terwijl vrouwen 11 tot 20 euro een goed bedrag vinden voor de service van relatiebemiddeling. Gemiddeld hebben de Nederlandse singles € 17,- per maand over voor de zoektocht naar liefde. Van die groep singles heeft 70% al eens gebruikgemaakt van relatiebemiddeling en heeft daar het afgelopen jaar gemiddeld € 59,- aan uitgegeven.

**Daten is duur**

Op een eerste date wordt hoofdzakelijk geld uitgegeven aan een bezoek aan een restaurant, bioscoop of het theater (63%). Gemiddeld gaat het om € 57,- per date. Maar ook in de voorbereiding tellen singles rustig tientallen euro's neer. Zo besteden vrouwen hun geld vooral aan kleding en uiterlijke verzorging en reserveren hiervoor € 90,-. Mannen betalen meer: zij trekken € 120,- uit. De kapper profiteert hier overigens zelden van, evenals de bloemist: een knipbeurt en een bloemetje voor de date behoren niet tot de prioriteiten van de datende man. Het klassieke beeld van een man die de vrouw staat op te wachten met een bos bloemen en chocolade lijkt tijdens de emancipatie verloren gegaan. Vrouwen verwachten dan ook geen kleinigheidje te krijgen op een eerste date. 31% van de mannen doet dit overigens nog wel. Bloemen worden daarbij het meest gegeven (65%), gevolgd door chocolade met 31%.

**Mannen de klos**

Op de eerste date betaalt de man meestal de rekening; 72% van de mannen zegt dat hij de rekening betaalt, tegenover slechts 3% van de vrouwen. Onder de jongere singles (18-24 jaar) wordt de rekening vaak gedeeld (40%). Met een gemiddelde van 3,4 dates per jaar zijn de Nederlandse mannen beduidend actiever dan de vrouwen (1,5 dates). Mannen geven daarbij bijna drie keer zoveel geld uit per date. Een gemiddelde date kost een man € 80,- en een vrouw slechts € 28,-.

klik [hier](#) voor de onderzoekstabellen en -grafieken

\* Onderzoek in opdracht van Parship.nl online uitgevoerd door Synovate/Interview NSS onder 897 Nederlandse mannen en vrouwen met en zonder relatie in de leeftijd van 18 tot 60 jaar oud.

**Over PARSHIP**

PARSHIP is een relatiebemiddelingssite met inmiddels meer dan 3 miljoen leden. PARSHIP richt zich op relatiebemiddeling via het internet en onderscheidt zich door haar integere, serieuze en betrouwbare werkwijze. De wetenschappelijke persoonlijkheidstest die uitsluitend door PARSHIP gehanteerd wordt, zorgt ervoor dat op zeer zorgvuldige wijze 'matches' tussen de juiste personen tot stand komen. Sinds de lancering in Duitsland in 2001 heeft PARSHIP haar online diensten in tien andere Europese landen geïntroduceerd, waaronder Nederland in december 2003. PARSHIP.nl werkt in Nederland samen met diverse partners, zoals RTL Nederland, de Volkskrant, Trouw, NRC Handelsblad, Psychologie Magazine en Elsevier. PARSHIP is een dochteronderneming van de Duitse uitgevergroep Holtzbrinck.

- EINDE BERICHT -

*Achtergrondinformatie (niet voor publicatie):*

*Winkelman en Van Hessen*

*Lot Bosch van Drakestein / Mascha van Sikkelerus*

[\*lboschvandrakestein@winkelmanenvanhessen.nl\*](mailto:lboschvandrakestein@winkelmanenvanhessen.nl) /

[\*mvansikkelerus@winkelmanenvanhessen.nl\*](mailto:mvansikkelerus@winkelmanenvanhessen.nl)

*T: 070 – 4 16 16 16*