

LAUNCH
Q4 2026

Redate You

Bringing dating back to real life.

Klassisches Online-Dating funktioniert nicht mehr



Der psychologische Dating-Teufelskreislauf



Tom, 27

1

Einstieg & Hoffnung

Wunsch, jemanden kennenzulernen
→ App-Download & hohe Erwartungen

2

Erste Ernüchterung

Oberflächliche Interaktionen, Fake-Profile,
Ghosting, Chat-Oasen, keine echten Dates

3

Frust & falsche Lösung

Enttäuschung → Premium-Käufe in der Hoffnung
auf bessere Chancen



4

Keine Verbesserung

Keine Ergebnisse → App-Hopping oder
kompletter Rückzug (Apps löschen)

5

Reset & Wiederholung

Nach Pause kommt der Wunsch zurück
→ Kreislauf beginnt von vorn

Die Lösung: Redate You®



Tiefgehendes Profil
erstellen



Zeit und Ort für erstes
Date festlegen



Treffen innerhalb von
5 Tagen vereinbaren &
Profil-Verifikation

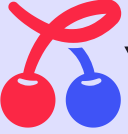


RealDate in
Partner-Location



USP & Wettbewerb



Redate  **You**

Verifizierte Profile als Plattformstandard

Geführter Prozess vom Match zum echten Treffen

Integriertes Partner-Location-Netzwerk

Care Room für Dating-, Kommunikations- & Beziehungskompetenz

VS.

 **tinder**

 **Bumble**

BADOO

Hinge

 **LOVOO**

Keine Verifizierungspflicht → Fake Accounts

Offene Chatphasen ohne klare Date-Conversion

Dating-Erlebnis endet überwiegend in der App

Fokus primär auf Matching & Chat

Monetarisierung



Redate You

Features

Premium Features

Eigene Swipes zurückholen, Endlos swipen,
Erhaltene Likes ansehen, Match verlängern

Zugriff auf exklusive Care Room Inhalte

Location-Rabatte

1 Woche



9,99 €

1 Monat



29,99 €

3 Monate



59,99 €

KPI

Wert

Conversion Rate

User, die ein Abo abschließen

7 %

Customer Acquisition Cost

Frauen je 10€ & Männer je 5€

10 €

Monthly Subscription

Abonnement „Pro“

30 €

Subscriber Retention Rate

Bindungsrate monatlich zahlender User

75 %

Customer Lifetime Value

Ø 30 € für 4 Monate

120 €

Marktpotenzial



Der richtige Zeitpunkt ist jetzt

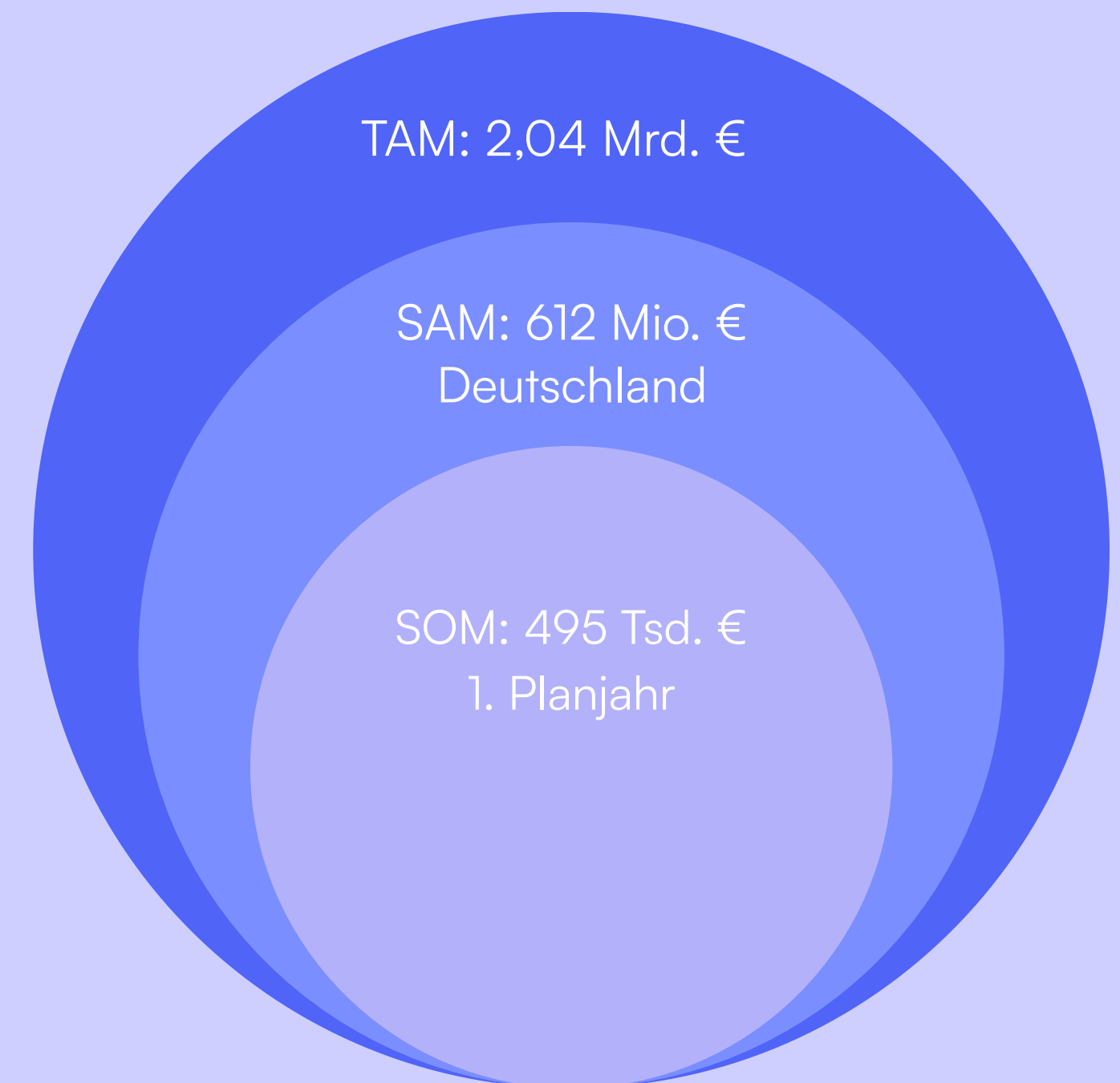
- 50+ % bevorzugen, Menschen persönlich kennenzulernen
- 70 % sind offen für neue Dating- und Kennenlernangebote
- Dating verschiebt sich wieder stärker Richtung echte Begegnungen

Eigene Studie mit 2.300 Teilnehmern aus unserer Zielgruppe

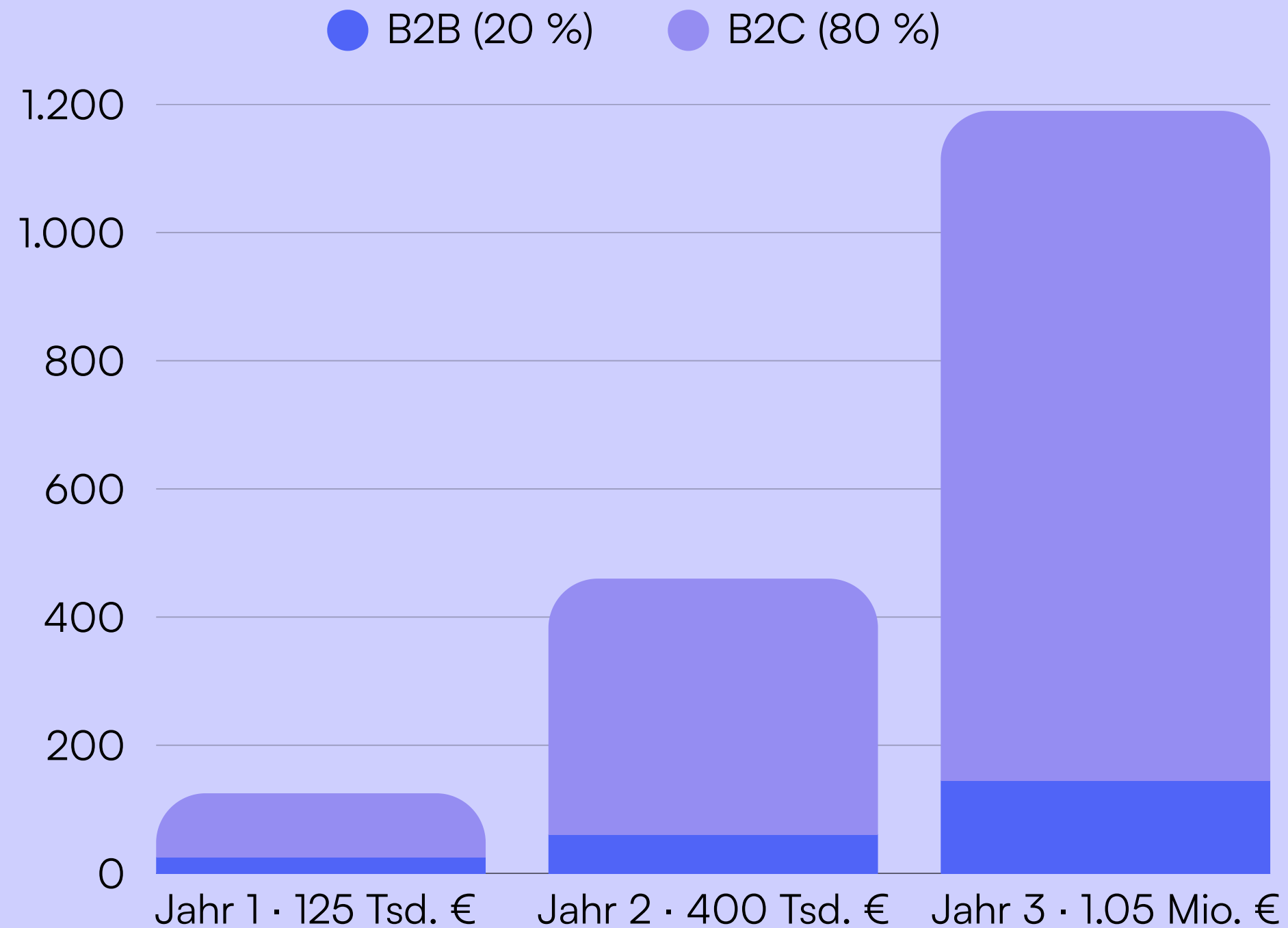
- 70 % weibliche Teilnehmerinnen
- 75 % zeigen Nutzungsinteresse

Vertriebserfolg

- 70 % B2C Closing Rate
- 60 % Closing Rate bei Partner-Locations



Umsatzmodell & Wachstum



Traction

- 4-stelliger B2C-Umsatz vor Launch
- 5 Coaching-Partner
- 20 Partner-Locations mit exklusiven Deals in Leipzig

B2C-Monetarisierung

Abos → Pro-Mitgliedschaften
OTP → Einzelkäufe & Zusatzfeatures
Zugang Community-Events

B2B-Monetarisierung

Locations → Premium-Platzierungen
Coaches → Revenue Shares

Skalierung & Roadmap



01

Regional

Fokusmarkt Leipzig / Halle

ca. 275 Tsd. Singles

Ziel: 25 Tsd. Nutzer gesamt
BEP: 1.2 Tsd. Nutzer zahlend



02

Mitteldeutschland

City-by-City-Rollout
Erfurt, Magdeburg, Dresden

- Lokale Community
- Ausbau Partnernetzwerk
- Datenbasierte Optimierung



03

National

Fokus auf Top-Metropolregionen

- Überregionale Partnerschaften
 - Zentrale Partnerakquise
- Automatisierter City-Rollout

Zielgruppen



Buyer Persona

- 20-39 Jahre
- berufstätig, urban
- seit Jahren Single
- fühlt sich privat oft einsam & unsichtbar
- frustriert von Dating-Apps - nichts führt zu echter Verbindung

Was die Buyer Persona sucht:

- echte Treffen statt Swipen
- Nähe, Verlässlichkeit, jemanden „für den Alltag“

Primäre Zielgruppe

Menschen, die echte Begegnungen in Real Life suchen — sowohl erfahrene App-User, die frustriert sind oder sich nach Alternativen umschauen, als auch Neulinge.

B2B-seitig richten wir uns an Gastronomie-, Kultur- und Freizeitbetriebe, die über unsere Plattform neue Gäste gewinnen und zusätzliche Umsätze generieren.


THE CLEAN BURGER


CAFE Fenchel


Indian House


Cafe Lene

STERN &
WEINMANN


Huong Que


BABA
HANDMADE CAFE


DONNA



Team & Accelerator Partner



Mike Spirin

Co-Founder
Growth · Partnerships
Wirtschaftspsychologe



Jonas Rau

Co-Founder
Product · Execution
Wirtschaftsfachwirt



über 200+ Apps
erfolgreich begleitet



Sophia Rau
Management



Ria Gidda
Marketing



Hemang Kumar
Entwickler



Angel Vidal
Grafikdesigner



Alex Lindner
Advisor · Finance



Stephan Tilsner
Advisor · B2B

Kontakt & Invest



Mike Spirin

0176 834 814 86
m.spirin@redateyou.com

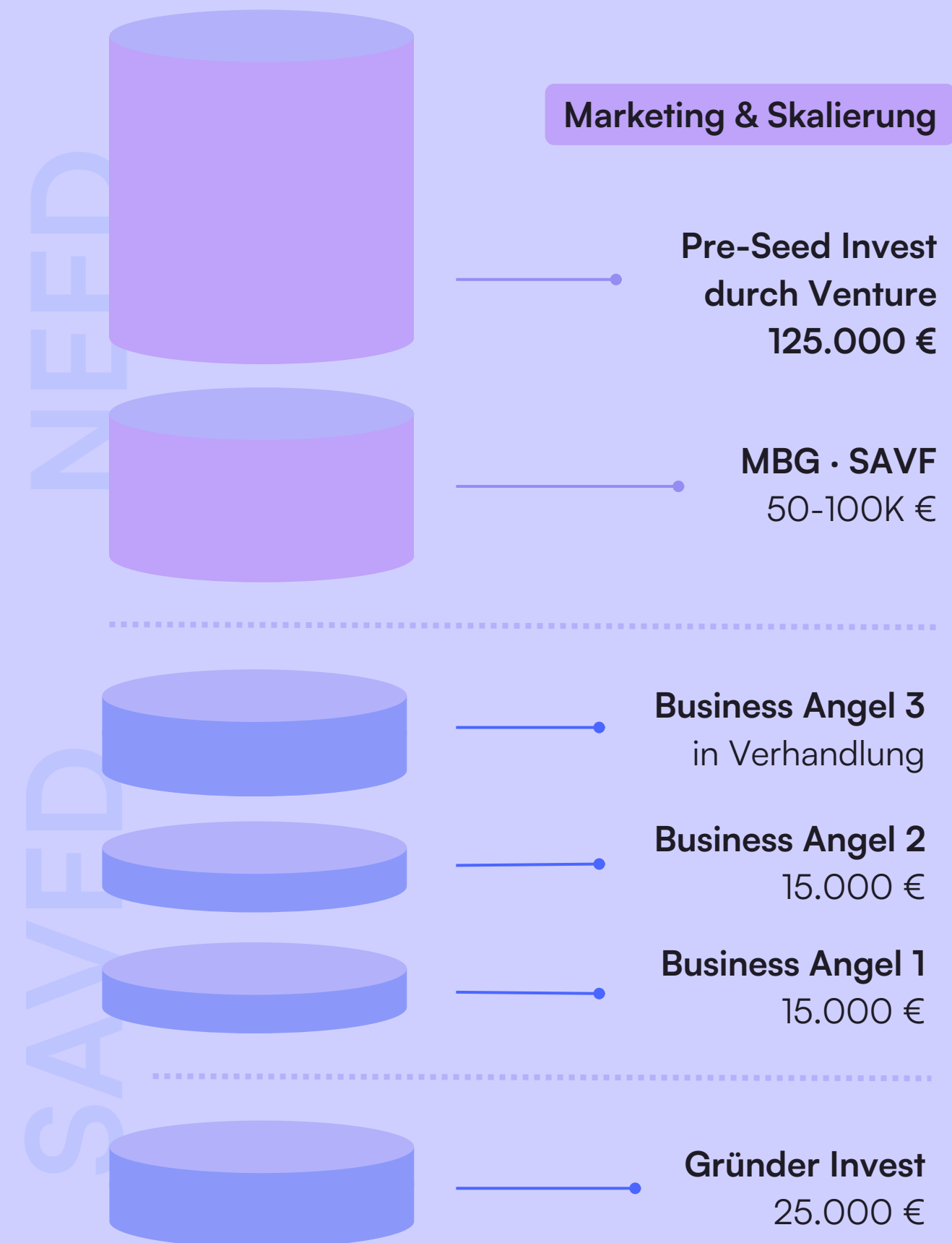


Jonas Rau

0176 444 187 64
j.rau@redateyou.com



Werde Teil von Redate You!
Jetzt kontaktieren



Quellenverzeichnis



User sind frustriert

<https://www.deutschlands-marktforscher.de/studie-zur-nutzung-und-wahrnehmung-von-online-dating-plattformen/> (78%)

<https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Online-Dating-6-von-10-suchen-nach-weiteren-Infos> (54 %)

<https://www.kkh.de/presse/pressemeldungen/frust-statt-freude> (59 %)

<https://ap-verlag.de/risiken-beim-online-dating-die-echte-liebe-inmitten-von-scams-finden/93738/> (62 %)

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1495499/umfrage/emotionale-und-soziale-einsamkeit-in-deutschland-nach-geschlecht/> (40 %)

Nutzerstudie

<https://www.stern.de/digital/tinder-in-der-krise--kurs-stuerzt-ab--nutzerzahlen-sinken-33112594.html>
(15% zahlende User bei Tinder)

Marktpotenzial

<https://weareher.com/the-next-chapter-in-hers-story/> (HER Verkauf an Match Group)

<https://arxiv.org/pdf/1709.10478> (Grafik Dating-Trends)

<https://nectarbits.com/blog/dating-app-market-trends-in-2025/> (Markttrends)

<https://www.lesechos.fr/tech-medias/hightech/rachetee-par-ses-fondateurs-lapplication-de-dating-fruitz-repasse-sous-pavillon-francais-2184204> (Fruitz Verkauf an Bumble)

<https://www.handelsblatt.com/unternehmen/it-medien/lovoo-dating-app-fuer-70-millionen-dollar-verkauft/20354812.html> (Lovoo Verkauf an Match Group)

Roadmap

Berechnung nach Aussage Herr Andre Kempe sowie CPI-Berechnung nach

<https://www.businessofapps.com/ads/cpi/research/cost-per-install> (CPI-Berechnung)

https://content.liftoff.io/hubfs/aaa_Reports/2022/2022%20Dating%20Apps%20Report%20-%20EN.pdf?

Entwicklungspartner

<https://founderblocks.io/>

TAM, SAM, SOM

TAM: <https://herzblatt-journal.com/blog/dating-statistiken-deutschland-2026>

(17 Mio. Online-Dating-Nutzer in Deutschland)

→ 17 Mio. User x 120€ CLV = 2.04 Mrd

SAM: <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Online-Dating-Mehr-drei-Viertel-lieber-offline-kennenlernen?>

((30 %) 5,1 Mio. Nutzer im Segment "Intentional & Healthy Dating")

→ 5,1 Mio. Zielkunden x 120€ CLV = 612 Mio. €

SOM: Potenziell rund 250.000-300.000 Singles im Raum Leipzig/Halle (auf Basis regionaler Bevölkerungs- und Haushaltsdaten)

→ 275.000 Singles x 30 % (SAM-Quote) = 82.500 potenzielle Zielkunden

→ 82.500 x 5 % (Abo Conversion) = 4.125 zahlende Kunden

→ 4.125 x 120 € CLV = 495.000 € (1. Planjahr)