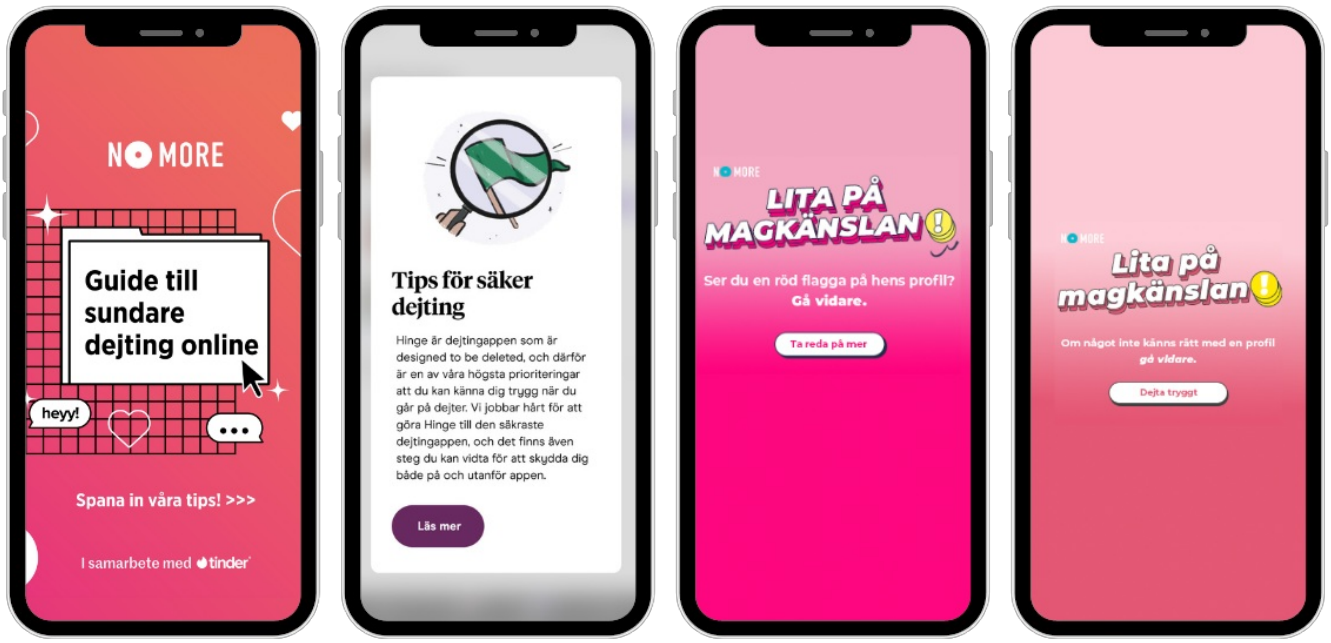
Tinder Newsroom

Tinder och Match Groups övriga varumärken lanserar “En guide till sundare dejting” i samarbete med den ideella organisationen NO MORE



Tillsammans med moderbolaget Match Group lanserar Tinder”En guide till sundare dejting”. Det görs i samarbete med NO MORE, en global ideell organisation som arbetar mot våld i hemmet och sexuella övergrepp. Guiden bjuder på tips för ett säkert, hälsosamt och roligt dejtande och kommer att spridas och uppmärksammas av Match Groups varumärken Tinder, Hinge, Ourtime och Match.

Hälften av alla svenskar födda på 90-talet dejtar online, enligtSvenskarna och internet 2022. Samma rapport visar också att nästan hälften (47 %) av alla svenskar som är födda på 90-talet och som träffade sin nuvarande partner under de senaste fem åren, träffade partnern online.

Enligt en ny Sifo-undersökning* på uppdrag av Tinder uttrycker 22 procent av svenskarna en oro för diskriminering, trakasserier och verbala påhopp i samband med nätdejting. I samband med att träffas IRL, svarade 39 procent av svenskarna att de informerar någon om vart de ska gå på dejt. Samtidigt säger 9 procent av unga svenska singlar att de inte reflekterar kring några säkerhetsåtgärder inför sina dejter*.

Från och med idag kommer alla som har en Tinder-profil att se tips från guiden i appen medan de letar potentiella matchningar. Användarna kommer också få push-notiser och meddelanden som uppmuntrar dem att läsa guiden på NO MORE:s hemsida. Andra varumärken i Match Groups portfölj kommer att ha liknande kommunikation i sina appar.

Guiden kommer även att tryckas och inkluderas som en annonsbilaga i nästa utgåva av RFSU:s sexualpolitiska tidskrift Ottar, som ges ut den 28 september. Tidskriften når ungefär 7000 svenskar som besöker mottagningar, bibliotek och liknande för att få information och stöd.

Guiden erbjuder praktiska tips och råd som täcker alla delar av dejtingresan (online och IRL). Allt från hur man på bästa sätt visar upp sitt sanna jag, till att uppmuntra användarna att utnyttja säkerhetsfunktioner i apparna och lära sig identifiera ”varningsflaggor” och respektera gränser.

– När det kommer till smart dejtande tänker vi ofta på fysisk säkerhet. Men vi upptäckte att 1 av 3 svenskar mellan åldrarna 18 och 29 oroar sig lika mycket för risken att bli diskriminerade, trakasserade eller verbalt påhoppade när de dejtar (27 %) som de oroar sig för sin fysiska säkerhet (31 %). Syftet med “En guide till sundare dejting” är att informera och sprida kunskap om säkert och hälsosamt dejtande på ett sätt som alla kan dra nytta av, säger Pamela Zaballa, VD för NO MORE.

– Guiden togs fram för att hjälpa dejtare både online och när de möts i person – från att det där första meddelandet skickas, till vad man ska tänka på när det är dags att träffas i verkligheten – eftersom det är viktigt att ha säkerheten i åtanke när man tar steget från appen till den fysiska världen. Det handlar också om att sätta och respektera gränser. Vi vill påminna alla som dejtar om att de aldrig ska känna sig pressade att agera på sätt som de är obekväma med, säger Rory Kozoll, Senior VP of Product Integrity på Tinder och Match Group.

Vare sig det är digitalt eller IRL så är kommunikation en central del av dejtingupplevelsen. I den nya Sifo-undersökningen svarade en av fyra (26 %) svenskar mellan åldrarna 18 och 29 år att de någon gång har ångrat något som de skrivit på dejtingappar eller på sociala medier*.

Tidigare i år stärkte Tinder sina säkerhetsfunktioner genom uppdateringar av”Besvärar detta dig?” och ”Är du säker?”. ”Besvärar detta dig?” uppmuntrar användare att rapportera olämpliga konversationer medan ”Är du säker?” i realtid uppmanar användare att tänka efter kring vad de skriver till andra användare. Tekniken upptäcker potentiellt olämpligt språk och ingriper proaktivt genom att varna användaren om att ett meddelande kan vara kränkande. Användaren uppmanas samtidigt att tänka till innan hen trycker på ”skicka-knappen”. Den här funktionen har redan bidragit till att minska antalet olämpliga meddelanden i appen med 10 procent**.

Nätdejtarnas säkerhet har alltid varit en huvudprioritering för alla varumärken inom Match Groups portfölj. Match Group fokuserar genom ett centralt säkerhetsteam, samt dedikerade team inom varje varumärke, på att utnyttja teknik och skapa rutiner för att förhindra och avvärja potentiella risker. Match Group samarbetar också med icke-statliga organisationer, säkerhetsexperter och rättsväsenden världen över för att förstå de senaste trenderna och fortsätta att investera i teknik samt förbättrade policyer.

Match Groups Guide till sundare dejting finns nu tillgänglig på NO MORE:s hemsida på svenska, norska, danska, engelska, tyska och spanska med fler språk på väg under de kommande veckorna. Dejtare kan få ytterligare stöd och viktig information genom Tinders säkerhetscenter samt NO MOREs globala katalog med stödlinjer som täcker över 200 länder i hela världen, inklusive Sverige.

* Undersökningen genomfördes i augusti 2023 av Kantar Sifo genom en nätpanel.

** Tinders interna test 2021.

Om undersökningen

Undersökningen genomfördes av Kantar Sifo genom en nätpanel under augusti 2023. Totalt tillfrågades 1179 svenskar mellan åldrarna 18 och 79 år. Nätpanelen rekryterades genom ett slumpmässigt urval med en nationell representation. Ingen självrekrytering användes för Kantar Sifos nätpanel.

Om Match Group

Match Group (NASDAQ: MTCH) är genom sin företagsportfölj en ledande leverantör av digitala teknologier, designade för att hjälpa människor knyta betydelsefulla kontakter. Vår globala varumärkesportfölj inkluderar Tinder®, Hinge®, Match®, Meetic®, OkCupid®, Pairs™, PlentyOfFish®, Azar®, Hakuna™, och mer, där varje varumärke är byggt för att förbättra våra användares möjligheter att knyta an till andra. Genom våra betrodda varumärken erbjuder vi skräddarsydda tjänster för att bemöta våra användares varierande preferenser. Våra tjänster finns tillgängliga på över 40 språk till våra användare över hela världen.

Om NO MORE

NO MORE Foundation arbetar dedikerat mot våld i hemmet och sexuella övergrepp genom att öka medvetenheten, inspirera till åtgärder och kulturell förändring. Med mer än 1400 samarbetsorganisationer, statliga-, lokala- och internationella avdelningar, initierar NO MORE gräsrotsaktivism och uppmuntrar alla - kvinnor och män, ungdomar och vuxna från alla samhällsskikt - att vara en del av lösningen. NO MORE Foundation skapar och tillhandahåller informationskampanjer för allmänheten, utbildningsresurser och verktyg för samhällsorganisering utan kostnad, för alla som vill stoppa och förebygga våld. NO MORE lanserades 2013 och har samlat en omfattande koalition av opinionsbildare, tjänsteleverantörer, statliga myndigheter, företag, universitet, samhällen och individer, allt under ett gemensamt varumärke och en symbol till stöd för en värld fri från våld. För mer information, besök https://nomore.org/

---

https://se.tinderpressroom.com/news?item=122543