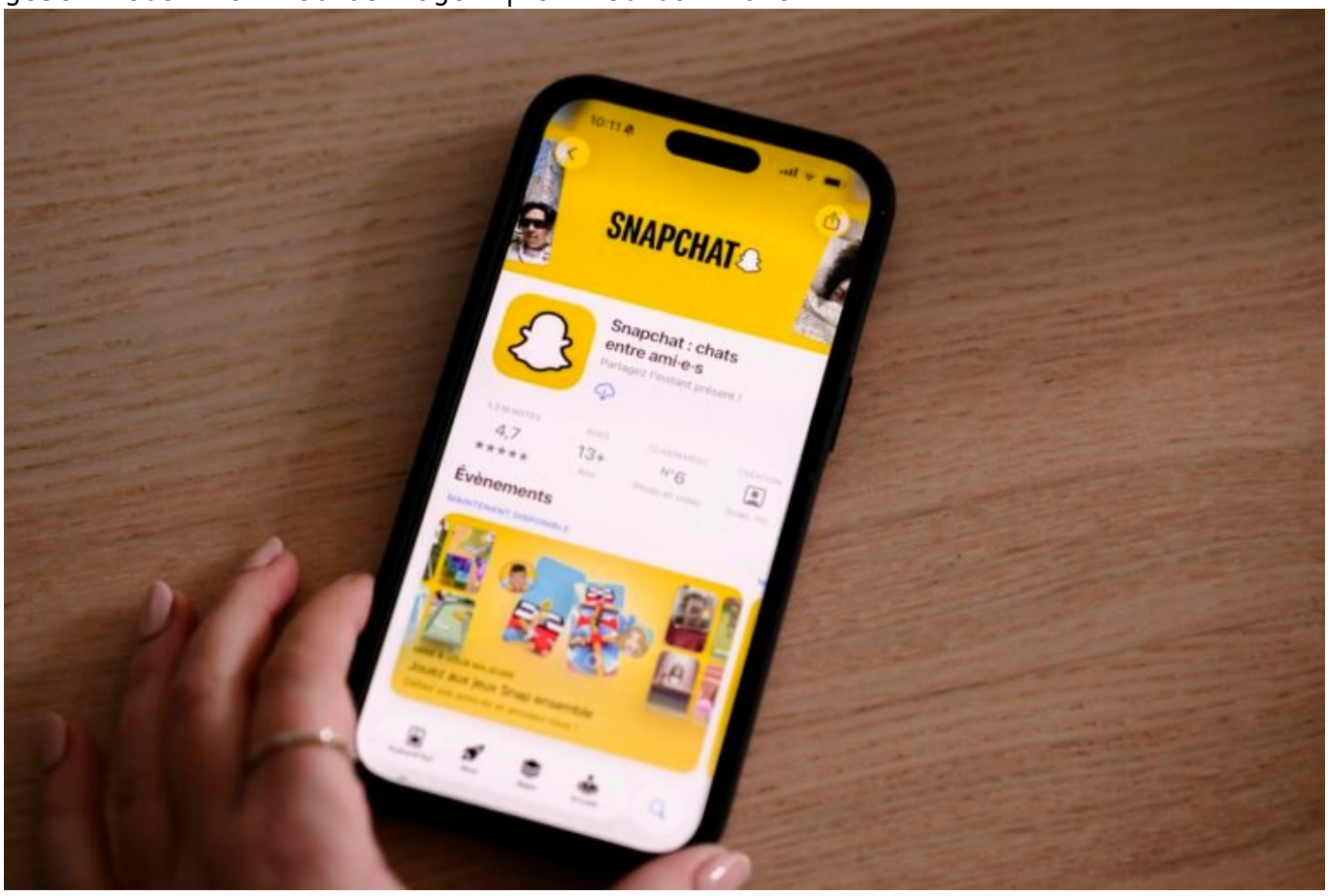
# once the dating app: Erfolgsfaktor für digitales Marketing 2025

Category: Online-Marketing
geschrieben von Tobias Hager | 9. Februar 2026




# once – Die Dating-App als Erfolgsfaktor im digitalen Marketing 2025

Sie dachten, Dating-Apps seien nur für einsame Herzen da? Falsch gedacht. 2025 ist once nicht nur eine Plattform für romantische Matches, sondern ein strategischer Hebel für digitales Marketing mit messbarem Impact. Die App hat sich heimlich, still und leise zum Performance-Kanal gemausert – und wer das nicht auf dem Schirm hat, verpasst einen der spannendsten Growth-Hacks des

kommenden Jahres. Hier kommt der Deep Dive in ein Marketing-Ökosystem, das Sie garantiert nicht auf dem Zettel hatten.

- Warum once mehr ist als nur eine Dating-App – und was das mit Marketing zu tun hat
- Wie sich das Nutzerverhalten ändert und warum das für Marken Gold wert ist
- Welche Werbeformate once 2025 bietet – und wie gut sie wirklich funktionieren
- Wie Targeting, Conversion und Engagement auf once messbar besser performen
- Warum once ein unterschätzter Performance-Kanal für D2C- und Lifestyle-Marken ist
- Wie Sie in fünf Schritten eine effektive Kampagne auf once starten
- Welche KPIs wirklich zählen – und wie Sie sie sauber tracken
- Was andere Plattformen von once lernen können – und warum die Konkurrenz nervös wird

# once 2025: Von der Dating-App zur Marketingplattform mit Performance-Charakter

Vergessen Sie Tinder-Swipe-Wars oder Bumble-Bio-Schlachten. once war schon immer der Underdog unter den Dating-Apps – mit Fokus auf Qualität statt Quantität. Ein Match pro Tag, kuratiert durch Algorithmen und menschliche Moderation. Klingt oldschool? Vielleicht. Aber genau diese Mechanik sorgt für ein hyperaufmerksames Nutzerverhalten, das 2025 im digitalen Marketing neue Maßstäbe setzt.

Der Clou: Die Nutzer auf once sind nicht gelangweilt, sondern hochfokussiert. Wer nur ein Match pro Tag bekommt, interagiert anders. Intensiver. Selektiver. Und damit wesentlich empfänglicher für gezielte, relevante Werbung. Genau hier setzt once als Marketingplattform an. Denn 2025 geht es im digitalen Marketing nicht mehr nur um Reichweite, sondern um Aufmerksamkeit. Und die ist auf once nicht nur vorhanden – sie ist strukturell eingebaut.

once hat das begriffen und liefert 2025 ein Advertising-Ökosystem, das sich gewaschen hat: Native Ads, Dynamic Creatives, Location-Based Targeting, Behavioral Insights und ein datengetriebenes Matching-System, das auch für Brands funktioniert. Wer die App nur als Beziehungsbörse sieht, denkt zu kurz. Sie ist längst ein datengetriebener Performance-Kanal – mit exzellenten KPIs.

Und das Beste: Die Konkurrenz schläft. Während sich alle auf Meta, TikTok und Google Ads stürzen, bleibt once der Hidden Champion – mit deutlich niedrigeren CPMs, besseren Engagement-Rates und einer Zielgruppe, die bereit ist zu interagieren. Wer 2025 nicht auf once testet, hat Growth-Marketing

nicht verstanden.

# Targeting, Engagement und Conversion – Warum once-Werbung so gut funktioniert

Das Erfolgsgeheimnis von once als Marketingplattform liegt in der psychologischen Architektur der App. Die Nutzer sind bereit, sich auf Inhalte einzulassen. Warum? Weil sie sich nicht durch endlose Profile wischen, sondern aktiv auf ein einziges Match pro Tag warten. Diese Wartezeit macht empfänglich. Aufmerksamkeitsspannen steigen. Und genau dort platzieren Sie Ihre Ads.

Die Targeting-Optionen auf once gehen 2025 tief. Neben klassischen demografischen Filtern (Alter, Geschlecht, Region) nutzt die App behavioral data, also Verhaltensmuster innerhalb der App: Swipes, Chat-Aktivitäten, Zeitpunkte der Nutzung, Interaktionsdauer. Daraus entstehen Zielgruppen-Segmente, die nicht nur “interessiert” sind, sondern “bereit”. Und das ist für Conversion-Raten ein Gamechanger.

Engagement-Werte liegen laut interner Daten im Schnitt 30–50 % höher als bei vergleichbaren Formaten auf Meta oder TikTok. Warum? Weil die User-Experience auf once nicht durch ständige Ablenkung fragmentiert ist. Es gibt nur wenige Inhalte – und die dafür mit Fokus. Ihre Werbebotschaft geht nicht unter, sie ist Teil des Erlebnisses.

Conversion? Auch da glänzt once. Besonders D2C-Marken im Lifestyle-, Beauty- und Subscription-Bereich berichten von überdurchschnittlichen ROAS-Werten. Der Grund: Die Nutzer sind offen, explorativ und kontextaffin. Content-first-Strategien sowie Storytelling-Kampagnen performen deutlich besser als plumpe Produktplatzierungen.

# Werbeformate auf once: Native Ads, Dynamic Creatives & Matching-Based Placement

once setzt voll auf native Integration. Das bedeutet: Ihre Werbung sieht nicht aus wie Werbung. Sie ist Teil des App-Flows und wird algorithmisch an die Interessen und das Verhalten der Nutzer angepasst. 2025 stehen drei Hauptformate zur Verfügung:

- Native Interstitials: Zwischen zwei App-Aktionen (z. B. beim Öffnen eines Matches) wird ein Fullscreen-Ad eingeblendet – mit Fokus auf Storytelling, nicht auf Pushiness.

- Dynamic Creatives: Ihre Anzeigen werden automatisch auf Basis von Nutzerprofilen, Interessen und Tageszeit angepasst. Sie liefern ein Grund-Asset – once passt es für jeden User individuell an.
- Sponsored Matches: Ihr Produkt oder Ihre Marke wird als "Match" präsentiert. Klingt cheesy? Funktioniert. Besonders bei Marken mit Personality-Faktor (Mode, Drinks, Events).

Der große Vorteil: Diese Formate sind nicht interruptiv. Sie zerstören nicht die UX, sondern erweitern sie. Und genau deshalb performen sie. Der User fühlt sich nicht beworben, sondern angesprochen. Das führt zu mehr Klicks, mehr Zeit auf der Landingpage und letztlich: mehr Umsatz.

2025 wird auch ein neues Format getestet: "Conversational Ads". Dabei interagieren Nutzer direkt im Chat mit einem bot-gesteuerten Markenprofil. Erste Tests zeigen CTRs von über 12 % – ein Wert, von dem andere Plattformen nur träumen.

# Performance-Marketing auf once: Vom Setup bis zur Skalierung

Die technische Integration ist überraschend simpel. once bietet 2025 eine vollständige API für Ad-Management, Targeting und Tracking. Alternativ nutzen Sie den Self-Service-Ad-Manager – eine intuitive Plattform, die an Meta-Business-Manager erinnert, nur ohne das UI-Chaos. So starten Sie in fünf Schritten:

1. Account erstellen: Registrierung als Advertiser auf ads.once.app, Verifizierung der Marke, Setting der Zahlungsmittel.
2. Zielgruppe definieren: Auswahl aus über 80 Targeting-Kriterien, inklusive psychografischer Parameter (z. B. "introvertiert", "spontan", "karriereorientiert").
3. Ads entwickeln: Upload von Assets (Video, Image, Text), Auswahl des Formats, optional: Integration von Dynamic Creative Templates.
4. Tracking einrichten: Pixel-Integration oder Server-Side-Tracking via API. Unterstützt werden Google Tag Manager, Segment.io, Tealium und Custom Solutions.
5. Launch & Optimierung: Kampagne starten, A/B-Tests einrichten, Conversion-Ziele definieren, Budgetallokation nach Performance.

Skalierung erfolgt entweder durch Zielgruppen-Erweiterung oder durch Replikation performanter Creatives. Besonders spannend: der "Lookalike Match"-Algorithmus, der auf Basis konvertierender Nutzer automatisch neue Zielgruppen anlegt – inklusive Forecast-ROAS.

Und das Beste: Der Plattform-eigene Algorithmus lernt schnell. Bereits nach 72 Stunden zeigen viele Kampagnen signifikante Verbesserungen in den KPIs. Ein klarer Vorteil gegenüber Plattformen mit längeren Lernphasen.

# KPIs und Tracking: Was wirklich zählt – und was Ihnen nichts bringt

Forget Vanity Metrics. Auf once zählen echte Ergebnisse. Klicks, Interaktionen und Likes sind nett, aber 2025 irrelevant, wenn sie nicht zu Conversions führen. Die wichtigsten KPIs im Überblick:

- eCTR (expected Click-Through Rate): Prognosewert, basierend auf Nutzerverhalten – entscheidet über Ad-Ausspielung.
- vCTR (viewable CTR): Klickrate bezogen auf sichtbare Impressionen – realistischere Metrik als klassische CTR.
- Engagement Depth: Metrik für Verweildauer + Interaktionstiefe auf Landingpages.
- ROAS (Return on Ad Spend): Der ultimative Gradmesser. Wird direkt im Ad-Manager berechnet, inkl. Attribution Model.
- Retention Impact: Wie stark verbessert die Kampagne die Wiederkehrrate von Kunden?

Für Tracking-Freaks: once bietet vollständige Server-Side-Event-Tracking-Funktionalität via API. Damit umgehen Sie Browser-Limits, Ad-Blocker und iOS-Tracking-Restriktionen. Events wie “Add to Cart”, “Purchase” oder “Lead” lassen sich sauber erfassen – mit hoher Datenintegrität.

Die Plattform integriert nahtlos mit GA4, Mixpanel, Amplitude und anderen Analytics-Tools. Attribution erfolgt standardmäßig last-touch, kann aber auf data-driven umgestellt werden. Besonders spannend: die Integration von Predictive Analytics zur Forecast-Berechnung der Customer Lifetime Value pro Kampagne.

# Fazit: once als Performance-Kanal 2025 – eine unterschätzte Chance

Wer 2025 noch glaubt, dass Dating-Apps nur für Singles relevant sind, hat den Schuss nicht gehört. once ist längst eine datengetriebene Marketingplattform mit exzellenten Performance-Werten, starker Zielgruppensegmentierung und innovativen Werbeformaten. Die App versteht Aufmerksamkeit – und das macht sie so wertvoll für Marken, die mehr wollen als nur Reichweite.

Ob D2C-Startup, eCom-Brand oder Lifestyle-Marke – wer auf der Suche nach einem neuen Performance-Kanal ist, kommt an once nicht vorbei. Die niedrige Konkurrenz, die hohe Engagement-Rate und die technisch saubere Integration machen die App zu einem echten Growth-Motor. Sie wollen 2025 wachsen? Dann

matchen Sie mit once. Es könnte das beste Date Ihres Marketingjahres werden.