



Dít zijn de datingtrends voor 2026 (en dit was trending op Tinder in 2025)


Amsterdam, 3 december 2025 - Het jaar loopt ten einde, wat betekent dat we terug kunnen blikken op ons date-gedrag van 2025, en vooruit kunnen kijken naar intenties voor het nieuwe jaar. Tinders Year in Swipe™ 2025 onthult hoe jonge singles plezier in romantiek hebben herontdekt, en wat we in 2026 kunnen verwachten in de dating-scene.

2024 stond al in het teken van 'intentional dating', maar 2025 vormde pas echt de stilte na de storm. Singles vertraagden, stelden zich echt open en durfden eerlijk hun wensen en intenties te delen. Volgens Tinder zetten singles deze trend voort in 2026, en kunnen we het jaar zonder 'mixed signals' inluiden.¹

Trending op Tinder in 2025 🍷²

De 10 opvallendste trends in bio's

1 Hyrox Rotterdam	6 Gooische vrouwen
2 Lowlands	7 The Bear
3 B&B vol Liefde	8 S10
4 Nijmeegse Vierdaagse	9 Wicked
5 Sinterklaas	10 Koningsdag





³10 opvallendste bio trends in Nederland in 2025

Opkomende emoji's op Tinder

💋 **Het flirt-teken** | De 💋 emoji sloot dit jaar elk flirtig bericht af, en betekende 'je hebt mijn aandacht' - speels, zelfverzekerd en net een beetje plagerig.

🕯️ **Soft life, kaarslicht** | Jonge singles ruilen drama in voor rust, en de kaars-emoji wees de weg. Dit weerspiegelt de 50% die tijd en gemak voorop stelt bij het daten. 🕯️ symboliseerde 'slow burns', bewuste momenten en gezellige energie boven chaos. Het representeert de 'laten we rustig aan doen'-chemie, die ook in 2026 weer populair wordt.

🪶 **Lichte aanraking, zware betekenis** | De veer-emoji kwam in bio's als de zachtste 'flex'. Dit is het teken van mensen die niet te veel nadenken. Met 56% van de jonge singles die meer eerlijke gesprekken wil en 64% die emotionele eerlijkheid de grootste verbetering voor daten noemt, werd 🪶 het stille symbool van emotionele openheid.

🦋 **Only Angel-energie** | Vleugels werden het symbool van kalm zelfvertrouwen dit jaar. Jonge singles benaderen daten met optimisme en zelfbewustzijn. "Hoopvol" was het meestgebruikte woord om hun datingleven in 2025 te beschrijven, terwijl 52% zei dat persoonlijke groei hun manier van daten beïnvloedt. 🦋 vertegenwoordigt de gehele, gebalanceerde, emotioneel volwassen energie die mensen meebrengen naar 2026.

🏳️ **Love, no labels** | De inclusiviteits-emoji nam toe naarmate meer singles een fluïde en/of open relatie omarmden. Met 32% die zei dat LGBTQ+-rechten en gelijkheid een must-have zijn in de

waarden van een partner, stond de inclusiviteits-emoji voor verbinding zonder grenzen.

Tinder Toplijsten in Nederland



[Download alle Nederlandse Year in Swipe Toplijsten](#)

Dit zijn de datingtrends voor 2026 🧐

Viral trends van 2025, zoals 'boyfriends are embarrassing'-memes en 'solo soft launches' lieten zien dat singles niet per se bang zijn voor liefde, maar dit aangaan op hun eigen voorwaarden. Waar relaties ooit een statussymbool waren, worden zelfexpressie en autonomie nu juist als ultieme 'flex' gezien. Dit zien we ook terug op Tinder, waar nieuwe datingtrends geleid worden door zelfvertrouwen, authenticiteit, emotionele beschikbaarheid en eerlijkheid.

"We hebben allemaal al genoeg te doen, en daten zou niet moeten aanvoelen als nog een deadline," zegt Melissa Hobley, Chief Marketing Officer bij Tinder. "Singles zoeken een connectie die gemakkelijk, eerlijk en leuk is. Ze zijn klaar met het overdenken van elk bericht en het over-analyseren van elke match. Daten moet een spark toevoegen, geen extra stress. Je ziet die energie terug in de trends voor 2026: singles zeggen precies wat ze willen, staan voor waar ze in geloven, en communiceren open en eerlijk. Emotioneel beschikbaar zijn maakt je niet 'cringe', het maakt je interessant."

💬 **Clear-Coding** | Wanneer intenties eindelijk duidelijk worden: Jonge singles zijn klaar met elkaar ontcijferen. Ze 'Clear-Coden' hun intenties, door precies te zeggen wat ze zoeken, of dat nu een echte date, een 'situationship'-vrije flirt of een serieuze relatie is. Singles zijn direct en willen dit ook van hun matches:

- 64% zegt dat emotionele eerlijkheid is wat daten het meest nodig heeft, en 60% roept op tot duidelijkere communicatie over intenties.⁴
- Sterker nog, 73% geeft toe dat ze weten dat ze iemand leuk vinden wanneer ze zichzelf bij die persoon kunnen zijn.
- 76% dat ze AI zouden gebruiken om de beste versie van zichzelf te laten zien tijdens het daten. De populairste manieren? Het voorstellen van date-ideeën (39%), het selecteren van hun beste foto's (28%) en het geven van bio-suggesties (28%).⁵

🔥 **Hot-Take Dating** | Ergens voor staan is absoluut belangrijk voor jonge singles, waarbij 37% van de singles aangeeft dat gedeelde waarden essentieel zijn bij het daten.

- Hoewel 41% niet zou daten met iemand met tegenovergestelde politieke opvattingen, zegt bijna de helft (46% van het totaal) dat ze het nog steeds zouden overwegen, hoewel vrouwen (35%) hier veel minder voor openstaan dan mannen (60%).⁶

- Dit gaat niet om verdeeldheid zaaien, het gaat om authentiek zijn. Daters matchen trots op basis van principes.
- De belangrijkste 'dealbreakers'? Verschillende meningen over raciale gelijkheid (37%), familieplannen (36%) en LGBTQ+-rechten (32%).
- Wat waarden betreft, staat vriendelijkheid nog steeds bovenaan de lijst, waarbij 54% aangeeft dat onbeleefd zijn tegen personeel hun grootste 'ick' is.⁷

💖 **Friendfluence** | De echte matchmakers van 2026? De groepschat.

- 42% van de jonge singles zegt dat vrienden hun dateleven beïnvloeden, en 37% is van plan volgend jaar op groeps- of dubbeldates te gaan.⁸
- Vrienden zijn officieel de emotionele co-piloten van modern daten geworden. Het gaat zelfs nog dieper: 34% van de singles zegt dat de relaties van hun vrienden hoop geven voor de toekomst van daten.⁹
- Als je match in 2026 de groepschat-test niet overleeft, is diegene af.¹⁰ De populariteit van Tinder's Double Date-functie bewijst dit. Met name onder jonge vrouwen is deze functie populair: bijna 85% van de Double Date-gebruikers is jonger dan 30, en vrouwen zijn bijna drie keer meer geneigd om een duo te liken en matchen.¹¹

💖 **Emotional Vibe Coding** | Emotionele beschikbaarheid is HOT en emotionele blokkades NOT:

- 56% zegt dat eerlijke gesprekken het belangrijkste zijn, 45% wil meer empathie na een afwijzing en "hoopvol" was het meestgebruikte woord om daten in 2026 te beschrijven.¹² Kortom, hoop is hot, en singles zijn niet bang om het te tonen!
- De #1 sfeer voor een eerste date? Iets speels en laagdrempeligs, zoals wandelen of koffie drinken, aangezien singles zoeken naar een connectie die bij hun tempo past.
- 35% zoekt ook naar een "Low-Key Lover" (33% van de vrouwen, 38% van de mannen) die chill blijft, drama vermijdt en goede vibes brengt.
- Omdat ze niet bang zijn om te voelen, zegt 28% dat ze het leuk vinden om een 'crush' te hebben, zelfs als dit nergens toe leidt.¹³ 'Dating for the plot' is dus helemaal nog niet verdwenen.

¹Enquête onder 4000 18- tot 25-jarigen die actief aan het daten waren in de VS, het VK, Canada en Australië tussen oktober 2025 en november 2025, uitgevoerd door Opinium in opdracht van Tinder ("2025 International Opinium Survey").

²Interne data van Tinder van september 2024 tot september 2025. Geciteerde statistieken zijn afkomstig uit de International Opinium Survey van 2025

³Nederlandse gegevens van Tinder-biografieën, beschrijvingen en interesses van 1 januari tot 1 oktober 2025.

⁴⁻¹³Enquête onder 4000 18- tot 25-jarigen die actief aan het daten waren in de VS, het VK, Canada en Australië tussen oktober 2025 en november 2025, uitgevoerd door Opinium in opdracht van Tinder ("2025 International Opinium Survey").

Noot voor de redactie (niet ter publicatie)

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met het Tinder-team bij ACE PR via: client.tinder@ace.nl

Over Tinder

Gelanceerd in 2012, heeft Tinder de manier waarop mensen elkaar ontmoeten gerevolutioneerd, met een groei van 1 match naar een miljard matches in slechts twee jaar. Deze snelle groei toont het vermogen om te voldoen aan een fundamentele menselijke behoefte: echte verbinding. Tegenwoordig heeft de app meer dan 630 miljoen downloads en meer dan 100 miljard matches. Tinder heeft ongeveer 50 miljoen gebruikers per maand in 190 landen en in meer dan 45 talen, een bereik dat geen enkele andere app in deze categorie evenaart. In 2024 won Tinder vier Effie Awards voor haar allereerste wereldwijde merkcampagne, "It Starts with a Swipe".

Tinder is een geregistreerd handelsmerk van Match Group, LLC.

Geen berichten meer ontvangen van ons? Klik [hier](#)