The background features a red-to-green gradient. The red upper half is filled with white line-art icons of social media and technology, including a laptop, smartphone, Wi-Fi symbol, and various social media logos like Facebook, Twitter, and Instagram. The green lower half contains similar icons in a lighter shade. The main title is written in a white, hand-drawn, distressed font.

# Toxische Influencer

vs

# fürsorgliche Demokratie

METHODENHANDBUCH

# Impressum

## HERAUSGEBER

Poika – Verein zur Förderung gendersensibler Bubenarbeit in Erziehung und Unterricht  
Untere Weißgerberstraße 41, 1030 Wien  
ZVR: 811762674  
[www.poika.at](http://www.poika.at)

## REDAKTION

Vicky Bloder  
Milano Leeb  
Tara Pire  
Wolfgang Spät  
Judith Zimmermann

## LEKTORAT UND GLOSSAR

Philipp Leeb

## ILLUSTRATIONEN

Wolfgang Spät

## LAYOUT

Wolfgang Spät

## DRUCK

Markus Putz  
Print Agentur

## TEXTE/METHODEN

Alle Rechte vorbehalten. Die Kopiervorlagen aus diesem Handbuch dürfen ausschließlich für eigene Zwecke in der Schule oder in anderen pädagogischen oder sozialen Einrichtungen verwendet werden. Die Reproduktion für nichtkommerzielle Zwecke im Bildungsbereich ist mit Quellenangabe ausdrücklich erwünscht.

## DOWNLOAD

Das Methodenbuch ist als Onlineversion auf der Homepage des Vereins poika [www.poika.at](http://www.poika.at) downloadbar.

# Inhalt

## 05 VORWORT

## 07 EINLEITUNG

## 09 METHODEN

- 10 Namensrunde mit Social-Media-Bezug
- 11 A day in the life ...
- 14 Social Media – Was für ein Theater!
- 16 Bingo Toxische Influencer
- 18 Social Media – Memory
- 26 Millionenshow: „Toxische Influencer“
- 31 Diskussionskarussell
- 36 Skalasätze: Ok, nicht okay, oder dazwischen?
- 40 Fishbowl-Diskussion

## 43 GLOSSAR





# Vorwort

Diese Broschüre ist aus der praktischen Arbeit des Vereins Poika entstanden. In den vergangenen Jahren wurde in zahlreichen Workshops deutlich, wie stark Influencer\*innen und Social-Media-Inhalte den Alltag von Jugendlichen prägen. Immer wieder berichteten sie von Inhalten, die sie beschäftigen, verunsichern oder zum Nachdenken anregen.

Ausgehend von diesen Beobachtungen wurden im Rahmen des Projekts von den Trainer\*innen des Vereins Poika pädagogische Methoden entwickelt, um solche Themen gezielt aufzugreifen. Herzstück waren Pilotworkshops mit Jugendlichen, in denen sich zeigte, wie groß das Bedürfnis nach Austausch, Einordnung und gemeinsamer Reflexion von Social-Media-Inhalten ist.

Die vorliegende Broschüre stellt praxisnahe und niedrigschwellige Methoden zur Verfügung, die pädagogische Fachkräfte und andere Interessierte dabei unterstützen sollen, mit Jugendlichen über das Gesehene ins Gespräch zu kommen und Räume für Reflexion zu eröffnen.

Ein besonderer Dank gilt den Trainer\*innen des Vereins Poika Vicky Bloder, Milano Leeb, Wolfgang Spät und Judith Zimmermann sowie der Praktikantin Emine Nurhan Baskoy. Sie brachten sich engagiert in den Arbeitskreis ein, tauschten Erfahrungen aus, entwickelten und diskutierten Methoden und erprobten diese in den Pilotworkshops. Besonderer Dank gilt Wolfgang Spät, der die Broschüre ehrenamtlich gelayoutet und gesetzt hat.

Ohne die Förderung der Stadt Wien (MA20) - Büro für Mitwirkung, der Förderung von Kleinvorhaben für Demokratie und Beteiligung im Rahmen Wiener Demokratiejahrs 2025 wäre dieses Projekt nicht zustande gekommen. Dafür bedanken wir uns herzlich.

Zudem danken wir den beteiligten Schulen und Ansprechpersonen, die sich auf das Projekt eingelassen haben und die Durchführung der Pilotworkshops an ihren Schulen und Einrichtungen ermöglichten: AHS Rahlgasse (Direktorin Mag.a Ilse Rollett, Patrick Osterkorn) dem Akademischen Gymnasium Wien (Direktor Mag. Schwimmer Roland, Florian Gatterbauer) sowie dem Jugendzentrum, Zentrum 9 (Aysun Celik).

[illegible]

Digitale Medien prägen die Lebenswelten von Jugendlichen in besonderem Maße. Social Media Apps wie Instagram und WhatsApp, Videoportale wie TikTok und YouTube sowie Online-Multiplayer-Spiele wie Fortnite, Roblox oder Minecraft sind längst mehr als reine Unterhaltungsangebote: Sie fungieren als zentrale Räume für Orientierung, Zugehörigkeit und Identitätsbildung. In diesen digitalen Umgebungen setzen sich Jugendliche mit Fragen zu Geschlecht, Körperbildern, Beziehungen, Erfolg und sozialer Anerkennung auseinander und greifen dabei auf Bilder, Erzählungen und Vorbilder zurück, die ihnen online begegnen.

Ein großer Teil dieser Inhalte reproduziert vereinfachte und stereotype Geschlechterbilder. Burschen\* sehen sich häufig mit Erwartungen an Stärke, Dominanz, Leistungsfähigkeit und emotionale Unabhängigkeit konfrontiert, während Mädchen\* vor allem über normative Schönheitsideale, Anpassung und Fürsorglichkeit angesprochen werden. Nicht-binäre, queere und vielfältige Geschlechtsidentitäten bleiben dabei oft unsichtbar oder werden abgewertet. Solche Darstellungen erzeugen sozialen Druck und können die freie Entfaltung und Identitätsentwicklung junger Menschen einschränken.

Besonders problematisch sind Inhalte sogenannter toxischer Influencer\*innen, die polarisierende, antifeministische, queerfeindliche oder demokratiefeindliche Botschaften verbreiten. Mit emotionalisierten Ansprachen und scheinbar einfachen Erklärungen bieten sie Orientierung, verstärken jedoch Ausgrenzung, Hierarchien und starre Rollenbilder. Pädagogische Fachkräfte stehen daher zunehmend vor der Herausforderung, Jugendliche dabei zu unterstützen, solche Inhalte kritisch einzuordnen, zu hinterfragen und alternative Perspektiven kennenzulernen.

Vor diesem Hintergrund braucht es pädagogische Angebote, die an den digitalen Lebensrealitäten von Jugendlichen anknüpfen und geschlechtersensibel sowie inklusiv gestaltet sind. Ziel ist es, Jugendliche zur kritischen Reflexion von Rollenbildern zu befähigen, vielfältige und positive Identitätswürfe sichtbar zu machen und Räume zu schaffen, in denen Gefühle, Unsicherheiten und Fragen offen thematisiert werden können. Gleichzeitig sollen soziale Verbundenheit, emotionale Ausdrucksfähigkeit und demokratische Werte gestärkt werden.



Die folgenden Methoden wurden im Rahmen des Projekts „Toxische Influencer vs. fürsorgliche Demokratie – Geschlechterrollen im digitalen Raum“ von den beteiligten Trainer\*innen eigenständig entwickelt. Methodisch knüpften die Workshops einerseits an bestehende Ansätze und Methoden der genderbewussten Kinder- und Jugendarbeit an. Ziel war es, im Rahmen der Workshops neue Methoden zu entwickeln sowie bereits bestehende zu adaptieren.

Allen Workshops ging eine einstündige Evaluation mit den Jugendlichen der jeweiligen Klasse bzw. Gruppe voraus. Die Ergebnisse dieser Erhebungen bildeten eine wesentliche Grundlage für die Konzeption und Weiterentwicklung der vorgestellten Methoden. Ziel der Evaluation war es, einen partizipativen Zugang sicherzustellen und gezielt an jene Social-Media-Inhalte anzuknüpfen, die Jugendliche tatsächlich konsumieren und beschäftigen.

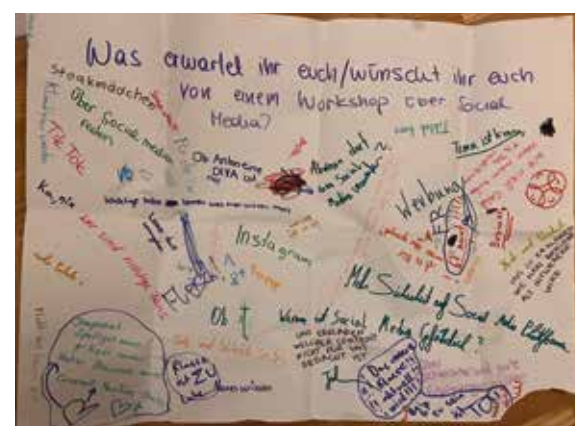
Mithilfe der Methode „World Café“ wurden den Jugendlichen unter anderem folgende Fragen gestellt:

- Was erwartet ihr euch bzw. was wünscht ihr euch von einem solchen Workshop?
- Welche Inhalte konsumiert ihr auf Social Media?

- Welche Influencer\*innen schaut ihr?
- Welche Hashtags begegnen euch häufig?
- Welche Gefühle lösen diese Inhalte in euch aus?
- Warum nutzt ihr Social Media?
- Was seht ihr über Männer\*/Burschen\* bzw. Frauen\*/Mädchen\* auf Social Media?
- Was wird euch über Männer\*/Burschen\* bzw. Frauen\*/Mädchen\* auf Social Media erzählt?

Im Anschluss wurden die Ergebnisse der Evaluation gemeinsam ausgewertet, reflektiert und innerhalb der Arbeitsgruppe geteilt. Diese Rückmeldungen flossen unmittelbar in die weitere Planung, Anpassung und Ausgestaltung der Methoden ein.

Die Treffen der Arbeitsgruppe verbanden fachliche Inputs mit der gemeinsamen Reflexion der durchgeführten Workshops. Die eingesetzten Methoden wurden hinsichtlich ihrer Wirkung, Verständlichkeit und Praxistauglichkeit diskutiert und auf Basis der gemachten Erfahrungen kontinuierlich weiterentwickelt. Ziel war es, Methoden zu erarbeiten, die im pädagogischen Alltag gut umsetzbar sind und konsequent an den Lebensrealitäten der Jugendlichen anknüpfen.



# Namensrunde mit Social-Media-Bezug

**Thema** Social Media, Kennenlernrunde

- Ziele**
- Niederschwelliger Einstieg ins Thema Social Media
  - Erhebung des Wissensstands und der Interessen der Jugendlichen
  - Kennenlernen der Gruppe und Aufwärmen

**Dauer** 10 bis 15 Minuten

**Voraussetzungen & Vorkenntnisse** Es handelt sich hierbei um eine Einstiegsübung, keine Voraussetzungen und Vorkenntnisse notwendig

**Gruppengröße** Schulklasse oder Gruppe (z.B. Workshop)

**Zielgruppe** Keine Einschränkungen

**Setting** Sesselkreis

**Materialien** –

**Ablauf** Die Fachkraft eröffnet die Runde mit einer kurzen Erklärung: Ziel der Übung ist es, sich kennenzulernen und einen ersten Einblick in die Social-Media-Welt der Gruppe zu bekommen. Die Teilnahme ist freiwillig; persönliche Grenzen sollen respektiert werden.

Anschließend stellen sich die Jugendlichen nacheinander mit ihrem Vornamen vor und nennen zusätzlich eine der folgenden Optionen (je nach Gruppe frei wählbar oder vorgegeben):

- ein\*e Influencer\*in oder Content-Creator\*in, den\* sie gerne anschauen bzw. deren Inhalte sie gerne verfolgen
- eine Plattform oder ein Format, das sie aktuell häufig nutzen
- eine Art von Inhalt (z. B. Gaming, Musik, Comedy, Fitness, Beauty, Wissen)

Alternativ kann auch die Frage gestellt werden:

„Was schaust oder konsumierst du aktuell am liebsten auf Social Media?“

Die Fachkraft hört aufmerksam zu, greift zentrale Begriffe auf und hält ausgewählte Inhalte sichtbar fest, etwa an der Tafel oder auf Moderationskarten. In dieser Phase wird bewusst auf Bewertungen oder vertiefende Diskussionen verzichtet

- Tipps & Erfahrungen**
- Weisen Sie darauf hin, dass persönliche Beiträge freiwillig sind.
  - Verzichten Sie bewusst auf Bewertungen der genannten Influencer\*innen oder Inhalte.
  - Nutzen Sie die Übung als Stimmungsbild und als inhaltliche Brücke zu den folgenden Methoden.
  - Die genannten Inhalte können im weiteren Verlauf des Workshops aufgegriffen werden und bilden eine gute Grundlage für die vertiefende Auseinandersetzung mit Social Media, Influencer\*innen und den dort vermittelten Rollenbildern

# A day in the life ...

**Thema** Lebensentwürfe und Zukunftsvorstellungen, Wahrheitsgehalt und Realitätsbezug von Social Media, Care Arbeit

- Ziele**
- Auseinandersetzung mit eigenen Zukunftsvorstellungen
  - Hinterfragen des auf Social Media Gesehenen
  - Sichtbarmachen von (un)realistischen Vorstellungen von Lebensentwürfen, Körper und Geschlecht

**Dauer** 50+ Minuten (mindestens eine Unterrichtsstunde bzw. Workshopeinheit)

**Voraussetzungen & Vorkenntnisse** Es ist sinnvoll, die Übung nicht zum Workshopeinstieg durchzuführen, sondern erst, wenn bereits grundlegende Begriffe zum Thema Social Media erklärt wurden. Dies könnte aber auch im Zuge der Reflexion dieser Übung passieren

**Gruppengröße** Kleingruppen bis Klassengröße

**Zielgruppe** ab 12 Jahren

**Setting** Einzel- oder Kleingruppenarbeit mit anschließender Plenumsdiskussion

**Materialien** 5–6 mal Kopiervorlage „A day in the life ...“ (Variante: zusätzliche Kopien in Gruppenstärke notwendig)

**Ablauf** **Schritt 1: Kleingruppenarbeit (15–20 Minuten)**

Die Gruppe wird aufgefordert, sich in Kleingruppen aufzuteilen (mind. 2 Personen pro Kleingruppe, besser 3–4 Personen) und bekommt pro Kleingruppe folgenden Arbeitsauftrag:

„Wählt eine Influencerin oder einen Influencer aus, und überlegt euch so genau wie möglich, wie der Tagesablauf dieser Person aussehen könnte. Denkt zum Beispiel an einen normalen Wochentag. Tragt diesen Ablauf in die Uhr ein. Überlegt euch, von wann bis wann die Person schläft, wann sie arbeitet, wann sie mit Freizeit oder Haushalt beschäftigt ist ...“

Die Teilnehmenden können entweder eine reale Person oder eine\*n frei erfundene\*n Influencer\*in auswählen, der\*die Inhalte zu einem bestimmten Thema produziert, etwa Fitness, Beauty, Gaming, Lifestyle, „Tradwife“, Männlichkeitscoaching u. a.

In den folgenden 15 Minuten wird die Vorlage möglichst detailliert ausgefüllt und soll den angenommenen Tagesablauf der gewählten Person abbilden.

**Schritt 2: Plenumsdiskussion (30+ Minuten)**

Nach der Arbeit in Kleingruppen findet sich die Großgruppe zur Diskussion im Plenum zusammen. Jeder Gruppe präsentiert ihren Ablauf und beantwortet folgende Fragen:

- Habt ihr euch für eine reale Person entschieden?
- Wenn ja, hat diese vielleicht bereits ihren (vermeintlichen) Tagesablauf gepostet?
- Wart ihr euch einig beim Ausfüllen des Blattes?
- Würdet ihr gerne so einen Tagesablauf haben?

Nachdem alle Gruppen ihre Tagesabläufe vorgestellt haben, folgt eine Reflexion auf der Metaebene sowie eine kritische Auseinandersetzung mit dem angenommenen Wahrheitsgehalt dieser Darstellungen. Dabei wird gemeinsam betrachtet, inwiefern sich die Ergebnisse der einzelnen Gruppen ähneln oder unterscheiden:



# A day in the life ...

- Welche Unterschiede sind euch zwischen den Tagesabläufen der verschiedenen Gruppen aufgefallen?
- Wer findet ein Leben als Influencer\*in erstrebenswert? Warum/warum nicht?
- Was wissen wir tatsächlich über das reale Leben von Influencer\*innen?
- Wie sehr können wir auf das vertrauen, was uns in Sozialen Medien gezeigt wird?
- Glaubst du, Influencer\*innen üben Einfluss auf uns aus, indem sie ihre – vermeintliche – Tagesroutine („daily routine“) öffentlich teilen? Warum (nicht)?
- Wie möchtest du dein Leben in Zukunft gestalten?

Ein möglicher Schwerpunkt dieser Methode liegt auf dem Thema Care-Arbeit. Care-Arbeit umfasst alle bezahlten und unbezahlten Tätigkeiten, mit denen Menschen füreinander sorgen, etwa durch Pflege, Betreuung, Erziehung oder emotionale Unterstützung, um das tägliche Leben und das gesellschaftliche Zusammenleben zu ermöglichen.

Diese wird beim Ausfüllen der Vorlage häufig nicht berücksichtigt oder dem Bereich „Freizeit“ zugeordnet. Um dem Thema in der anschließenden Diskussion gezielt Raum zu geben, können folgende Reflexionsfragen herangezogen werden, anhand derer auch geschlechtsspezifische Arbeitsteilungen thematisiert werden können:

- Welche Aktivitäten, die über den Tag anfallen, fehlen in den präsentierten Tagesabläufen? (Einkaufen, Kochen, Putzen, Waschen, Körperpflege...)
- Welche Gruppe hat für „ihre\*n“ Influencer\*in explizit Zeit für Hausarbeit eingeplant?
- Was glaubst du, wie viel Zeit für Haushalt und Kinderbetreuung aufgewendet werden muss? Gibt es dabei einen Unterschied zwischen den Geschlechtern?
- Wer macht bei dir zuhause diese Arbeit?
- Wie stellst du dir deine Tagesroutine als erwachsene Person (z.B.: mit 25 oder 30 Jahren) vor?
- Wie möchtest du Care-Arbeit in Zukunft (in der Beziehung) aufteilen?

## Variante

Für eine vertiefende Auseinandersetzung mit den eigenen Lebensentwürfen kann im Anschluss in Einzelarbeit ein persönlicher Tagesablauf für die eigene Zukunft ausgefüllt werden. Dafür sollten zusätzlich mindestens 10–15 Minuten eingeplant werden. Zudem ist die Kopiervorlage in ausreichender Anzahl für die gesamte Gruppe vorzubereiten

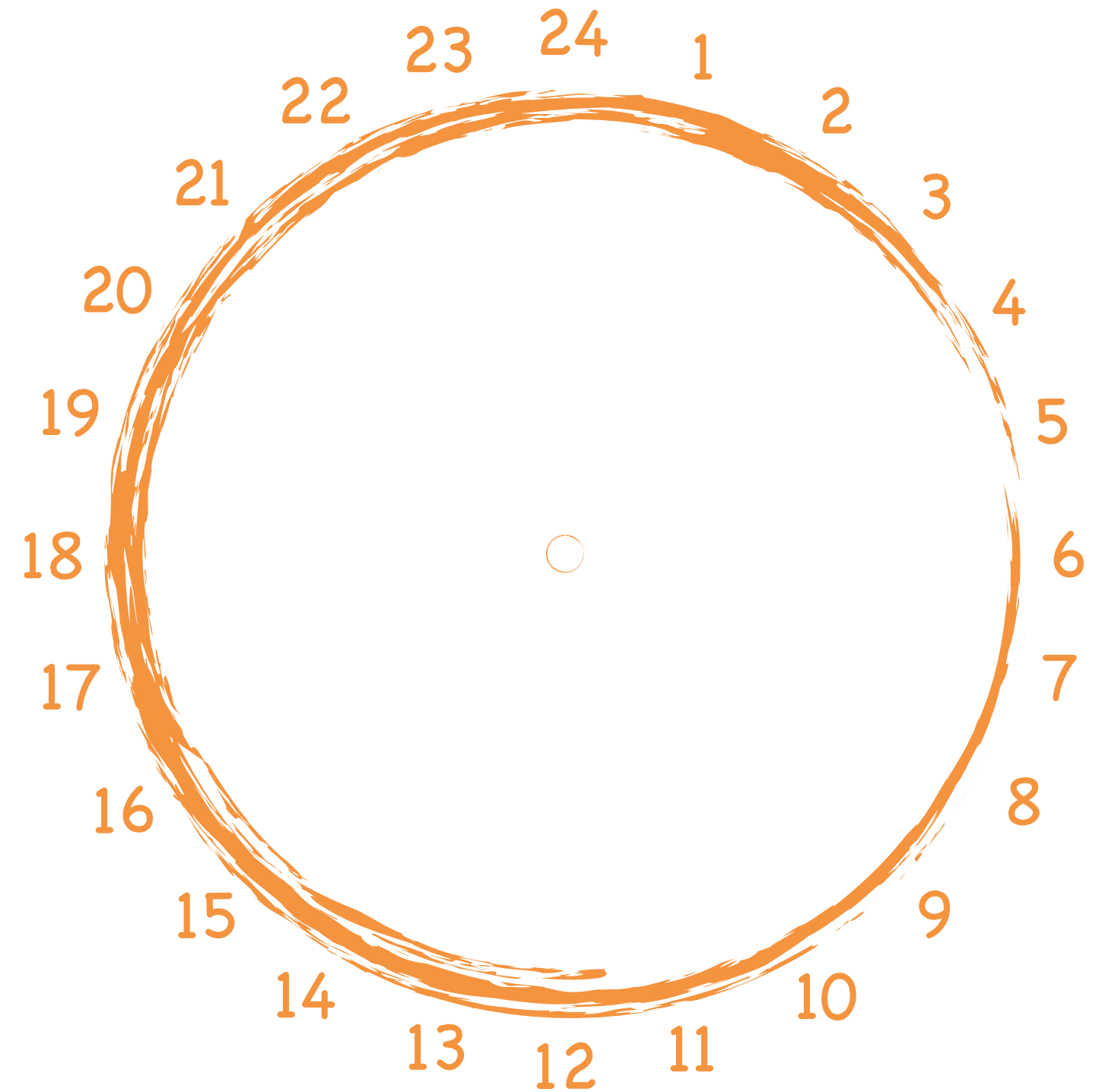
## Tipps & Erfahrungen

In der Kleingruppenarbeit bleibt häufig unberücksichtigt, dass das Leben von Influencer\*innen stark davon bestimmt ist, zu einem bestimmten Thema Inhalte zu produzieren und damit Einkommen zu erzielen. Dieser Aspekt lässt sich besonders anschaulich am Beispiel von Fitness-Influencer\*innen verdeutlichen:

*Personen, die ihren Lebensunterhalt damit verdienen, fit auszusehen, verfügen über zeitliche und finanzielle Ressourcen, um mehrere Stunden täglich zu trainieren. Für Menschen in einem „klassischen“ Vollzeit-Arbeitsverhältnis ist ein derartiger Aufwand hingegen kaum realisierbar. Ziele, die in sozialen Medien als attraktiv und durch Disziplin oder eine „strenge Routine“ erreichbar dargestellt werden, sind unter realen Lebensbedingungen oft nicht umsetzbar. Dies kann erhebliche Auswirkungen auf das eigene Körperbild haben – und betrifft Menschen aller Geschlechter.*

## Quellen

Verein Amazone (2013). Die 24-Stunden-Uhr. In: mach es gleich! eine Lehr- und Lernmappe für Theorie und Praxis zum Thema Gender & Schule für die Arbeit mit Schülerinnen und Schülern ab 12 Jahren, abgewandelt durch den Verein poika im Rahmen des Projekts „Toxische Influencer vs. fürsorgliche Demokratie“



# Social Media – Was für ein Theater!

**Thema** Social Media allgemein, Vorbilder

- Ziele**
- Kritische Medienkompetenz stärken: Social-Media-Inhalte als inszeniert erkennen und deren Botschaften, Rollenbilder und Wirkungen reflektieren
  - Eigene Werte und Vorbilder reflektieren: Auseinandersetzung mit persönlichen Haltungen zu Themen wie Körperbildern, Geschlecht, Mental Health und Vielfalt
  - Kreativität und Ausdruck fördern: Entwicklung kreativer Ideen und Übersetzung digitaler Formate (TikTok/Reels) in theatrale Ausdrucksformen
  - Soziale Kompetenzen und Teamarbeit ausbauen: Zusammenarbeit in Kleingruppen, Perspektivwechsel, Kommunikation und konstruktives Feedback üben
  - Selbstwirksamkeit und Verantwortungsbewusstsein stärken: Erleben, dass eigene Botschaften Bedeutung haben und Social Media positiv und verantwortungsvoll mitgestaltet werden kann

**Dauer** ganzer Workshop (3 Unterrichtseinheiten)

**Voraussetzungen & Vorkenntnisse** Eignet sich nicht als Einstiegsübung und sollte nach einer allgemeinen Einführung zum Thema Social Media stattfinden

**Gruppengröße** Schulklasse oder Gruppe (z.B. Workshop)

**Zielgruppe** ab 12 Jahren

**Setting** Kleingruppenarbeit mit anschließender Präsentation im Plenum

**Materialien** –

**Ablauf** Nach einer allgemeinen Einführung in den Workshop – bestehend aus einer Namensrunde, einem Aufwärmenspiel sowie einer einleitenden Methode zu Social-Media-Erfahrungen und Geschlecht – erhalten die Teilnehmenden folgende Aufgabenstellung:

## **Schritt 1: Einleitung und Themenfindung (10 Minuten)**

„Heute holen wir Social Media aus dem Handy ins echte Leben. Überlegt euch in eurer Gruppe ein TikTok oder Instagram Reel zu einem Thema, das euch wichtig ist und das eurer Meinung nach auf Social Media zu selten vorkommt. Eure Szene soll eine positive Message haben, von der sich andere etwas abschauen können. Ihr postet das Video aber nicht wirklich, sondern spielt es als kurze Theaterszene vor. Die Szene soll nicht länger als eine Minute dauern.“

Mögliche Impulsfragen:

- Welche Message fehlt dir auf Social Media oder kommt deiner Meinung nach zu kurz?
- Was würdest du gerne öfter auf TikTok oder Instagram sehen?

Mögliche Themen zur Orientierung:

- Geschlecht (z. B.: Burschen\* und Mädchen\* können alles sein)
- Körper & Schönheitsideale (z. B.: Jeder Körper ist wertvoll)
- Gesundheit
- Mentale Gesundheit (z. B.: Sich Hilfe zu holen ist stark)
- Feminismus & Gleichberechtigung (z. B.: Alle Menschen verdienen die gleichen Chancen)
- Queerness & Vielfalt

Allgemeine Sammlung dessen, was ein Video ausmacht:

- Ort: Wo spielt die Szene?
- Rollen: Wer kommt vor und welche Rollen gibt es?
- Requisiten: Welche Gegenstände werden benötigt?
- Sound: Welche Musik könnte im Hintergrund abgespielt werden?
- Text: Was wird gesagt oder dargestellt?
- Schrift: Braucht es „Untertitel“ (z.B.: dargestellt durch gemalte und beschriebene Schilder mit Botschaften, die durch das Bild getragen werden)

## **Schritt 2: Ausarbeitung der Theaterszene (30-50 Minuten)**

Die Gruppen arbeiten nun an ihrem gewählten Thema und überlegen gemeinsam, wie sie ihre Botschaft als kurze Theaterszene umsetzen möchten. Dafür steht genügend Zeit und Raum für konzentriertes Arbeiten zur Verfügung. Die Workshopleiter\*innen begleiten den Prozess und unterstützen bei Fragen oder Unsicherheiten.

## **Schritt 3: Präsentation**

Ein Bereich des Raumes wird als Bühne vorbereitet. Nacheinander führen die Gruppen ihre Theaterszenen vor dem Plenum auf. Nach jeder Aufführung gibt es eine kurze gemeinsame Reflexion. Dabei können folgende Fragen gestellt werden:

- Was hast du in der Szene wahrgenommen? Beschreibe sie mit eigenen Worten.
- Welche Rollen kamen vor?
- Welche Botschaft oder welches Thema stand im Mittelpunkt?
- Würdest du dir solche Inhalte häufiger auf Social Media wünschen? Warum oder warum nicht?

## **Variante**

Wenn die Nutzung der eigenen Smartphones erlaubt ist, könnten die Szenen auch gefilmt und den anderen Gruppen mit dem Beamer präsentiert werden

## **Tipps & Erfahrungen**

Für manche Schüler\*innen kann es unangenehm sein, auf einer „Bühne“ zu stehen und im Mittelpunkt zu sein. Deshalb sollte von Beginn an klar gemacht werden, dass nicht alle Beteiligten bei der Präsentation mitspielen müssen. Eine gemeinsame Sammlung zu Beginn, welche Aufgaben es bei der Entwicklung einer Theaterszene gibt (z. B. Planung, Requisiten, Text, Musik), hilft dabei, unterschiedliche Rollen sichtbar zu machen und allen eine passende Beteiligung zu ermöglichen – auch ohne selbst auf der Bühne zu stehen



# Bingo Toxische Influencer

**Thema** Nutzung sozialer Medien, Rollenbilder und häufig verwendete Begriffe

**Ziele** Auseinandersetzung mit Begriffen und Aussagen, die auf Social Media oft vorkommen, sowie Reflexion der eigenen Social-Media-Nutzung

**Dauer** 30 bis 50 Minuten

**Voraussetzungen & Vorkenntnisse** Erfordert keine speziellen Voraussetzungen oder Vorkenntnisse

**Gruppengröße** Ab 6 Personen bis Klassengröße

**Zielgruppe** Ab 12 Jahren, unabhängig vom Geschlecht

**Setting** Großgruppenarbeit mit anschließender Plenumsdiskussion

**Materialien** Bingo-Arbeitsblatt, Stifte

**Ablauf** **Schritt 1: Bingo spielen**  
Jede Person erhält ein Bingo-Arbeitsblatt und bewegt sich im Raum, um Mitschüler\*innen zu den Aussagen in den einzelnen Feldern zu befragen.

- Wird eine Aussage verneint, wird eine andere Person gefragt.
- Bei einer Zustimmung unterschreibt die befragte Person im entsprechenden Feld.

Ziel ist es, ein oder mehrere Bingos zu erreichen. Ein Bingo besteht aus vier Unterschriften in einer Reihe – horizontal, vertikal oder diagonal.

Bei größeren Gruppen sollte pro Spalte jeweils nur ein Name eingetragen werden, damit möglichst viele Gespräche zustande kommen.

**Schritt 2: Auswertung im Plenum**  
Im Anschluss wird das Spiel gemeinsam ausgewertet. Mögliche Leitfragen für die Diskussion sind:

- Wer hat ein oder mehrere Bingos erreicht?
- Welche Felder waren besonders schwer zu füllen?
- Welche Aussagen haben schnell viele Unterschriften bekommen?

Einige Felder eignen sich besonders für eine vertiefende Diskussion. Wie intensiv darauf eingegangen wird, hängt von der Gruppe und der verfügbaren Zeit ab.

**Tipps & Erfahrungen**

–

# Bingo

Suche eine Person, die eine Aussage in einem Kästchen bejahen kann und lasse sie im entsprechenden Feld leserlich unterschreiben. Sobald du eine Zeile, eine Spalte oder eine Diagonale mit unterschiedlichen Namen voll hast, rufe laut „Bingo!“. Denke daran, niemand muss eine Frage beantworten, wenn er\* sie nicht möchte.

Ich habe schon einmal etwas gekauft, weil ich es zuvor auf Social Media gesehen habe.	Ich verwende TikTok.	Ich weiß, was Care-Arbeit bedeutet.	Ich kann das Wort Algorithmus erklären.
Ich kann drei Influencer*innen aufzählen.	Ich habe schon einmal Diskriminierung im Internet mitbekommen.	Ich habe schon mal am Boys Day/Töchterttag teilgenommen.	Ich weiß, wie click-bait funktioniert.
Ich habe Freund*innen über Social Media kennengelernt.	Ich habe schon einmal Videos auf TikTok gemacht.	Ich finde es wichtig, dass auch auf Social Media alle Menschen respektvoll behandelt werden sollen.	Ich habe eine begrenzte Bildschirmzeit.
Ich glaube alles, was ich auf Social Media sehe.	Ich hatte in der Volksschule schon ein Handy/ Smartphone.	Ich verwende Social Media, um Neuigkeiten mitzubekommen.	Ich kenne eine queere Influencer*in.

# Social Media – Memory

**Thema** Begriffsklärung, Überblick über Social Media, thematischer Einstieg

- Ziele**
- Klärung zentraler Begriffe rund um Social Media, insbesondere für Kinder und Jugendliche mit wenig Vorwissen
  - Vertiefung und Festigung bereits vorhandenen Grundwissens
  - Niederschwelliger Einstieg in das Workshopthema und gemeinsame Themensetzung

**Dauer** je nach Umsetzung mindestens 30 bis 50 Minuten

**Voraussetzungen & Vorkenntnisse** Die Methode eignet sich gut als Einstieg in das Thema Social Media. Idealerweise ist das übergeordnete Workshopthema bereits vorab bekannt

**Gruppengröße** Kleingruppen bis Klassengröße

**Zielgruppe** Ab 12 Jahren

**Setting** Großgruppenarbeit mit anschließender Plenumsdiskussion

- Materialien**
- Memory-Vorlage oder selbst erstelltes Memory
  - Kartenpaare bestehend aus Begriff und zugehöriger Erklärung
  - Ausdrucke der Karten, ausgeschnitten und vorsortiert

**Ablauf** **Schritt 1: Spiel (15 Minuten)**

Je nach Gruppengröße erhält jede\*r Jugendliche ein bis zwei Karten. Dabei ist darauf zu achten, dass Begriffe und Erklärungen gleichmäßig verteilt sind und keine passenden Paare direkt zusammen ausgegeben werden.

Die Teilnehmenden bewegen sich frei im Raum, tauschen sich über ihre Karten aus und versuchen, passende Begriff-Erklärungs-Paare zu finden. Jedes gefundene oder vermutete Paar wird sichtbar nebeneinander auf dem Boden abgelegt.

Für diese Phase stehen maximal 15 Minuten zur Verfügung. Sind die Gruppen früher fertig, kann die Auswertung entsprechend früher beginnen. Nach Ablauf der Zeit wird das Spiel beendet – auch wenn noch nicht alle Paare gefunden wurden.

**Schritt 2: Plenumsdiskussion (15–20 Minuten)**

Liegen nun alle Pärchen am Boden, wird gemeinsam im Plenum überprüft, ob zu den Begriffen die richtigen Erklärungen gefunden wurden. Der Einstieg kann über folgende Fragen erfolgen:

- Welche Paare waren besonders leicht zu finden?
- Welche Begriffe kanntet ihr bereits und konntet ihr erklären?
- Welche Paare waren schwierig zuzuordnen?
- Welche Begriffe waren neu für euch?

Die einzelnen Begriffe kann man dann jeweils folgendermaßen besprechen:

- Begriffe und Erklärungen werden noch einmal vorgelesen oder von den Jugendlichen in eigenen Worten wiedergegeben.
- Bei falschen Zuordnungen werden die Karten getrennt und gemeinsam neu zugeordnet.
- Bekannte Begriffe können mit Beispielen aus dem eigenen Social-Media-Alltag ergänzt werden.
- Bei unbekannten Begriffen wird geklärt, ob das Phänomen bekannt ist, auch wenn der Fachbegriff neu war.

Man kann so alle am Boden liegenden Begriffe besprechen und je nach Gefühl oder gewünschtem Schwerpunkt des Workshops länger und vertiefend über einzelne Begriffe sprechen. Vor allem wenn durch die Begriffe Diskussionen zu dem Thema aufkommen, kann man diesen, je nach Intention des Workshops, ruhig etwas Raum geben. Es ist auch möglich, nicht alle Paare ausführlich zu besprechen – wichtig ist jedoch, Unsicherheiten und falsch zugeordnete Begriffe aufzuklären.

**Variante 2**

Alternativ kann die Methode als klassisches Memory gespielt werden. Dafür werden maximal 20 Karten (10 Paare) gemischt und verdeckt auf dem Boden oder einem Tisch ausgelegt. Begriffe und Erklärungen liegen dabei auf getrennten Seiten.

Die Jugendlichen decken reihum jeweils zwei Karten auf – einen Begriff und eine Erklärung – lesen diese vor und entscheiden gemeinsam, ob sie zusammenpassen. Bei Unklarheiten unterstützen Gruppe oder Workshopleitung.

Passende Paare werden entfernt, nicht passende Karten wieder umgedreht. Die Begriffe können direkt während des Spiels besprochen werden, sodass die Reflexion parallel stattfindet.

Diese Variante benötigt in der Regel mehr Zeit, da sowohl das Merken der Kartenpositionen als auch die inhaltliche Auseinandersetzung parallel stattfinden. Sie eignet sich besonders für kleinere Gruppen, ruhige Settings und Workshops mit ausreichend Zeit. Die häufige Wiederholung der Begriffe kann den Lerneffekt zusätzlich verstärken

**Tipps & Erfahrungen**

Es ist wichtig klarzumachen, dass es sich bei der Übung nicht um einen Test handelt. Unterschiedliche Wissensstände sind normal, und es ist völlig in Ordnung, wenn nicht alle Paare (oder nicht alle korrekt) gefunden werden.

Ziel der Methode ist es:

- den vorhandenen Wissensstand sichtbar zu machen,
- neue Begriffe kennenzulernen,
- Phänomene aus der Social-Media-Welt gemeinsam zu verstehen und
- ins Gespräch zu kommen.

Hilfestellungen, Tipps oder Hinweise während des Spiels und der Auswertung sind ausdrücklich erlaubt und sinnvoll



## click-bait



Hier soll der Titel oder das Titel-Bild von einem Beitrag neugierig machen, und Nutzer\*innen dazu bringen, den Beitrag anzuschauen. Oft sind die Titel übertrieben, irreführend oder zeigen etwas, das dann gar nicht im Video vorkommt.



## Manosphere / Manfluencer



Das ist der Name einer bestimmten Gruppe an Menschen im Internet, die gemeinsam haben, dass sie meistens frauenfeindlich, homo- und transfeindlich sind, und Ratschläge geben, wie man ein „echter Mann“ wird.



## rage-bait



Hier werden Beiträge bewusst so gestaltet, dass sie Wut bei den Menschen auslösen, die sie schauen. Dadurch bekommt der Beitrag nämlich viele Aufrufe und Kommentare, und die Person, die den Beitrag erstellt hat, bekommt mehr Aufmerksamkeit und oft auch mehr Geld.



## doom-scrolling



Ein sehr verbreitetes Phänomen unter Nutzer\*innen von Sozialen Medien. Man ist lange am Stück auf einer Plattform, und oft fühlt es sich sogar so an, als könnte man nicht aufhören, auch wenn man das eigentlich gerne würde.



## Algorithmus



Es beschreibt, wie bestimmte Plattformen im Hintergrund funktionieren. Zum Beispiel welche Videos sie dem\*der jeweiligen User\*in anzeigen, aufgrund von den Daten, die die Plattform sammelt (welche Videos die Person davor geschaut hat, ...)



## Rabbit Hole



Ein Phänomen, bei dem man z.B. von einem Beitrag mit einem bestimmten Thema zum nächsten und nächsten und nächsten klickt – oft auch, weil durch Links bewusst ähnliche und interessante Beiträge vorgeschlagen werden.



## Hassrede / hate speech



Dieser Begriff beschreibt diskriminierende Inhalte im Internet gegenüber gewissen Personen-Gruppen (z.B. Inhalte gegen schwule / lesbische Menschen, gegen Muslim\*innen, gegen Schwarze, etc.)



## Belohnungs- System



Beschreibt einen Mechanismus im Gehirn, bei dem das Hormon Dopamin ausgeschüttet wird. Soziale Medien gestalten ihre Plattformen teilweise so, dass sie diesen Mechanismus ausnutzen, damit Personen länger und öfter auf der Plattformen bleiben.





## Quelle / Quellenangabe



Werden bestimmte Behauptungen aufgestellt, ist das eine Art und Weise, sie zu beweisen. Zum Beispiel, indem man den Namen einer Studie sagt – diese könnten dann Nutzer\*innen selbstständig suchen und nachlesen.



## Influencer:innen



Beschreibt eine Beruf, bei dem Personen auf Social Media-Plattformen regelmäßig Beiträge über sich, ihren Alltag oder ihre Interessen posten, und damit Geld verdienen. Die Person steht im Mittelpunkt.



## Content Creator



Beschreibt einen Beruf, bei dem Personen auf Social Media-Plattformen regelmäßig Beiträge zu unterschiedlichen (aktuellen) Themen posten, und damit Geld verdienen. Die Inhalte stehen im Mittelpunkt.



## Social Media-„Bubble“ (oder deutsch: Blase)



Nutzer\*innen von Sozialen Medien sehen oft nur Beiträge, die zueinander ähnlich sind, und die die Meinung oder die Interessen des\*der Nutzer\*in bestätigen. Auch haben sie oft mehr Austausch mit Nutzer\*innen, die dieselbe Meinung haben, und weniger Austausch mit Menschen, die anderer Meinung sind.



## Desinformations- Kampagne



So bezeichnet man es, wenn gezielt in einer großen Menge Falschnachrichten verbreitet werden – oft von Künstlicher Intelligenz, Bots etc.  
Mit dem Ziel, bestimmte politische Meinungen zu verbreiten (oder auch Wahlen zu beeinflussen).



## Deepfake



Manipulierte oder gefälschte Beiträge, die etwas Bestimmtes behaupten sollen. Man sieht zum Beispiel eine berühmte Person, die etwas sagt, was sie aber in Wirklichkeit nie gesagt hat.  
Künstliche Intelligenz wird immer besser darin, solche Beiträge täuschend echt aussehen zu lassen.



## catfishing



Bezeichnet eine Methode, bei der sich Personen im Internet als jemand anders ausgeben, um dadurch etwas zu erreichen. Meistens wird so entweder versucht, jemanden um Geld zu betrügen, oder sexuelle Straftaten zu begehen.



## Cyber-Grooming



Meistens werden hier Minderjährige von Erwachsenen (über Plattformen wie Snapchat) kontaktiert. Diese versuchen dann durch gezielte Manipulation, die oft über einen längeren Zeitraum gehen, sexuelle Straftaten zu begehen.



## Matrix



Eine Behauptung von bestimmten Menschen im Internet, dass es hinter der Realität, die wir im Alltag und in den Nachrichten sehen, eine andere Realität gibt, und alles eine große Verschwörung ist. Die Argumente für diese Behauptung sind oft nicht sehr logisch oder belegt.



## engagement-bait (engagement = Interaktion)



Das Ziel ist, dass ein Beitrag so viel wie möglich Aufmerksamkeit bekommt, egal mit welchen Mitteln. Zum Beispiel passiert was Komisches, oder es wird ein Wort absichtlich falsch geschrieben, damit dann User\*innen in den Kommentaren nachfragen oder korrigieren. Mehr Kommentare bedeuten mehr Aufrufe und oft auch mehr Geld.



## Coach (zum Beispiel: „life coach“, “business coach”, “dating coach” ...)



Bezeichnet Personen im Internet, die meistens über Werbe-Clips vor YouTube-Videos Menschen ansprechen. Diesen versprechen sie dann sehr gut klingende Angebote, wo angeblich mit minimalem Aufwand hohe Erfolge rausspringen. Oft handelt es sich hierbei um Abzocke.



## “trad-wife“



Ein Trend auf Social Media, in dem Frauen behaupten, dass das Leben als Hausfrau so schön ist, weil sie nicht arbeiten gehen müssen, sondern „nur“ ihren Mann, der arbeiten geht, versorgen. Die Videos zeigen ein geschöntes Bild von dieser Lebens-Realität, das so nicht stimmt.



## debunking / fact-checking



So nennt man es, wenn einzelne Personen, Kanäle oder Organisationen Falschnachrichten anderer aufdecken, weil sie entweder übertrieben oder nicht belegt sind. Idealerweise stellen sie dann auch die richtige Information zur Verfügung.



## Cyber-Sicherheit



Bezeichnet den eigenen gesunden Umgang mit Sozialen Medien in Bezug auf die eigene psychische Gesundheit und / oder einen vorsichtigen Umgang mit den eigenen Daten (Adresse, Telefonnummer etc.).



# Millionenshow: „Toxische Influencer“

**Thema** Antifeminismus, Rollenbilder in sozialen Medien, toxische Männlichkeiten

- Ziele**
- Kritische Medienkompetenz stärken: Problematische Inhalte, Rollenbilder und Ideologien in sozialen Medien erkennen und hinterfragen
  - Wissen zu Antifeminismus und toxischer Männlichkeit vermitteln: Grundlegendes Verständnis für Manfluencer, antifeministische Narrative und deren Wirkung aufbauen
  - Urteilsfähigkeit und demokratische Haltung fördern: Aussagen prüfen, einordnen und eine begründete eigene Haltung entwickeln
  - Reflexion und Austausch ermöglichen: Raum für Diskussion, Perspektivwechsel und das Einbringen eigener Erfahrungen schaffen
  - Soziale Kompetenzen und Zusammenarbeit stärken: Gemeinsame Entscheidungsfindung, respektvolle Kommunikation und Teamarbeit in Kleingruppen fördern

**Dauer** Etwa 30–45 Minuten, abhängig von der Anzahl der Fragen und dem Umfang der anschließenden Diskussionen

**Voraussetzungen & Vorkenntnisse** Es sind keine speziellen Vorkenntnisse erforderlich. Grundlegende Erfahrung mit Quizformaten ist hilfreich, aber nicht notwendig

**Gruppengröße** 6 bis 20 Teilnehmende, Aufteilung in Kleingruppen à 3–6 Personen

**Zielgruppe** Empfohlen ab ca. 12 Jahren, offen für alle Geschlechter, geeignet für Schulklassen, Workshops oder offene Gruppen

**Setting** Kleingruppenarbeit, Gemeinsame Quizrunde im Plenum

**Materialien** Pro Gruppe:

- Antwortkärtchen A, B, C, D
- 1 Blatt Papier
- Stifte

Für die Lehrperson:

- Quizfragen (gedruckt oder digital)
- eventuell Stoppuhr oder Timer
- eventuell Punkteliste / Tafel / Flipchart

Hinweis

Das Quiz kann alternativ digital (z. B. mit Kahoot oder Mentimeter) oder als Power-Point-Präsentation durchgeführt werden

**Ablauf** **Einstieg (5-10 Minuten)**  
Kurzer thematischer Einstieg zu sozialen Medien, Influencer\*innen und Rollenbildern sowie Erklärung des Quizformats und der Spielregeln.

## Gruppenbildung

Die Klasse wird in Kleingruppen mit jeweils 3–6 Personen aufgeteilt. Jede Gruppe erhält ein Set an Antwortkärtchen (A–D).

Mögliche spielerische Formen der Gruppenbildung:

- Emoji-Gruppen: Jede Person erhält ein Emoji (z. B. 😊). Personen mit dem gleichen Emoji finden sich zu einer Gruppe zusammen.

- Plattformen: Unterschiedliche Social-Media-Plattformen wie „TikTok“, „Instagram“ oder „YouTube“ werden genannt, und die Teilnehmenden ordnen sich spontan einer Gruppe zu.
- Hashtags: Jede Person zieht einen Hashtag. Ähnliche oder zusammengehörige Hashtags bilden anschließend eine Gruppe.

## Durchführung des Quiz

Zu jeder Frage werden vier Antwortmöglichkeiten (A, B, C, D) vorgelesen oder sichtbar gemacht. Die Gruppen haben anschließend 1–2 Minuten Zeit, um sich leise abzusprechen und gemeinsam für eine Antwort zu entscheiden. Auf ein vereinbartes Signal (z.B. „Eins, zwei, drei!“) hin zeigen alle Gruppen gleichzeitig ihr gewähltes Antwortkärtchen.

## Auflösung und Punktevergabe

Danach wird die richtige Lösung bekannt gegeben. Gruppen mit der korrekten Antwort erhalten jeweils einen Punkt.

## Reflexion und kurzer Input

Nach jeder Frage oder ausgewählten Fragen wird die Antwort kurz gemeinsam besprochen. Die Lehrperson ergänzt bei Bedarf einen kurzen inhaltlichen Input, zum Beispiel auf Basis der verwendeten Quellen. Optional können kurze Diskussionsimpulse eingebaut werden, etwa:

- Wo begegnen euch solche Inhalte auf Social Media?
- Warum ist diese Aussage problematisch?

## Abschluss

Zum Ende werden die wichtigsten Erkenntnisse gemeinsam zusammengefasst. Optional kann eine Sieger\*innengruppe benannt werden, ohne den Wettbewerbsaspekt in den Vordergrund zu stellen. Abschließend bleibt Raum für offene Fragen sowie Hinweise auf weiterführende Angebote oder Anlaufstellen.

## Tipps & Erfahrungen

Als Abschluss oder Auflockerung besonders geeignet:

Das Quiz eignet sich gut als Abschluss einer Unterrichtseinheit oder eines Workshops, da es vorhandenes Wissen spielerisch aktiviert und festigt. Gleichzeitig kann es auch als motivierender Einstieg oder zur Auflockerung zwischendurch eingesetzt werden.

Zeit flexibel gestalten:

Die Dauer lässt sich leicht anpassen, indem die Anzahl der Fragen variiert wird. Je nach Gruppe kann entschieden werden, ob nach jeder Frage kurz diskutiert wird oder ob mehrere Fragen am Stück gespielt und die Reflexion gebündelt am Ende durchgeführt wird.

Diskussionen bewusst steuern:

Bei sensiblen Themen wie Antifeminismus oder toxischer Männlichkeit können kontroverse Meinungen auftreten. Es empfiehlt sich, klare Gesprächsregeln zu Beginn festzulegen (z. B. respektvoller Umgang, keine persönlichen Angriffe). Die Lehrperson übernimmt eine moderierende Rolle und ordnet Aussagen sachlich ein.

Niederschwelliger Zugang:

Durch das Quizformat können sich auch zurückhaltendere Schüler\*innen beteiligen, da Entscheidungen in der Gruppe getroffen werden. Dies reduziert Hemmschwellen und fördert gemeinsames Nachdenken statt Einzelmeinungen.



## MILLIONENSHOW TOXISCHE INFLUENCER (korrekte Antworten in fetter Schrift)

Bezug zur Lebenswelt herstellen:

Besonders wirkungsvoll ist das Quiz, wenn Beispiele aus der Lebensrealität der Jugendlichen aufgegriffen werden (z. B. TikTok, Instagram, YouTube). Die Lehrperson kann nachfragen, wo solche Inhalte bereits gesehen wurden, ohne einzelne Personen bloßzustellen.

Wettbewerb nicht überbetonen:

Der spielerische Wettbewerb sollte im Hintergrund bleiben. Ziel ist nicht das Gewinnen, sondern das gemeinsame Lernen und Reflektieren. Es kann hilfreich sein, Punkte eher locker zu handhaben oder am Ende mehrere Gruppen „gewinnen“ zu lassen.

Umgang mit problematischen Aussagen:

Falls Schüler\*innen Aussagen reproduzieren, die antifeministisch oder diskriminierend sind, sollten diese nicht beschämt, sondern ruhig aufgegriffen und eingeordnet werden. Das Quiz bietet einen guten Rahmen, um Mythen zu benennen und faktenbasiert zu widerlegen.

Emotionen ernst nehmen:

Einzelne Inhalte können verunsichern oder persönliche Erfahrungen berühren. Es ist wichtig, dafür Raum zu lassen und gegebenenfalls auf Unterstützungsangebote (z. B. Vertrauenspersonen, Schulsozialarbeit) hinzuweisen.

Anpassung an Alter und Gruppe:

Sprache, Beispiele und Diskussionstiefe sollten dem Alter und der Gruppendynamik angepasst werden. Bei jüngeren Gruppen empfiehlt sich eine stärkere Fokussierung auf Rollenbilder und Fairness, bei älteren Gruppen kann stärker auf Ideologien und gesellschaftliche Zusammenhänge eingegangen werden.

Weiterführende Links:

Antidiskriminierungsstellen in Österreich:

[https://www.oesterreich.gv.at/de/themen/gesetze\\_und\\_recht/frauenfoerderung-und-gleichbehandlung/gleichbehandlung/4/3/Seite.1860573](https://www.oesterreich.gv.at/de/themen/gesetze_und_recht/frauenfoerderung-und-gleichbehandlung/gleichbehandlung/4/3/Seite.1860573)

ZARA - Zivilcourage & Anti-Rassismus-Arbeit

<https://zara.or.at/de>

Beratungsstelle Extremismus:

<https://www.beratungsstelleextremismus.at>

Didaktische Begründung

Soziale Medien sind ein zentraler Lebensraum von Jugendlichen und prägen deren Rollenbilder, Einstellungen und Meinungen. Antifeministische und diskriminierende Inhalte werden dort häufig niedrigschwellig verbreitet und sind für junge Menschen nicht immer leicht als problematisch erkennbar.

Das Quizformat „Millionenshow: Toxische Influencer“ greift diese Lebenswelt auf und fördert zentrale Lehrplanziele wie Medienkompetenz, Demokratiebildung und Gleichstellung. Die Schüler\*innen erwerben grundlegendes Wissen, lernen problematische Inhalte zu erkennen und kritisch zu reflektieren.

Durch die spielerische und kooperative Methode werden Motivation, Beteiligung und Austausch gefördert. Das Format unterstützt sowohl den Wissensaufbau als auch die Entwicklung von Urteilsfähigkeit und trägt zur Sensibilisierung gegenüber antifeministischen und demokratiefeindlichen Ideologien bei.

### 1. Was bedeutet Antifeminismus?

- a) Frauen und Männer haben die gleichen Rechte.
- b) Feministische Forderungen werden bekämpft oder abgelehnt.**
- c) Es geht darum, dass Männer mehr Unterstützung bekommen.
- d) Eine Bewegung, die sich ausschließlich für Umweltschutz einsetzt.

Weiterführende Quelle: <https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/antifeminismus/was-ist-antifeminismus/>

### 2. Welche Gruppe wird in den sozialen Medien oft angegriffen?

- a) Fans von Fußballvereinen.
- b) Frauen und LGBTIAQ+ Personen**
- c) Haustierbesitzer\*innen
- d) Menschen, die gerne kochen und backen.

Weiterführende Quelle: <https://www.politik-lernen.at/gegenhassimnetz>

### 3. Was versteht man unter der “Red Pill”? (rote Pille)

- a) ein Medikament
- b) Ein Symbol für die “Wahrheit”, die antifeministische Gruppen behaupten zu kennen.**
- c) Eine Figur aus einem Computerspiel.
- d) Ein Fitnessprogramm für mentale Stärke.

Weiterführende Quelle: <https://www.bpb.de/mediathek/podcasts/taking-the-red-pill/>

### 4. Warum ist Antifeminismus gefährlich für die Demokratie?

- a) Weil zu wenig über Sport geredet wird.
- b) Weil er Verschwörungsideologie stärkt, Minderheiten bedroht und extremistische Einstellungen normalisiert.**
- c) weil er nur Diskussionen stört.
- d) weil dadurch Wahlen länger dauern.

Weiterführende Quelle: <https://www.gewaltinfo.at/themen/gewalt-an-frauen/antifeminismus-politische-bewegungen-gegen-gleichberechtigung-und-liberalisierung.html>

### 5. Was lernen Kinder laut Forschung schon im Alter von 2–3 Jahren über Geschlecht?

- a) Dass Jungen stärker sind.
- b) Dass es gesellschaftliche Erwartungen und Rollen für verschiedene Geschlechter gibt.**
- c) Dass alle Berufe gesetzlich nach Geschlecht verteilt sind.
- d) Nichts. Das kommt erst in der Pubertät.

Weiterführende Quelle: <https://www.eltern-bildung.at/schwerpunktthema/herausforderungen-im-erziehungsalltag/typisch-maennlich-oder-weiblich/entwicklung-der-geschlechtsidentitaet-bei-kindern/>

### 6. Was machen Trad Wives?

- a) Ehefrauen von Politiker\*innen
- b) Reality TV Darsteller\*innen
- c) Influencer\*innen, die ein traditionelles Familienbild propagieren**
- d) berichten über moderne Arbeitsmodelle in Unternehmen.

Weiterführende Quelle: <https://www.wienextra.at/jugendinfo/infos-von-a-z/trends-auf-socialmedia-tradwife/>

7. Wo kann ich mir Unterstützung holen, wenn eine befreundete Person antifeministische Aussagen macht?

- a) Bei Beratungsstellen, Vertrauenspersonen oder Bildungsangeboten zu Demokratie und Gleichberechtigung.
- b) Bei anonymen Hate-Kommentar-Seiten im Internet.
- c) Ausschließlich bei Influencern, die ähnliche Meinungen vertreten.
- d) Indem man das Thema komplett ignoriert und niemanden einbezieht.

Weiterführende Quellen: <https://www.fachstelledemokratie.at/>

Unterstützung österreichweit: <https://www.gesundheit.gv.at/service/beratungsstellen/gesund-leben/kids-teens/jugendberatung.html>

8. Was bedeutet Incel?

- a) Eine Selbstbezeichnung für Männer, die sich unfreiwillig als sexuell oder romantisch ausgeschlossen erleben.
- b) Ein Begriff für besonders erfolgreiche Dating-Coaches.
- c) Eine Abkürzung für ein Internetspiel.
- d) Eine politische Partei mit feministischen Zielen.

Österreichische Studie: <https://ikf.ac.at/netzbasierter-frauenhass-bei-jugendlichen-und-jungen-maennern-incels>

Weiterführende Quelle: <https://science.orf.at/stories/3230051/>

9. Was ist die Problematik hinter Aussagen von Manfluencern? (Achtung: Mehrfachantworten möglich!)

- a) Sie können stereotype Geschlechterrollen verstärken.
- b) Sie werten Frauen oder andere Geschlechter ab.
- c) Sie können antifeministische, verschwörungsideologische oder extremistische Einstellungen normalisieren.
- d) Sie sorgen dafür, dass soziale Medien weniger genutzt werden.

Artikel über Manfluencer:  
<https://topos.orf.at/toxische-influencer100> <https://www.derstandard.at/story/3000000297005/frauen-lassen-sich-nicht-mehr-alles-gefallen>

Diskussionskarussell

- Thema** Rollenbilder und toxische Inhalte in sozialen Medien
- Ziele** Die Schüler\*innen setzen sich aktiv, dialogisch und reflektiert mit Aussagen zu Rollenbildern, Geschlechterstereotypen, Social Media und toxischen Inhalten auseinander. Ziel ist es,
  - unterschiedliche Perspektiven kennenzulernen
  - die eigene Haltung zu hinterfragen und weiterzuentwickeln
  - Gesprächs- und Diskussionskompetenzen zu stärken
  - einen bewussteren und kritischeren Umgang mit Social-Media-Inhalten zu fördern
- Dauer** ca. 30–50 Minuten

**Voraussetzungen & Vorkenntnisse** Keine speziellen fachlichen Vorkenntnisse erforderlich; grundlegende Erfahrung mit Social Media ist ausreichend

**Gruppengröße** Mindestens 10 Personen (gerade Anzahl empfohlen)

**Zielgruppe** Jugendliche ab 15 Jahren

**Setting** Zweiergespräche im Diskussionskarussell, anschließend Plenumsdiskussion

- Materialien**
  - Stühle (entsprechend der Anzahl der Teilnehmenden)
  - Ausgedruckte Diskussionssätze (je ein Satz pro Sitzpaar)
  - Timer oder Uhr

- Ablauf**

**Vorbereitung durch die Lehrperson**

  - Die Diskussionssätze (siehe Anhang) ausdrucken.
  - Den Raum so vorbereiten, dass zwei Stuhlkreise aufgebaut werden können:
    - ein innerer Kreis, dessen Personen nach außen schauen
    - ein äußerer Kreis, dessen Personen nach innen schauen
  - Zwischen jeweils zwei gegenüberstehenden Stühlen wird ein Diskussionssatz auf den Boden oder auf einen Tisch gelegt.

Vor Start der Übung sollte die Lehrperson folgende Punkte klar benennen:

- Nicht jede Aussage im Raum ist eine persönliche Meinung. Die Sätze dienen als Diskussionsimpulse und spiegeln gesellschaftliche Debatten wider.
- Respekt hat Vorrang vor Meinung. Abwertende, beleidigende oder diskriminierende Aussagen gegenüber Anwesenden sind nicht erlaubt.
- Ich-Botschaften statt Verallgemeinerungen („Ich denke...“, nicht „Man weiß doch, dass...“).
- Zuhören ist genauso wichtig wie Sprechen.

Vor dem Karussell empfiehlt sich ein kurzer Hinweis wie:  
„Einige Aussagen können provozierend oder emotional sein. Ihr müsst keiner Aussage zustimmen, sondern euch damit auseinandersetzen. Wenn euch ein Thema unangenehm ist, sagt das offen oder hört zunächst zu.“

So wird Druck genommen und Selbstschutz ermöglicht.

- Schritt 1: Diskussionskarussell (ca. 20–30 Minuten)**
- Die Schüler\*innen nehmen auf den Stühlen Platz, sodass sich jeweils zwei Personen gegenüber sitzen – eine im inneren und eine im äußeren Kreis.
- Jedes Sitzpaar liest die vor ihnen liegende Aussage.

- Die Regeln werden nochmals kurz erklärt:
  - Pro Aussage stehen etwa 2 Minuten zur Verfügung.
  - Beide Personen sollen zu Wort kommen.
  - Ziel ist der Austausch von Meinungen, nicht das Überzeugen.

Nach dem Startsignal diskutieren die Paare über die jeweilige Aussage.

Nach Ablauf der Zeit gibt die Lehrperson ein klares Signal, woraufhin sich alle Teilnehmenden im äußeren und im inneren Kreis jeweils um einen Platz nach rechts bewegen.

Es entstehen neue Gesprächspaare und neue Aussagen. Der Ablauf wiederholt sich, bis die vorgesehene Zeit erreicht ist oder die Ausgangsplätze wieder eingenommen wurden.

#### **Hinweis für Lehrpersonen:**

Beobachten Sie die Gespräche, greifen Sie aber nur moderierend ein, wenn Gesprächsregeln verletzt werden oder Unsicherheiten entstehen.

#### **Schritt 2: Plenumsdiskussion (ca. 10–20 Minuten)**

Nach Abschluss des Karussells kommen alle im Plenum zusammen (z. B. im Stuhlkreis).

Mögliche Leitfragen für die Auswertung:

- Welche Aussagen sind euch besonders im Gedächtnis geblieben?
- Welche Diskussionen waren besonders spannend oder herausfordernd?
- Gab es Aussagen, bei denen ihr häufig unterschiedlicher Meinung wart?
- Hat sich eure eigene Meinung bei manchen Themen verändert?
- Begegnen euch solche Aussagen oder Haltungen auf Social Media? Wenn ja, wo und wie?
- Welche Aussagen ähneln Inhalten, die ihr online seht?
- Wer profitiert davon, wenn solche Rollenbilder verbreitet werden?
- Wie fühlen sich solche Aussagen für Betroffene an?
- Wo verlaufen für euch Grenzen von Meinungsfreiheit?

Die Lehrperson moderiert das Gespräch, achtet auf einen respektvollen Umgang und kann bei Bedarf Inhalte einordnen oder vertiefen (z. B. zu Rollenbildern, Algorithmen, Verantwortung von Influencer\*innen oder Meldewegen).

Wenn diskriminierende oder stark polarisierende Aussagen fallen, die Person nicht beschämen, sondern hinterfragen, z.B. „Woher kommt diese Annahme?“, „Gilt das wirklich für alle?“ oder „Welche Folgen kann so eine Sichtweise haben?“ Ziel ist Reflexion statt Bloßstellung.

#### **Tipps & Erfahrungen**

Umgang mit kontroversen Aussagen

- Die Lehrperson greift nicht sofort inhaltlich ein, sondern beobachtet.
- Eingreifen ist sinnvoll, wenn:
  - einzelne Schüler\*innen dominiert oder unterbricht
  - Aussagen klar diskriminierend oder menschenfeindlich werden
  - sich sichtbar Unwohlsein zeigt

Mögliche Interventionen:

„Bleibt bitte bei der Sache und sprecht aus eurer Perspektive.“

„Was meint ihr konkret damit?“

„Gibt es auch eine andere Sichtweise?“

Schutz einzelner Schüler\*innen

- Schüler\*innen müssen keine privaten Erfahrungen teilen.
- Bei sensiblen Themen (z. B. Körperbilder, Geschlechterrollen, Online-Hass) kann stilles Zuhören ausdrücklich erlaubt werden.
- Die Lehrperson sollte besonders aufmerksam sein bei:
  - geschlechtsspezifischen Abwertungen
  - naturalisierenden Aussagen („Männer sind halt so...“)
  - pauschalen Zuschreibungen über Gruppen

Didaktische Einordnung:

Das Diskussionskarussell eignet sich besonders für die reflexive Auseinandersetzung mit kontroversen Meinungen, wie sie Jugendlichen auf Social Media häufig begegnen. Viele der verwendeten Aussagen sind polarisierend, zugespitzt oder provokant formuliert. Dies ist bewusst so gewählt, um Diskussionen anzuregen – erfordert jedoch eine klare pädagogische Rahmung.

Die Übung fördert:

- Perspektivenwechsel
- Ambiguitätstoleranz
- Argumentationsfähigkeit
- Medienkritik und Rollenreflexion

Gleichzeitig erfordert die Methode eine bewusste pädagogische Rahmung, da Themen wie Sexismus, toxische Männlichkeit oder politische Radikalisierung emotional berühren können.

Hinweis zu den Aussagen

Nicht alle Aussagen müssen gleichzeitig eingesetzt werden. Eine gezielte Auswahl je nach Gruppe ist empfehlenswert. Besonders sensible Aussagen (z. B. zu Feminismus, Männlichkeit oder Tradwife-Ideologien) sollten erst nach einigen Durchgängen verwendet werden, wenn eine respektvolle Gesprächskultur etabliert ist.

#### **Besonders sensible Aussagen (Beispiele)**

Diese Aussagen können starke Emotionen auslösen und sollten bewusst begleitet werden:

- „Feminismus unterdrückt Männer.“
- „Männer sind von Natur aus aggressiver als Frauen.“
- „Männlichkeit ist eine Frage der Ehre.“
- „Starke Männer haben mehr Erfolg bei Frauen.“
- Aussagen zur Tradwife-Bewegung
- Aussagen zu toxischer Männlichkeit



## DISKUSSIONSKARUSSELL

(Beispielsätze)

Social Media sollte erst ab 18 Jahren erlaubt sein.

Influencer\*innen haben ihren Follower\*innen gegenüber eine gewisse (ethische) Verantwortung.

Instagram und TikTok sind eine Gefahr für ein demokratisches Miteinander.

Social Media macht politische Inhalte zugänglicher für junge Menschen.

Konservative Rollenbilder sind für junge Menschen ansprechend.

Instagram und TikTok sind wichtige Nachrichtenmedien.

Ich könnte ohne Social Media leben.

Auf Social Media darf jede\*r sagen, was er/sie möchte und das ist gut so.

Bedenkliche Inhalte zu melden bringt eh nichts, das ist nur schade um meine Zeit.

Wenn Mädchen und Frauen die Tradwife-Bewegung gut finden, sollen sie auch so leben können. Es gilt die Selbstbestimmung.

Ich kann den Begriff „toxische Männlichkeit“ schon nicht mehr hören. Ein Mann, der sich um seine Frau kümmert, ist nicht schlecht.

## DISKUSSIONSKARUSSELL

(Beispielsätze)

Fitness Influencer\*innen spornen mich an, meinen Körper zu verbessern und meine Faulheit zu bekämpfen.

Starke Männer haben mehr Erfolg bei Frauen. Frauen wollen einen Beschützer an ihrer Seite.

Dank Social Media bin ich immer über aktuelle Trends informiert.

Mich stört es nicht, wenn meine Freund\*innen durch Reels oder TikToks scrollen, während wir zusammen unterwegs sind.

Es ist wichtig auch TikTok-Profilen zu folgen, die Fakten checken.

Auf Instagram und TikTok werden oft stereotype Frauen- und Männerrollen vermittelt.

Ich weiß, wo ich mich hinwenden kann, wenn ich in sozialen Medien mit sexistischen oder rechtswidrigen Inhalten konfrontiert werde.

Feminismus unterdrückt Männer.

Männlichkeit ist eine Frage der Ehre.

Männer sind (von Natur aus) stärker/aggressiver als Frauen.

Soziale Medien reproduzieren Geschlechter-Stereotype.

# Skalasätze: Ok, nicht okay, oder dazwischen?

**Thema** Soziale Medien, persönliche Grenzen, Gewalt und Diskriminierung

- Ziele**
- Anregung zur Reflexion über Social-Media-Inhalte sowie über Grenzen, Grenzüberschreitungen, Gewalt und Diskriminierung
  - Förderung von Austausch und Diskussion innerhalb der Gruppe
  - Sensibilisierung für Graubereiche und Aufbrechen von Schwarz-Weiß-Denkmustern

**Dauer** Mindestens 50 Minuten (eine Unterrichtsstunde bzw. Workshopeinheit oder länger)

**Voraussetzungen & Vorkenntnisse** Die Methode eignet sich nicht als Einstieg und sollte erst nach einer allgemeinen Einführung in das Thema Social Media durchgeführt werden

**Gruppengröße** Kleingruppe bis Klassengröße

**Zielgruppe** Ab 12 Jahren

**Setting** Kleingruppen mit anschließender Plenumsdiskussion oder Arbeit in der Großgruppe

- Materialien**
- Skalasätze aus der Vorlage (oder selbst formulierte Aussagen)
  - Je nach Variante:
    - einmal ausgedruckt zum Vorlesen, oder
    - einzeln ausgedruckt und ausgeschnitten, oder
    - mehrfach ausgedruckt (3–4 Sets) für die Kleingruppenarbeit
  - Markierungen für die Skala („okay“, „dazwischen“, „nicht okay“) oder Schnur/Klebeband

**Ablauf** **Variante 1: Großgruppe mit Boden-Skala (ca. 50+ Minuten)**  
Auf dem Boden wird eine visuelle Skala aufgebaut – entweder mit drei klaren Markierungen („okay“, „dazwischen“, „nicht okay“) oder z. B. mithilfe einer Schnur.

Jede\*r Jugendliche erhält einen Satz und liest diesen zunächst für sich durch. Ohne sich mit anderen abzusprechen, entscheidet jede Person, wo der Satz auf der Skala eingeordnet werden würde. Dabei ist wichtig zu betonen, dass es **keine richtigen oder falschen Antworten** gibt und die Einschätzung auf dem eigenen Empfinden basiert. Der Satz wird verdeckt an der gewählten Stelle abgelegt.

Sind alle fertig, werden die Sätze nacheinander aufgedeckt und gemeinsam besprochen. Dabei muss niemand offenlegen, welcher Satz von ihm oder ihr stammt.

Leitfragen für die Diskussion:

- Ist der Satz an einer für alle passenden Stelle? Gibt es Gegenmeinungen?
- Was könnte die Situation im beschriebenen Satz sein? Macht der Kontext / Hintergrund einen Unterschied?
- Was spricht dafür oder dagegen, dass er dort liegt, wo er liegt?

Im Laufe der Diskussion können die Sätze auch verschoben werden. Besteht starke Uneinigkeit, kann als Kompromiss die Mitte der Skala gewählt werden. Bei diskriminierenden Beispielen ist darauf zu achten, dass diese nicht unreflektiert im Bereich „okay“ verbleiben.

**Variante 2: Kleingruppenarbeit mit anschließender Auswertung (ca. 50+ Minuten)**

**Schritt 1: Kleingruppenarbeit (15–20 Minuten)**

Bei größeren Gruppen bietet sich eine Einteilung in Kleingruppen an. Dafür wird eine Auswahl von etwa zehn Sätzen getroffen, die jeweils drei- bis viermal ausgedruckt und an mehrere Gruppen verteilt werden.

Die Gruppen ordnen die Aussagen gemeinsam den Kategorien „okay“, „nicht okay“ oder „dazwischen“ zu. Können sie sich bei einem Satz nicht einigen, wird dieser automatisch in die Kategorie „dazwischen“ gelegt.

**Schritt 2: Besprechung im Plenum (30+ Minuten)**

Anschließend bringen die Gruppen ihre Zuordnungen ins Plenum ein. Die Besprechung kann z. B. so eingeleitet werden:

„Gruppe 1, lest bitte einen Satz aus eurem ‚okay‘-Stapel vor – wo haben die anderen Gruppen diesen Satz eingeordnet?“

Die Diskussion orientiert sich an denselben Leitfragen wie in Variante 1. Je nach Zeit und Dynamik können einzelne Aussagen vertieft oder kürzer behandelt werden.

**Ablauf Variante 3: Aufstellübung (50+ Minuten insgesamt)**

Diese Variante eignet sich am besten für halbe Klassen bzw. Gruppen bis 15 Jugendlichen, vor allem dann, wenn davor und danach viel im Sitzen gearbeitet wird und man eine bewegte Übung machen möchte.

Es wird, wie in Variante 1, eine Skala definiert, allerdings sollte diese genügend Platz beanspruchen. Die Sätze werden von den Workshopleiter\*innen vorgelesen und die Jugendlichen werden aufgefordert, sich selbst entlang der Skala „okay“, „dazwischen“, „nicht okay“ hinzustellen. Haben sich alle positioniert, kann gefragt werden, wer seine\*ihre Meinung teilen möchte.

Die folgenden Fragen, leicht abgeändert, können auch hier verwendet werden:

- Gibt es unterschiedliche Positionen?
- Welche Argumente sprechen für oder gegen die jeweilige Einschätzung?
- Was ist der Hintergrund der Situation? Macht das einen Unterschied?

## Tipps & Erfahrungen

Es ist wichtig, diese Übung erst dann zu machen, wenn bereits ein Einstieg in das Thema vorgenommen wurde und zumindest durch andere Übungen schon so etwas wie eine „Beziehung“ zu den Jugendlichen etabliert wurde.

Eventuell wollen sich die Jugendlichen sonst nicht recht dazu äußern, sagen nur „was man hören möchte“ oder gehen in einen Widerstand. Es kann herausfordernd sein, sie darin zu bestärken, ihre Meinung zu äußern und gleichzeitig zu intervenieren, wenn die Meinung diskriminierend ist.

Diskussionen sollten, bei großer Uneinigkeit, nicht zu sehr in die Länge gezogen werden. Bei Uneinigkeit gegenüber diskriminierenden Beispielen ist es wichtig, sich als Workshopleitung nicht „überstimmen“ zu lassen, wenn die ganze Gruppe den Satz „okay“ findet, sondern sich als Kompromiss auf die Mitte zu einigen.

Bei Variante 1 und 3 sollte darauf geachtet werden, dass die Gruppe nicht zu groß ist, da die Übung sonst zu lang wird und die Gruppe gegebenenfalls das Interesse verliert. Vor allem bei Variante 3 führt eine zu große Gruppengröße auch dazu, dass sie die einzelnen gegenseitig schlechter sehen / hören können.

Es sollte niemand dazu gezwungen werden, die eigene Meinung zu sagen oder die Positionierung zu erklären. Gerade bei Gruppen, wo sich manche mehr zu Wort trauen als andere, eignet sich Variante 2 am besten.

## VORLAGE SKALASÄTZE

(Beispielsätze)

Du findest einen Account, wo Männer Frauen als nicht so intelligent darstellen  
(Situationen beim Auto tanken, Bedienung von technischen Geräten, ...)

Deine 8-jährige Schwester erzählt dir, dass sie sich auf TikTok anmelden möchte.

Ein Fitness-Influencer sagt, dass ein echter Mann Muskeln haben muss.

Unter deinem neuesten Instagram Post bekommst du gemeine Kommentare  
zu deinem Körper.

Ein Freund von dir erzählt dir, dass er jeden Tag 12 Stunden auf TikTok ist  
um Bra\*nrot zu schauen.

Ein Influencer sagt, dass er mit Insta jeden Monat 7.000 € verdient.

Auf TikTok siehst du, wie Burschen Mädchen „pranken“, in dem sie sie in der  
Öffentlichkeit einfach umarmen.

Du siehst ein Reel oder TikTok, wo eine Person über „Ausländer“ schimpft.

Eine Influencerin zeigt in einem Live ihre Skincare-Kollektion,  
sie hat über 20 verschiedene Produkte für ihre Haut.

Du findest einen Account, wo eine junge Frau die ganze Zeit Videos postet,  
was sie alles für ihren Freund kocht.

## VORLAGE SKALASÄTZE

(Beispielsätze)

Du folgst einer Influencerin, die in ihren Posts zeigt, was für ein schönes Leben  
sie zuhause hat, weil ihr Mann sie komplett versorgt.

Du folgst einem Influencer, der sehr reich zu sein scheint und der immer  
von schönen Frauen umringt wird.

Ich stimme zu oder nicht:  
Influencer\*in sein ist leicht und man kann sehr viel Geld verdienen.



# Fishbowl-Diskussion

<b>Thema</b>	Diskussion eines klar umrissenen, häufig kontroversen Themas oder einer Leitfrage
<b>Ziele</b>	Strukturierte Diskussion, aktives Zuhören, Sichtbarmachung unterschiedlicher Perspektiven, ausgewogene Redeanteile, Reflexion des Diskussions- und Beteiligungsprozesses
<b>Dauer</b>	30 bis 60 Minuten
<b>Voraussetzungen &amp; Vorkenntnisse</b>	Grundlegende Gesprächsregeln sind bekannt, das Thema wurde bereits eingeführt. Es sind keine speziellen Vorkenntnisse erforderlich
<b>Gruppengröße</b>	Geeignet für die gesamte Klasse oder Gruppe <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Innenkreis: ca. 3–6 Personen</li> <li>▪ Außenkreis: ca. 5–30 Personen</li> </ul>
<b>Zielgruppe</b>	Jugendliche ab ca. 14 Jahren
<b>Setting</b>	Sesselkreis mit Innen- und Außenkreis, optional ein freier Sessel im Innenkreis, Moderation am Rand
<b>Materialien</b>	Sessel, optional Timer, Flipchart/Whiteboard, optional Beobachtungsaufträge für den Außenkreis
<b>Ablauf</b>	Die Fishbowl-Sitzordnung besteht aus zwei konzentrischen Sesselkreisen. Der kleinere Innenkreis besteht aus etwa fünf bis neun Sesseln. Der Außenkreis umfasst alle weiteren Teilnehmenden. Im Innenkreis befindet sich mindestens ein Sessel mehr als aktive Diskutant*innen, sodass jederzeit ein Wechsel aus dem Außenkreis möglich ist.



## Der Innenkreis – das eigentliche „Goldfischglas“:

Aus dem Plenum werden Personen ausgewählt, die unterschiedliche Positionen, Perspektiven oder Erfahrungen zum Thema einbringen. Die Diskussion findet ausschließlich im Innenkreis statt. Die Teilnehmenden im Außenkreis hören zunächst zu.

## Der Außenkreis – das aktive Publikum:

Möchte eine Person aus dem Außenkreis einen Beitrag leisten, wechselt sie auf den freien Sessel im Innenkreis, bringt ihren Beitrag ein und kehrt anschließend wieder in den Außenkreis zurück.

Diese Durchlässigkeit zwischen Außen- und Innenkreis kann flexibel gestaltet werden:

- Es können ein oder mehrere freie Stühle im Innenkreis vorgesehen werden.
- Teilnehmende aus dem Innenkreis können freiwillig in den Außenkreis wechseln und so Plätze freimachen.

## Die Fishbowl-Regeln:

- Diskutieren dürfen ausschließlich die Teilnehmenden im Innenkreis.
- Der Außenkreis hört aufmerksam zu.
- Der freie Sessel im Innenkreis kann von jeder Person aus dem Außenkreis zeitlich begrenzt besetzt werden.
- Teilnehmende im Innenkreis können diesen jederzeit verlassen und in den Außenkreis wechseln.

## Tipps & Erfahrungen

- Leitfrage klar und verständlich formulieren.
- Regeln zu Beginn erklären und sichtbar machen.
- Innenkreis bewusst zusammensetzen, Wechsel aktiv einladen.
- Redeanteile im Blick behalten, Dominanz begrenzen.
- Außenkreis durch Beobachtungsaufträge aktiv halten.
- Zeitlich klar strukturieren und Reflexion einplanen.

## Alpha Male

Der Begriff „bezeichnet ein Männlichkeitsideal, das vor allem in Social Media und bestimmten Online-Communities verbreitet ist. Ein „Alpha Male“ wird als dominant, stark, erfolgreich und überlegen dargestellt – jemand, der führt, Kontrolle hat und wenig Gefühle zeigt.

Dieses Bild ist stark vereinfacht und stammt aus missverständlichen Tiervergleichen, die auf Menschen nicht übertragbar sind. In der Realität gibt es viele unterschiedliche Arten, Mann zu sein. Das Alpha-Male-Ideal kann Druck auf Jungen und Männer ausüben, immer stark wirken zu müssen, und trägt dazu bei, Frauen sowie Männer, die diesem Ideal nicht entsprechen, abzuwerten.

Das Ideal setzt Jungen unter Druck, Stärke und Dominanz zu zeigen, und wertet Frauen sowie Männer ab, die sensibel, fürsorglich oder anders sind.

Die 80/20-Idee stammt aus bestimmten Online-Communities und behauptet vereinfacht, dass nur 20 % der Männer für 80 % der Frauen attraktiv seien. Diese These wird nicht wissenschaftlich belegt, sondern nutzt Frust über Dating oder Beziehungen, um komplexe soziale Themen stark zu vereinfachen. Sie wird oft genutzt, um persönliche Enttäuschungen zu erklären und Schuld bei Frauen oder „der Gesellschaft“ zu suchen.

bezeichnet die Ablehnung oder Bekämpfung von Feminismus und Gleichberechtigung. Antifeministische Einstellungen stellen Forderungen nach gleichen Rechten und Chancen für alle Geschlechter oft als übertrieben, gefährlich oder ungerecht dar.

Der Begriff stellt Männer als Opfer dar und Frauen als berechnend oder oberflächlich, was Geschlechterkonflikte verschärft und Frauenfeindlichkeit fördert.

Häufig wird behauptet, Feminismus würde Männer benachteiligen oder traditionelle Werte zerstören. Dabei werden komplexe gesellschaftliche Probleme stark vereinfacht und Frauen, queere Personen oder feministische Bewegungen abgewertet. Antifeminismus kann zu Diskriminierung beitragen und demokratische Grundwerte wie Gleichstellung und Respekt infrage stellen.

Ein Algorithmus ist ein technisches System, das anhand deines Verhaltens entscheidet, welche Inhalte dir angezeigt werden. Likes, Watchtime, Kommentare oder Suchanfragen beeinflussen, was du häufiger siehst. Ziel ist es, dich möglichst lange auf der Plattform zu halten, nicht unbedingt, dir ausgewogene oder gesunde Inhalte zu zeigen.

Antifeministische Inhalte stellen Gleichberechtigung oft als Bedrohung für Männer dar und sprechen gezielt verunsicherte Jungen und Männer an. Gleichzeitig werden Frauen und queere Personen abgewertet, ihre Erfahrungen unsichtbar gemacht oder ihre Forderungen nach Gleichstellung delegitimiert.

Algorithmen verstärken Rollenbilder, indem sie Mädchen häufiger Körper- und Schönheitseinhalte zeigen und Jungen öfter Dominanz-, Erfolgs- oder Fitnessinhalte.

ist ein umgangssprachlicher Begriff aus dem Internet und bedeutet wörtlich „Gehirnfäule“. Er beschreibt Inhalte, die extrem kurz, laut, oberflächlich oder stark wiederholend sind und oft stundenlang

konsumiert werden, ohne wirklichen Mehrwert zu bieten.

Typisch für „brainrot“-Inhalte sind schnelle Schnitte, Trends ohne Inhalt, endlose Memes oder Videos, die nur darauf ausgelegt sind, Aufmerksamkeit zu halten. Der Begriff wird meist ironisch verwendet, weist aber auf reale Effekte hin, wie Reizüberflutung, Konzentrationsprobleme oder das Gefühl, „nicht abschalten zu können“.

Brainrot ist kein medizinischer Begriff, sondern eine kritische Beschreibung dafür, wie Social Media unser Denken und unsere Aufmerksamkeit beeinflussen kann.

#### **Geschlechtsspezifische Perspektive:**

Brainrot-Inhalte betreffen alle Geschlechter, zeigen sich aber oft in unterschiedlichen Formen. Mädchen konsumieren häufiger stark visuelle Inhalte zu Schönheit, Lifestyle oder Beziehungen, während Jungen eher Gaming-, Meme- oder provokative Inhalte sehen. Dadurch können stereotype Interessen weiter verstärkt und unterschiedliche Formen von Druck oder Überreizung erzeugt werden.

### Care Arbeit / Sorgearbeit

bezeichnet Tätigkeiten, bei denen Menschen sich um andere kümmern und Verantwortung übernehmen. Dazu gehören zum Beispiel Kinderbetreuung, Pflege von kranken oder älteren Menschen, Hausarbeit, emotionale Unterstützung oder Organisation des Alltags.

Diese Arbeit ist für das Zusammenleben in der Gesellschaft sehr wichtig, wird aber oft schlecht oder gar nicht bezahlt und wenig anerkannt. Care-Arbeit wird überwiegend von Frauen übernommen, was zu Ungleichheiten zwischen den Geschlechtern beiträgt. Deshalb ist Care-Arbeit auch ein wichtiges Thema in Diskussionen über Gleichberechtigung.

#### **Geschlechtsspezifische Perspektive:**

Care-Arbeit wird überwiegend Frauen zugeschrieben, während Männer seltener dafür anerkannt oder dazu ermutigt werden.

### catfishing

bezeichnet eine Form der Täuschung im Internet, bei der sich jemand als eine andere Person ausgibt. Dabei werden zum Beispiel falsche Fotos, erfunde

dene Namen oder komplett ausgedachte Lebensgeschichten verwendet, um Vertrauen aufzubauen.

Ziel von Catfishing kann emotionale Manipulation, finanzielle Ausbeutung oder das Erlangen von Aufmerksamkeit sein. Für Betroffene kann das sehr verletzend sein, weil echte Gefühle ausgenutzt werden. Deshalb ist es wichtig, online vorsichtig mit persönlichen Informationen umzugehen.

#### **Geschlechtsspezifische Perspektive:**

Frauen und Mädchen sind häufiger von Catfishing betroffen, da Täter gezielt emotionale Nähe, romantische Erwartungen und traditionelle Geschlechterrollen ausnutzen. Gleichzeitig wird von Jungen und Männern oft erwartet, weniger verletzlich zu sein, weshalb sie seltener über Erfahrungen mit Catfishing sprechen oder sich Hilfe holen.

### Content Creator

Das ist eine Person, die regelmäßig Inhalte für das Internet erstellt und veröffentlicht. Dazu gehören zum Beispiel Videos, Fotos, Texte, Podcasts oder Livestreams auf Plattformen wie TikTok, Instagram, YouTube oder Twitch.

Content Creator informieren, unterhalten oder teilen ihre Meinungen und Erlebnisse. Manche machen das als Hobby, andere verdienen damit Geld – zum Beispiel durch Werbung, Kooperationen oder Spenden.

#### **Geschlechtsspezifische Perspektive:**

Content Creatorinnen werden häufiger nach ihrem Aussehen, ihrem Körper oder ihrem Auftreten bewertet, während männliche Content Creator eher für ihre Meinungen, ihren Humor oder ihre Expertise wahrgenommen werden. Dadurch gelten für unterschiedliche Geschlechter oft unterschiedliche Erwartungen und Maßstäbe an Erfolg und Sichtbarkeit.

### Cyber Grooming

bezeichnet eine Form von Online-Missbrauch, bei der Erwachsene gezielt Kontakt zu Kindern oder Jugendlichen im Internet aufnehmen, um Vertrauen aufzubauen und sie später sexuell zu manipulieren oder auszunutzen.

Das passiert zum Beispiel über Chats, soziale Medien, Messenger oder Online-Spiele. Täter\*innen geben sich dabei oft als Gleichaltrige aus, machen

Komplimente, zeigen Verständnis oder versprechen Aufmerksamkeit und Geschenke. Ziel ist es, Grenzen Schritt für Schritt zu verschieben.

Cyber Grooming ist strafbar und sehr ernst zu nehmen. Wichtig ist: Betroffene tragen keine Schuld, und es ist immer richtig, sich Hilfe zu holen (z. B. bei Vertrauenspersonen, Beratungsstellen oder der Polizei).

#### **Geschlechtsspezifische Perspektive:**

Mädchen sind besonders häufig betroffen, Jungen sprechen seltener über Erlebnisse und holen sich weniger Hilfe.

### Deepfake

Ein Deepfake ist ein mit künstlicher Intelligenz (KI) erstelltes oder stark verändertes Bild, Video oder eine Tonaufnahme, die täuschend echt wirkt. Dabei wird zum Beispiel das Gesicht oder die Stimme einer Person so manipuliert, dass es aussieht oder klingt, als würde sie etwas sagen oder tun, was in Wirklichkeit nie passiert ist.

Deepfakes können für Spaß oder Filme genutzt werden, werden aber auch missbräuchlich eingesetzt – etwa um Menschen zu täuschen, zu bloßstellen oder zu erpressen. Besonders problematisch sind Deepfakes, wenn sie ohne Einwilligung erstellt werden oder zur Verbreitung von Falschinformationen oder digitaler Gewalt dienen.

#### **Geschlechtsspezifische Perspektive:**

Frauen sind häufiger Ziel sexualisierter Deepfakes, was Machtmissbrauch und digitale Gewalt verstärkt.

### Fortnite

ist ein sehr beliebtes Online-Videospiel, das man allein oder mit anderen über das Internet spielt. Am bekanntesten ist der Battle-Royale-Modus: Viele Spieler\*innen landen gleichzeitig auf einer Insel, sammeln Ausrüstung und versuchen, als letzte Person oder letztes Team übrig zu bleiben.

Neben Kämpfen gibt es auch kreative Modi, in denen eigene Welten gebaut oder Minispiele gespielt werden können. Fortnite ist stark sozial geprägt, da man über Sprach- oder Textchat mit anderen kommuniziert. Wie bei vielen Online-Spielen ist dabei ein respektvoller Umgang wichtig, da es auch zu Beleidigungen oder Mobbing kommen kann.

#### **Geschlechtsspezifische Perspektive:**

Mädchen erleben häufiger Abwertung oder Sexismus, da Gaming oft als männlich wahrgenommen wird.

### Influencer\*in

Das ist eine Person, die auf sozialen Medien viele Follower hat und dadurch andere Menschen beeinflussen kann. Influencer\*innen teilen zum Beispiel Inhalte aus ihrem Alltag, geben Meinungen weiter, setzen Trends oder empfehlen Produkte.

Viele Influencer\*innen verdienen Geld durch Werbung oder Kooperationen mit Firmen. Dabei wirken die Inhalte oft persönlich und authentisch, sind aber teilweise gezielt gestaltet, um Aufmerksamkeit zu bekommen oder Produkte zu verkaufen.

#### **Geschlechtsspezifische Perspektive:**

Influencerinnen stehen stärker unter Schönheitsdruck, Influencer erhalten oft mehr Anerkennung für Meinungen.

### Instagram

ist eine soziale-Medien-Plattform, auf der Nutzer\*innen Fotos und Videos teilen können. Dazu gehören Beiträge im Feed, kurze Videos (Reels) und zeitlich begrenzte Inhalte (Stories). Andere können diese Inhalte liken, kommentieren oder weiterverbreiten.

Instagram legt großen Wert auf Selbstdarstellung, Vergleich und Sichtbarkeit. Likes, Followerzahlen und Kommentare spielen eine wichtige Rolle und können beeinflussen, wie Menschen sich selbst und andere wahrnehmen.

#### **Geschlechtsspezifische Perspektive:**

Instagram verstärkt häufig geschlechtsspezifische Rollenbilder. Mädchen und junge Frauen stehen besonders unter Druck, bestimmten Schönheitsidealen zu entsprechen, da Aussehen, Körper und Selbstdarstellung stark bewertet werden. Jungen und junge Männer sehen häufiger Inhalte zu Fitness, Status oder Erfolg, was ebenfalls Leistungs- und Vergleichsdruck erzeugen kann. Zudem sind Frauen und queere Personen auf Instagram öfter von sexualisierten Kommentaren, Abwertung oder Hass betroffen.

### lookmaxing

ist ein Trend aus bestimmten Online-Communities, bei dem das eigene Aussehen als besonders wichtig



für Erfolg, Anerkennung oder Beziehungen dargestellt wird. Ziel ist es, durch Fitness, Styling, Kleidung, Hautpflege oder auch kosmetische Eingriffe möglichst „attraktiv“ zu wirken.

Problematisch ist, dass Lookmaxing den Selbstwert stark auf das Äußere reduziert und unrealistische Schönheitsideale fördert. Besonders junge Menschen können dadurch unter Druck geraten, ständig an ihrem Aussehen arbeiten zu müssen, statt sich auf ihre individuellen Stärken zu konzentrieren.

#### **Geschlechtsspezifische Perspektive:**

Lookmaxing richtet sich vor allem an Jungen und junge Männer und vermittelt, dass Aussehen, Status und körperliche Attraktivität entscheidend für Anerkennung und Erfolg seien. Dadurch entsteht Druck, bestimmten männlichen Schönheits- und Erfolgsbildern zu entsprechen, während Gefühle, Persönlichkeit und Vielfalt abgewertet werden.

### **Manosphere**

Die Manosphere (deutsch etwa: „Männer-Sphäre“) bezeichnet ein loses Netzwerk aus Online-Communities, Blogs, Foren, YouTube-Kanälen und Social-Media-Accounts, in denen sich Inhalte rund um Männlichkeit, Beziehungen, Dating und Geschlechterrollen sammeln.

Ursprünglich ging es in manchen Bereichen um Austausch über Probleme von Männern (z. B. Einsamkeit, Unsicherheit, Beziehungserfahrungen). In vielen Teilen der Manosphere haben sich jedoch problematische und extrem vereinfachte Weltbilder etabliert.

Typische Merkmale der Manosphere sind:

- starke Ablehnung von Feminismus
- Darstellung von Männern als benachteiligt oder „unterdrückt“
- Abwertung von Frauen, die oft als manipulativ, oberflächlich oder schuld an Problemen dargestellt werden
- starre Männlichkeitsbilder (z. B. „Alpha“, „Sigma“, „red pill“)
- einfache Erklärungen für komplexe soziale und persönliche Probleme

Zur Manosphere zählen verschiedene Strömungen, z. B.:

- Red-Pill-Communities
- Incel-Foren (unfreiwillig Enthaltene)
- Pick-Up-Artist-Szenen

- Manfluencer, die toxische Männlichkeit oder Antifeminismus verbreiten

Problematisch ist, dass Inhalte aus der Manosphere Frust, Wut und Unsicherheit gezielt ansprechen und Jugendliche schrittweise in frauenfeindliche, demokratiefeindliche oder extremistische Denkweisen hineinziehen können. Deshalb ist Medienkritik und Aufklärung in diesem Bereich besonders wichtig.

#### **Geschlechtsspezifische Perspektive:**

In der Manosphere werden Männer häufig als Opfer dargestellt, die von Feminismus, Frauen oder der Gesellschaft benachteiligt würden. Frauen erscheinen dabei oft als Gegnerinnen, manipulative Akteurinnen oder als Ursache persönlicher Probleme von Männern. Dadurch wird Verantwortung nach außen verschoben und Frust kanalisiert.

Für Jungen und junge Männer kann die Manosphere besonders anziehend sein, weil sie einfache Erklärungen, klare Rollenbilder und ein Gefühl von Zugehörigkeit bietet. Gleichzeitig verstärkt sie toxische Männlichkeitsbilder, entwertet Gefühle und schadet sowohl Männern selbst als auch Frauen und queeren Personen, die durch diese Inhalte abgewertet oder angegriffen werden.

### **Matrix**

Der Begriff „Matrix“ stammt ursprünglich aus dem Film Matrix (1999) und bezeichnet dort eine künstliche Welt, in der Menschen leben, ohne zu merken, dass sie kontrolliert werden.

In sozialen Medien und bestimmten Online-Communities wird der Begriff heute oft anders verwendet: Er steht dort für die Vorstellung, die Gesellschaft würde Menschen „belügen“ oder manipulieren, und nur wenige hätten diese Wahrheit erkannt. Wer sich selbst als „außerhalb der Matrix“ sieht, glaubt oft, schlauer oder iaufgeklärter zu sein als andere.

Problematisch ist, dass mit dem Matrix-Begriff komplexe gesellschaftliche Themen stark vereinfacht werden und er häufig in Verbindung mit Verschwörungserzählungen oder antifeministischen Weltbildern genutzt wird.

#### **Geschlechtsspezifische Perspektive:**

Der Matrix-Begriff wird in vielen Online-Communities genutzt, um Männer als angeblich un-

terdrückt oder „getäuscht“ darzustellen, während Frauen oft als Teil dieses Systems gesehen werden.

Häufig wird behauptet, Männer würden von Feminismus, Medien oder „der Gesellschaft“ benachteiligt, während Frauen davon profitieren würden. Dadurch werden Frauen abgewertet und als Gegnerinnen dargestellt, statt gesellschaftliche Probleme differenziert zu betrachten. Der Matrix-Begriff verstärkt so Geschlechterkonflikte und fördert ein vereinfachtes Wir-gegen-sie-Denken.

### **Minecraft**

ist ein kreatives Computerspiel, in dem Spieler\*innen aus würfelförmigen Bausteinen eigene Welten bauen und erkunden können. Es gibt kein festes Ziel – man kann bauen, Ressourcen sammeln, Abenteuer erleben oder gemeinsam mit anderen spielen.

Minecraft fördert Kreativität, Problemlösen und Zusammenarbeit und wird sowohl allein als auch im Online-Multiplayer gespielt. Durch seine offene Spielweise ist es für viele Altersgruppen beliebt und wird auch im Bildungsbereich eingesetzt.

#### **Geschlechtsspezifische Perspektive:**

Das Spiel ist zwar vergleichsweise offen und kreativ ist, wird aber trotzdem von gesellschaftlichen Rollenbildern beeinflusst.

Jungen werden häufiger als „typische Gamer“ wahrgenommen und ihre Spielkompetenz wird oft automatisch angenommen. Mädchen hingegen müssen ihre Fähigkeiten im Spiel häufiger beweisen oder erleben, dass sie weniger ernst genommen werden. Gleichzeitig bietet Minecraft durch seine kreative und kooperative Spielweise gute Möglichkeiten, starre Geschlechterrollen aufzubrechen.

### **Online-Multiplayer-Spiele**

sind Videospiele, die über das Internet gespielt werden und bei denen mehrere Menschen gleichzeitig miteinander oder gegeneinander spielen. Die Spieler\*innen können sich dabei oft über Sprach- oder Textchat austauschen und gemeinsam Aufgaben lösen, gegeneinander antreten oder in Teams spielen.

Solche Spiele fördern Zusammenarbeit, Wettbewerb und soziale Interaktion, können aber auch Herausforderungen mit sich bringen, zum Beispiel durch Beleidigungen, Mobbing oder unfairen Um-

gang. Deshalb ist ein respektvolles Verhalten im Spiel besonders wichtig.

#### **Geschlechtsspezifische Perspektive:**

Mädchen und Frauen erleben in Online-Spielen häufiger Sexismus, abwertende Kommentare oder werden nicht ernst genommen – besonders in Sprachchats. Sie müssen ihre Fähigkeiten oft stärker beweisen als männliche Spieler. Jungen und Männer stehen hingegen häufig unter Druck, leistungsstark, dominant oder aggressiv aufzutreten, da dies mit „typischer Männlichkeit“ im Gaming verbunden wird.

Diese Dynamiken können Rollenbilder verstärken und dazu führen, dass sich manche Jugendliche aus dem Gaming-Bereich zurückziehen oder sich an problematische Verhaltensweisen anpassen.

### **Rabbit Hole**

bezeichnet den Prozess, bei dem man im Internet immer tiefer in ein bestimmtes Thema hineingezogen wird. Durch Algorithmen werden nach und nach ähnliche Inhalte angezeigt, sodass man immer einseitigere oder extremere Beiträge sieht, oft ohne es bewusst zu merken.

Dabei kann es passieren, dass andere Perspektiven kaum noch vorkommen und sich die eigene Sicht auf ein Thema stark verengt. Besonders problematisch wird ein Rabbit Hole, wenn es zu extremen Ideologien, Verschwörungserzählungen, Hass oder ungesunden Trends führt.

#### **Geschlechtsspezifische Perspektive:**

Jungen und junge Männer geraten häufiger in Rabbit Holes rund um Themen wie Dominanz, Erfolg, antifeministische Narrative oder extremistische Weltbilder. Mädchen und junge Frauen werden dagegen öfter in Inhalte zu Körperbildern, Diäten, Schönheit oder Selbstoptimierung hineingezogen.

Diese geschlechtsspezifischen Pfade entstehen durch Algorithmen und verstärken bestehende Rollenbilder. Sie können dazu führen, dass Jugendliche einseitige oder problematische Vorstellungen über sich selbst, andere und die Gesellschaft entwickeln.

### **rage-bait**

Rage-bait bezeichnet Inhalte, die absichtlich provozieren, schockieren oder wütend machen sollen, um

möglichst viel Aufmerksamkeit zu bekommen. Ziel ist es, starke Emotionen wie Ärger oder Empörung auszulösen, damit Menschen kommentieren, teilen oder diskutieren – denn genau das sorgt für Reichweite.

Solche Inhalte sind oft überspitzt, unfair oder bewusst verletzend formuliert und können sich zum Beispiel gegen bestimmte Gruppen, Geschlechter oder Meinungen richten. Rage-bait trägt dazu bei, Konflikte anzuheizen, Feindbilder zu verstärken und Diskussionen zu emotionalisieren, statt sachlich zu informieren.

#### **Geschlechtsspezifische Perspektive:**

Bei Rage-Bait zeigt sich, dass Provokation sehr oft gezielt über Geschlechterthemen funktioniert. Rage-Bait-Inhalte greifen häufig Konflikte rund um Feminismus, Männer- und Frauenrollen oder Gleichberechtigung auf, weil diese Themen starke Emotionen auslösen. Dabei werden Frauen und queere Personen oft abgewertet oder lächerlich gemacht, um Wut und Gegenreaktionen zu provozieren. Gleichzeitig werden Männer als Opfer dargestellt oder in ihrer Männlichkeit angegriffen, um Frust und Aggression zu verstärken.

So trägt Rage-Bait dazu bei, Geschlechter gegeneinander auszuspielen, Vorurteile zu verstärken und ein respektvolles Miteinander zu erschweren.

#### **red pill**

Der Begriff stammt ursprünglich aus dem Film Matrix und wird dort als Symbol für das Erkennen einer verborgenen Wahrheit verwendet. In vielen Online-Communities hat der Begriff jedoch eine andere, problematische Bedeutung bekommen.

Heute wird „red pill“ vor allem in bestimmten Internet-Subkulturen genutzt, um zu behaupten, man habe „die wahre Realität“ über Beziehungen, Geschlechterrollen oder die Gesellschaft erkannt. Dabei wird oft vermittelt, dass Männer angeblich benachteiligt seien und Frauen manipulativ, oberflächlich oder nur an Status interessiert wären. Diese Sichtweisen sind stark vereinfacht, nicht wissenschaftlich belegt und dienen häufig dazu, Frust oder persönliche Enttäuschungen zu erklären.

#### **Geschlechtsspezifische Perspektive:**

Der Begriff wird häufig in antifeministischen, frauenfeindlichen oder extremen Online-Communities verwendet und kann dazu beitragen, Misstrauen

zwischen den Geschlechtern zu verstärken sowie problematische Rollenbilder zu verbreiten.

#### **Roblox**

ist eine Online-Spielplattform, auf der Nutzer\*innen nicht nur spielen, sondern auch eigene Spiele und virtuelle Welten erstellen können. Die Spiele werden größtenteils von der Community selbst entwickelt und reichen von Abenteuern über Rollenspiele bis hin zu Simulationen. Roblox ist besonders bei Kindern und Jugendlichen beliebt und kann allein oder gemeinsam mit anderen online gespielt werden.

Gleichzeitig ist Roblox auch ein soziales Netzwerk: Spieler\*innen können chatten, Avatare gestalten und mit anderen interagieren. Dadurch bietet die Plattform viele kreative Möglichkeiten, birgt aber auch Risiken wie unangemessene Inhalte, In-Game-Käufe, Mobbing oder Cyber Grooming. Deshalb ist es wichtig, Altersfreigaben, Privatsphäre-Einstellungen und den eigenen Umgang mit Kontakten bewusst zu beachten.

#### **Geschlechtsspezifische Perspektive:**

Viele junge Nutzerinnen, aber auch Risiken wie Grooming und Rollenstereotype.

#### **sigma**

Der Begriff „sigma“ (oder „Sigma Male“) stammt aus Social-Media- und Internetkulturen und beschreibt ein angebliches Männlichkeitsideal. Gemeint ist ein Mann, der als unabhängig, emotionslos, überlegen und erfolgreich dargestellt wird und sich bewusst von gesellschaftlichen Regeln oder Beziehungen abgrenzt. Im Gegensatz zum „Alpha Male“ steht der Sigma-Mann angeblich außerhalb von Hierarchien und braucht niemanden.

Dieses Bild ist jedoch stark vereinfacht und unrealistisch. Es wertet Gefühle, Nähe und Zusammenarbeit ab und stellt emotionale Distanz als Stärke dar.

#### **Geschlechtsspezifische Perspektive:**

Der Begriff wird häufig im Zusammenhang mit toxischer Männlichkeit verwendet und kann Druck auf Jungen und Männer ausüben, keine Schwäche zu zeigen oder sich von anderen abzugrenzen.

#### **Skinnytok**

bezeichnet einen Trend auf TikTok, bei dem extrem schlanke Körper als Ideal dargestellt werden. Unter

Hashtags wie #skinnytok oder ähnlichen Begriffen werden Inhalte verbreitet, die starkes Abnehmen, restriktives Essverhalten oder ungesunde Schönheitsideale zeigen oder verherrlichen.

#### **Geschlechtsspezifische Perspektive:**

Diese Inhalte können besonders für Mädchen\* problematisch sein, da sie Druck erzeugen, einem unrealistischen Körperbild zu entsprechen, und Essstörungen oder ein gestörtes Verhältnis zum eigenen Körper fördern können. Skinnytok wird daher kritisch gesehen, weil er körperliche und psychische Gesundheit gefährden kann.

#### **Soziale Medien (Social Media)**

sind digitale Plattformen und Apps, über die Menschen Inhalte erstellen, teilen und miteinander in Kontakt treten können. Dazu gehören zum Beispiel das Posten von Fotos und Videos, das Schreiben von Kommentaren, das Liken von Beiträgen oder das Kommunizieren über Chats und Nachrichten.

Soziale Medien ermöglichen Austausch, Information und Unterhaltung, prägen aber auch Meinungen, Selbstbilder und Rollenbilder. Durch Algorithmen werden bestimmte Inhalte häufiger gezeigt als andere, was beeinflussen kann, wie Menschen die Welt wahrnehmen. Deshalb ist ein bewusster und kritischer Umgang mit sozialen Medien wichtig.

#### **Geschlechtsspezifische Perspektive:**

Soziale Medien verstärken häufig bestehende Rollenbilder: Mädchen und junge Frauen werden stärker über Aussehen, Körper, Beziehungen und Selbstoptimierung angesprochen und bewertet. Likes, Kommentare und Vergleichsdruck können dadurch besonders belastend wirken.

Jungen und junge Männer sehen häufiger Inhalte zu Stärke, Erfolg, Status, Fitness oder Dominanz, was Druck erzeugen kann, bestimmten Männlichkeitsidealen zu entsprechen.

Zudem sind Frauen und queere Personen in sozialen Medien häufiger von Hass, Sexismus oder sexualisierten Kommentaren betroffen. Gleichzeitig werden männliche Stimmen in öffentlichen Online-Diskussionen oft ernster genommen. So tragen soziale Medien dazu bei, Ungleichheiten zwischen den Geschlechtern sichtbar zu machen oder weiter zu verstärken.

#### **TikTok**

ist eine soziale-Medien-App, auf der kurze Videos geteilt und angesehen werden können. Die Inhalte reichen von Unterhaltung, Musik und Trends über Comedy bis hin zu politischen oder gesellschaftlichen Themen. Nutzer\*innen können Videos liken, kommentieren, teilen oder selbst Inhalte erstellen.

Besonders prägend ist der stark algorithmusgesteuerte „For You“-Feed: Er zeigt Videos basierend darauf, was man anschaut, liked oder länger betrachtet. Dadurch verbreiten sich Trends sehr schnell, und Nutzer\*innen können gezielt bestimmte Inhalte sehen – sowohl positive als auch problematische.

#### **Geschlechtsspezifische Perspektive:**

Mädchen und junge Frauen bekommen häufiger Videos zu Körper, Schönheit, Beziehungen oder Selbstoptimierung angezeigt und stehen dadurch stärker unter Vergleichs- und Schönheitsdruck. Jungen und junge Männer sehen öfter Inhalte zu Stärke, Erfolg, Dominanz oder sogenannten „Alpha-“ oder „Sigma“-Männlichkeitsbildern, was Druck erzeugen kann, bestimmten Rollenbildern zu entsprechen.

Gleichzeitig sind Frauen und queere Personen auf TikTok häufiger von sexualisierten Kommentaren, Hate oder Abwertung betroffen. So kann TikTok bestehende Geschlechterrollen verstärken, aber auch Raum für Gegenbewegungen und kritische Inhalte bieten.

#### **Toxische Männlichkeit**

beschreibt schädliche Vorstellungen davon, wie Männer „sein sollen“. Dazu gehören Erwartungen wie immer stark zu sein, keine Gefühle zu zeigen, dominant aufzutreten, Probleme allein zu lösen oder andere zu kontrollieren.

Diese Vorstellungen sind problematisch, weil sie Männern selbst schaden können – zum Beispiel indem sie es erschweren, über Gefühle zu sprechen oder Hilfe anzunehmen. Gleichzeitig können sie zu Abwertung, Aggression oder Gewalt gegenüber anderen führen, besonders gegenüber Frauen, queeren Personen oder Männern, die nicht diesem Ideal entsprechen.

#### **Geschlechtsspezifische Perspektive:**

Toxische Männlichkeit setzt vor allem Jungen und Männer unter Druck, bestimmten Rollenbildern zu

entsprechen, wie Stärke, Dominanz und emotionale Härte. Gefühle, Verletzlichkeit oder Fürsorge werden abgewertet, was die psychische Gesundheit von Männern beeinträchtigen kann. Gleichzeitig trägt toxische Männlichkeit dazu bei, Frauen und queere Personen abzuwerten, Machtungleichheiten zu verstärken und Gewalt oder Grenzüberschreitungen zu legitimieren.

TradWife

ist die Abkürzung für „Traditional Wife“ und bezeichnet einen Trend in sozialen Medien, bei dem ein traditionelles Rollenbild von Frauen idealisiert wird. Dabei werden Frauen als glücklich dargestellt, wenn sie sich hauptsächlich um Haushalt, Kinder und ihren Partner kümmern und wirtschaftlich von ihm abhängig sind.

Auf Social Media wird dieses Lebensmodell oft sehr ästhetisch und romantisiert gezeigt, ohne auf Abhängigkeiten, fehlende Gleichberechtigung oder mögliche Nachteile einzugehen.

Geschlechtsspezifische Perspektive:

Der TradWife-Trend stärkt traditionelle Geschlechterrollen, in denen Frauen auf Fürsorge, Hausarbeit und Abhängigkeit reduziert werden, während Männer als Versorger und Entscheider dargestellt werden. Dadurch können Gleichberechtigung und vielfältige Lebensentwürfe unsichtbar gemacht werden. Gleichzeitig entsteht Druck auf Frauen, sich diesem Ideal anzupassen, und auf Männer, die Rolle des alleinigen Ernährers zu erfüllen.

WhatsApp

ist eine Messenger-App, mit der Menschen über das Internet Nachrichten austauschen können. Nutzer\*innen können Textnachrichten schreiben, Sprachnachrichten verschicken, telefonieren, Videoanrufe machen sowie Fotos, Videos und Dokumente senden. Außerdem gibt es Einzel- und Gruppenchats.

WhatsApp wird häufig im Alltag genutzt – zum Kontakt mit Freund\*innen, Familie, Schulklassen oder Vereinen. Durch die ständige Erreichbarkeit kann aber auch Druck entstehen, schnell zu antworten oder immer online zu sein.

Geschlechtsspezifische Perspektive:

WhatsApp wird von allen Geschlechtern genutzt, kann aber geschlechtsspezifische Dynamiken verstärken. Mädchen und junge Frauen sind in Grup-

penchats häufiger von abwertenden Kommentaren, sexualisierten Nachrichten oder sozialem Druck betroffen. Jungen erleben eher Erwartungen, Stärke zu zeigen oder sich an bestimmten Gruppenregeln zu orientieren. Gruppenchats können so Räume sein, in denen Geschlechterrollen, Mobbing oder Ausgrenzung sichtbar werden.

X (früher Twitter)

ist eine soziale-Medien-Plattform, auf der Nutzer\*innen kurze Textbeiträge (Posts) veröffentlichen, kommentieren und teilen können. Die Plattform wird häufig für aktuelle Nachrichten, politische Diskussionen, Meinungsäußerungen und öffentliche Debatten genutzt.

X ermöglicht schnelle Verbreitung von Informationen, ist aber auch bekannt für starke Polarisierung, hitzige Diskussionen und die schnelle Verbreitung von Zuspitzungen oder Falschinformationen.

Geschlechtsspezifische Perspektive:

Auf X sind Frauen und queere Personen besonders häufig Ziel von Hassrede, Beleidigungen und Bedrohungen. Männliche Stimmen werden in öffentlichen Diskussionen oft ernster genommen und stärker sichtbar gemacht. Dadurch können bestehende Macht- und Geschlechterungleichheiten im digitalen Raum weiter verstärkt werden.

YouTube

ist eine Videoplattform, auf der Nutzer\*innen Videos ansehen, hochladen und kommentieren können. Die Inhalte reichen von Unterhaltung und Musik über Tutorials und Gaming bis hin zu Nachrichten, Politik und Bildung.

Viele Menschen nutzen YouTube zur Information oder Freizeitgestaltung. Gleichzeitig beeinflussen Algorithmen, welche Videos besonders sichtbar sind, und können Meinungen, Interessen und Weltbilder prägen.

Geschlechtsspezifische Perspektive:

Auf YouTube sind Männer besonders stark in Bereichen wie Politik, Gaming oder Meinungsformaten vertreten und erhalten dort oft mehr Sichtbarkeit und Autorität. Frauen sind häufiger in Beauty-, Lifestyle- oder Vlog-Formaten präsent und werden in Kommentaren stärker nach ihrem Aussehen bewertet. Zudem sind Frauen und queere Personen häufiger von Hasskommentaren oder sexualisierten Angriffen betroffen.



