

FACHVORTRAG FÜR MULTIPLIKATOR*INNEN

Umgang mit Rollenbildern bei Kindern und Jugendlichen (durch Gaming und soziale Medien)

Wie komme ich mit Eltern ins Gespräch?

Worum es heute geht



Ziel: Rollenbilder verstehen – und Eltern dabei begleiten.

0 Thematischer Einstieg und Annäherung

1 Was Kindern online vorgelebt wird

2 Was das für Eltern bedeutet

3 Mit Eltern ins Gespräch kommen

4 Mitnehmen, austauschen, abschließen

Abfrage zum Einstieg



Wer prägt die Rollenbilder von Kindern und Jugendlichen?

Welche Personen, Kanäle, Influencer:innen oder Inhalte spielen aus Ihrer Sicht eine wichtige Rolle?



*Code scannen –
Antworten erscheinen
live.*

Kennen Sie diese Personen/Influencer:innen?

MontanaBlack

Andrew Tate

Nara Smith

Liv Schmidt

Drei Rollenbilder konkurrieren im Netz

Fast alle Inhalte folgen einer von drei Erzählungen über „richtige“ Männer und Frauen – gleichzeitig nebeneinander.



Muster 1

Klare Rollen, klare Hierarchie

- Oftmals stereotypes Rollenbild
- Der Mann führt und versorgt
- Frau ordnet sich unter, muss gut aussehen
- als „natürlich“ verkauft



Muster 2

Selbstopтимierung als Lebensinhalt

- Wert = Aussehen, Erfolg, Geld
- der Körper als Dauerprojekt
- Reichweite als Maßstab, Legitimation
- Mit "harter" Arbeit alles erreichen können



Muster 3

Vielfalt und Selbstbestimmung

- Authentisches Auftreten und (Selbst)Darstellung
- Diverse und plurale Lebensentwürfe
- Unterstützende Online-Communities, wichtige Informationsquelle für die jeweilige Gruppe

Welche Rollenbilder dominieren? (1 von 2)



Tradwife: die „traditionelle Ehefrau“

Muster 1

- nostalgisches Hausfrauen-Idyll
- Erfüllung durch Unterordnung
- Tür zu anti-feministischen Bildern

Beispiel: Nara Smith / „Ballerina Farm“ (auf TikTok und Insta gebündelte Reichweite von weit über 10 Millionen Follower:innen)



Manosphere: „Alpha“-Männlichkeit

Muster 1

- Dominanz, Stärke und Härte als Ideal – „Männer werden verweichlicht“
- Abwertung und Objektifizierung von Frauen
- von (sportlichen und finanziellen) Erfolgs-Tipps zur Frauenfeindlichkeit

Beispiele: Andrew Tate; im deutschsprachigen Raum u. a. Maximilian Pütz, Karl Ess



Looksmaxxing: Körper als Projekt

Muster 2

- Aussehen „maximieren“, Steigerung der eigenen Attraktivität (um jeden Preis)
- aus Incel- und Manosphere-Foren entsprungen
- gefährliche Selbstversuche, Substanzmissbrauch und riskante Schönheits-OPs

Beispiele: anonyme Online-Foren, TikTok-Codes (mewing, mogging, looks rating scale)

Welche Rollenbilder dominieren? (2 von 2)



Schönheits- und Schlankheitsdruck

Muster 2

- Beauty-Filter, „Clean Girl“, „SkinnyTok“
- makellostes, dünnes Ideal, Sexualisierung
- Erreicht bereits Kinder im Grundschulalter
- Gezielte Bewerbung von Beauty- und Abnehmprodukten

Beispiel: Liv Schmidt (SkinnyTok); „Sephora-Kids“



Politisierung und Desinformation

Muster 1

- „die (System)Medien lügen“
- rechte & islamistische Inhalte
- Männlichkeit + Politik verschmelzen
- Antidemokratische Tendenzen und Haltungen werden normalisiert und relativiert

Beispiel: Tim Kellner, Maximilian Krah (MdB), Muslim Interaktiv



Vielfalt und queere Sichtbarkeit

Muster 3

- Vorbilder jenseits der Norm
- Community und Halt
- Divers und feministisch
- Gegengewicht: kein Alarmismus

Beispiel: diverse (queere) Creator:innen und Polit-Accounts engagierter und woker Influencer:innen

Frage in die Runde: Welche dieser Rollenbilder begegnen Ihnen in der Praxis – und bei wem?

Auf welchen Plattformen das stattfindet

Fast alle Jugendlichen sind täglich online (rund 4 Stunden Smartphone-Zeit); etwa drei Viertel spielen regelmäßig. Jede Plattform hat ihre eigene Logik.



Eher von Mädchen genutzt

- Instagram: Beauty- und Körperkultur – aber auch feministische Stimmen
- TikTok: stark algorithmusgesteuert, Trends und Vergleich
- Pinterest: Ästhetik, „Clean Girl“, Inspiration
- Snapchat: enge Peer-Kommunikation



Eher von Jungen genutzt

- YouTube & Shorts: verstärken Manosphere- und Looksmaxxing-Trends
- Twitch: männlich geprägt, „Gamerboys vs. E-Girls“, Hass gegen Streamerinnen
- Discord: Gaming-Communities – auch Kanal für problematische Inhalte

Games sind nicht nur Spiel - sie sind sozialer Raum

Gerade die Spielewelten bleiben Erwachsenen meist verborgen – dabei passiert dort oft mehr als im Spiel selbst.



Was die Spiele selbst zeigen

- Männliche und weibliche Protagonist:innen als Held:innen
- Rückzugsort in fantastischen, weiten (Online-)Welten
- Männer kämpferisch – und oftmals die Handelnden
- Frauen (weiterhin) oftmals objektifiziert, sexualisiert und in „Nebenrollen“ gezwängt



Was in den Communities passiert

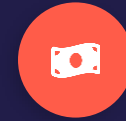
- Täglich millionenfacher Austausch via Discord, Reddit, in Live-Streams und Chats
- Viraler und spielspezifischer, „codierter“ Content
- Oftmals ungefilterte und unkommentierte Meinungen und Äußerungen außerhalb des Spiels
- Gezielte Ansprache und Erreichung junger Menschen über Plattformen wie Discord, häufig sehr einfacher Zugang zu jugendgefährdenden Inhalten

Vorbilder - und das Geschäft dahinter



Influencer:innen sind die neuen Vorbilder

- Bereits mit 10 Jahren: 7 von 10 Kindern haben Lieblings-Influencer:in
- Jungen → Gaming, Sport, Fitness & Gym, Hustle & Geld, Autos und Tech, Comedy/Memes/Brainrot
Mädchen → Beauty, Lifestyle, Ernährung, (Tanz)trends, Beziehung & „Drama“, Kreatives etc.
- Vorbilder, die nahbar wirken, werden am ehesten nachgeahmt



Ein Rollenbild ist oft ein Verkaufsargument

- Geld über Produkte, Rabattcodes, Bezahl-Kurse, Product-Placement
- Schleichwerbung – kaum als Werbung erkennbar
- 56 % der 13–19-Jährigen kauften schon influencer-empfohlen

Vier Zahlen, die aufhorchen lassen

34 %

junger Männer wurden gegenüber Frauen schon einmal handgreiflich, „um Respekt zu erzwingen“

17 %

der Jungen (6–15 J.) sehen Andrew Tate positiv – bei den 13- bis 15-Jährigen 23 %

23 Min.

bis zur ersten frauenfeindlichen Empfehlung bei neuen Jungen-Konten – später bis 78 % „toxisch“

≈ 26 %

der Jungen teilen ein geschlossenes, problematisches Weltbild (Dominanz, Ablehnung von Vielfalt)

Einordnung: Die erste Zahl stammt aus einer Befragung 18- bis 35-jähriger Männer – sie zeigt, wohin solche Normen führen können, nicht die Kinder selbst.

Quelle: Plan International „Spannungsfeld Männlichkeit“ (2023); YouGov; Dublin City University (2024); IZI/MaLisa Stiftung (2025)

Drei Befunde aus der Forschung



Jugendliche sind aktiv, nicht passiv

- sie nutzen Social Media zur Identitätssuche
- queere Jugendliche finden online Gleichgesinnte und Vorbilder



Gaming kann Einstellungen prägen

- wer lange sexistische Spielinhalte konsumiert, zeigt messbar mehr Stereotype
- Games haben aber auch Potenzial für Gleichberechtigung



„Erreichbare“ Vorbilder wirken am stärksten

- nahbar wirkende Influencer:innen lösen mehr Vergleich aus
- Greifbarer und näher als ferne, perfekte und “abgehobene” Stars

Wie Eltern das erleben



Ihre Sorgen

- rund 3 von 4 Erwachsenen sehen negative Effekte
- sie beobachten Rückzug, schlechten Schlaf, Gereiztheit
- fühlen sich oft allein gelassen



Die Konfliktfelder

- Bildschirmzeit & heimliche Nutzung
- Inhalte: Gewalt, Pornografie, Extremismus
- Vorbilder; „Phubbing“ (Handy wichtiger als Gegenüber)



Die Zwickmühle

- schützen, begleiten UND Freiräume lassen
- der Druck, „alles richtig“ zu machen, ist groß
- Interesse und Regeln wirken mehr als Verbote

Sechs Eltern-Typen - Eltern dort abholen, wo sie stehen

Statt „gute“ und „schlechte“ Eltern: sechs Typen nach dem Institut für Medienpädagogik (JFF).

Die Unterstützenden

begleiten aktiv und interessiert

Die Flexiblen

lassen weitgehend gewähren

Die Anspruchsvollen

wollen Medien am liebsten verbannen

Die Zwiespaltenen

schwanken zwischen Verbot und „Babysitter“

Die Überzeugten

strikte Verbote ohne Begründung

Die Verunsicherten

fühlen sich hilflos und überfordert

Im Hinterkopf behalten für unsere Fälle: Lassen sich die zu beratenden Eltern in einen dieser Typen einordnen?

Die Haltung entscheidet über das Gespräch



Leitgedanke: Eltern aktiv begleiten statt nur kontrollieren – als Partner gewinnen.



Wertschätzen statt dramatisieren

Sicht der Eltern ernst nehmen



An Stärken anknüpfen

Aufbauen, was schon gut läuft



Auf Augenhöhe statt belehrend

Eltern sind Expert:innen fürs Kind



Chancen und Risiken benennen

Medien und deren Konsum nicht nur schlecht reden

Ein roter Faden für das Gespräch

- | | | |
|---|--------------------------------|--|
| 1 | Beziehung aufbauen | <i>wertschätzend beginnen</i> |
| 2 | Stand der Eltern erkennen | <i>sehen sie schon ein Problem?</i> |
| 3 | Beobachten statt bewerten | <i>„Mir ist aufgefallen ...“ statt Vorwurf</i> |
| 4 | Zuhören & Widerstand aufnehmen | <i>die Sorge hinter dem Abwiegen</i> |
| 5 | Ressourcen sichtbar machen | <i>was läuft schon gut?</i> |
| 6 | Kleiner nächster Schritt | <i>etwas Machbares + Folgekontakt</i> |

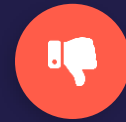
Werkzeug für Schritt 3–4 (Gewaltfreie Kommunikation): Beobachtung → Gefühl → Bedürfnis → Bitte.

Im Gespräch: was hilft, was kann schaden



Hilfreich (Do)

- Fragen statt Urteilen
- Ich-Botschaften: „In meiner Arbeit sehe ich oft ...“
- Normalisieren und beruhigen: „Vielen Eltern geht es ähnlich“
- Vielfalt und queere Kinder mitdenken



Schädlich (Don't)

- Schuld zuweisen: „Sie müssen nur konsequenter sein“
- pauschal abwerten: „TikTok ist nur gefährlich“
- Ferndiagnosen: „Ihr Kind ist medien-süchtig“
- über die Köpfe der Eltern hinweg entscheiden

Rollenspiel in Kleingruppen

Ein Elterngespräch durchspielen – und das Kind dabei bewusst im Blick behalten.

So läuft es ab

1. Vierer-/Fünfergruppe, ein Fall pro Gruppe
2. kurz aus Sicht des Kindes sprechen
3. dann das Gespräch: Elternteil & Beratung (ca. 10-15 Min.)
4. Beobachtende geben danach Rückmeldung

Die Rollen

- ein Elternteil
- eine beratende Fachkraft
- eine Stimme des Kindes
- Die Übrigen beobachten

Die „Stimme des Kindes“ fragt zwischendurch oder am Ende: „Würde mich das erreichen?“

Setting: Eine Fachkraft (z. B. Schule/Beratung) spricht mit einem Elternteil. Die Eltern kennen nur einzelne Beobachtungen, nicht die ganze Online-Welt ihres Kindes – die Fachkraft kennt den Fall von der Fallkarte.

Was Eltern konkret tun können

Sechs alltagstaugliche Punkte – als Kern für Ihr Eltern-Handout.



Interesse zeigen

nachfragen, gemeinsam schauen und spielen



Über Rollenbilder sprechen

„Wie werden Mädchen/Jungen gezeigt? Findest du das fair?“



Positive Vorbilder stärken

Menschen hervorheben, die Respekt und Vielfalt leben



Klare, verhandelbare Regeln

gemeinsam aushandeln statt diktieren



Digitale Auszeiten

handyfreie Zeiten und Orte einführen



Selbst Vorbild sein

eigene Nutzung reflektieren, „Phubbing“ vermeiden

Zu einzelnen Trends: Tradwife → Abhängigkeit ansprechen · Manosphere → Stärke heißt Respekt · Looksmaxxing → Risiken benennen.

Was nehmen Sie mit?



Offener Austausch

Ihre eigenen Fälle und Fragen aus der Praxis.



Ein Schritt für morgen

Jede:r nennt in einem Satz einen konkreten Schritt.

Stärkung der Eltern gelingt, wenn Orientierung und Sicherheit am Ende beim Kind ankommen.

FAZIT

Was bleibt

- Rollenbilder reichen von stereotyp und extremistisch bis progressiv und queer – beides gleichzeitig im selben Feed.
- Algorithmen verstärken problematische Inhalte – aber Jugendliche sind keine passiven Opfer, sie handeln aktiv aus.
- Eltern sind die wichtigste Bezugsperson: Interesse, Gespräch und faire Regeln wirken mehr als Verbote.
- Unsere Aufgabe: Eltern stärken statt beschämen – damit Orientierung und Sicherheit beim Kind ankommen.

Vielen Dank - und viel Erfolg im Gespräch mit den Eltern.

Material und Anlaufstellen

klicksafe

Material zu Rollenbildern, Codes, Influencer:innen

jugendschutz.net

Reports zu Antifeminismus, Extremismus, Selbstgefährdung

medien-kindersicher.de

Anleitungen für Geräte- und App-Einstellungen

SCHAU HIN! / mpfs

Eltern-Ratgeber; JIM-Studie zur Mediennutzung

Amadeu Antonio Stiftung

Desinformation, Manosphere, Gaming

mediennutzungsvertrag.de · ZEBRA

Regeln vereinbaren; anonyme Beratung

Im Handout (Nachgang): die ausführliche Quellen- und Recherchesammlung zum Selbststudium (als HTML).

Quellen und weiterführende Literatur

Alle Online-Quellen zuletzt abgerufen am 07.06.2026.

- JIM-Studie 2025 (mpfs) – mpfs.de/studie/jim-studie-2025 (Abruf: 07.06.2026)
- Plan International: „Spannungsfeld Männlichkeit“ (2023) – plan.de (Abruf: 07.06.2026)
- IZI – Zentralinstitut für Jugend- und Bildungsfernsehen (2025) – izi.de (Abruf: 07.06.2026)
- YouGov (UK) – Andrew Tate & Jungen – yougov.co.uk (Abruf: 07.06.2026)
- Dublin City University: „Recommending Toxicity“ (2024) – antibullyingcentre.ie (Abruf: 07.06.2026)
- DAK Mediensucht-Studie (2024) – dak.de (Abruf: 07.06.2026)
- WHO Europa – Teens, screens and mental health (2024) – who.int/europe (Abruf: 07.06.2026)
- KKH – Essstörungen bei Jugendlichen – kkh.de (Abruf: 07.06.2026)
- Telekom Stiftung: „Beeinflusst“ – telekom-stiftung.de (Abruf: 07.06.2026)
- Fraunhofer ISI: Projekt „FAIR“ (2024) – isi.fraunhofer.de (Abruf: 07.06.2026)
- Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) – kjm-online.de (Abruf: 07.06.2026)
- jugendschutz.net – Reports – jugendschutz.net (Abruf: 07.06.2026)
- Amadeu Antonio Stiftung / Belltower.News – belltower.news (Abruf: 07.06.2026)
- klicksafe – Geschlechterklischees & digitale Codes – klicksafe.de (Abruf: 07.06.2026)

Quellen und weiterführende Literatur

Alle Online-Quellen zuletzt abgerufen am 07.06.2026.

- [SCHAU HIN! – Die Manosphere auf TikTok](#) – [schau-hin.info](#) (Abruf: 07.06.2026)
- [Geena Davis Institute – Gaming-Report \(2023\)](#) – [geenadavisinstitute.org](#) (Abruf: 07.06.2026)
- [UNESCO – Gender Equality Quest in Video Games](#) – [unesco.org](#) (Abruf: 07.06.2026)
- [ADL – Hate & Harassment in Online Games](#) – [adl.org](#) (Abruf: 07.06.2026)
- [Koehler u. a. \(2022\): „From Gaming to Hating“](#) – [onlinelibrary.wiley.com](#) (Abruf: 07.06.2026)
- [Übermedien – MontanaBlack & Glücksspiel](#) – [uebermedien.de](#) (Abruf: 07.06.2026)
- [der Freitag – Andrew Tate und deutsche Nachahmer](#) – [freitag.de](#) (Abruf: 07.06.2026)
- [The Conversation – Nara Smith / Tradwife](#) – [theconversation.com](#) (Abruf: 07.06.2026)
- [Ärzteblatt – SkinnyTok / Liv Schmidt](#) – [aerzteblatt.de](#) (Abruf: 07.06.2026)
- [Northwestern University – Tween-Skincare](#) – [news.northwestern.edu](#) (Abruf: 07.06.2026)
- [JFF – Institut für Medienpädagogik](#) – [jff.de](#) (Abruf: 07.06.2026)