

Wahrnehmung, Einfluss und Folgen sexistischer Hate Speech auf Instagram

Miriam Goetz und Vanessa Wimmers

Zusammenfassung

Die Studie untersucht Wahrnehmung, Einfluss und Folgen sexistischer Hate Speech auf Instagram. Ausgangspunkt ist die wachsende Bedeutung sozialer Medien, die nicht nur Kommunikationsräume, sondern auch Plattformen für Hassrede darstellen. Sexistische Hate Speech wird als geschlechtsspezifische Diskriminierung definiert, die sich in verbalen, non-verbalen und bildbasierten Formen manifestiert. Theoretisch wird das Phänomen durch Ansätze wie gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit erklärt, die Macht- und Statusdynamiken betont. Empirisch basiert die Untersuchung auf einer Online-Umfrage unter 153 Instagram-Nutzer:innen, von denen 92,2 Prozent Hate Speech wahrnahmen. Die Ergebnisse zeigen, dass sexistische Hate Speech nicht isoliert bleibt, sondern zur Normalisierung sexistischer Einstellungen beiträgt und die digitale Teilhabe von Frauen einschränken kann. Die Studie verdeutlicht das Spannungsfeld zwischen Meinungsfreiheit und Schutz vor Diskriminierung und unterstreicht die Notwendigkeit rechtlicher und ethischer Regulierung, etwa durch den Digital Services Act.

1. Einleitung

Soziale Medien haben in den letzten Jahren zunehmend an Bedeutung für die globale Kommunikation gewonnen und internationale Plattformen bieten Raum für den Austausch von Meinungen, Ideen und Informationen. Allein in Deutschland nutzen monatlich 171,5 Millionen Nutzer:innen aktiv soziale Plattformen (vgl. Arezo 2025). Digitale Räume haben also enorme Bedeutung für unser tägliches Leben erlangt, sind jedoch auch zu einem Schauplatz für die Verbreitung von Hate Speech geworden, die unter anderem zur Verschärfung geschlechtsspezifischer Vorurteile und Diskriminierungen beitragen. In der JIM-Studie 2025 gaben 64 Prozent der befragten

1200 Jugendlichen (12 bis 19 Jahre) an, mit Hate Speech in den sozialen Medien konfrontiert gewesen zu sein. Ein Anstieg im Vergleich zum Vorjahr um sieben Prozent (vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest 2025: 55). Diese Zahlen zeigen, dass Hate Speech in den sozialen Medien mittlerweile eine alarmierende Präsenz erreicht hat. Verschiedene Studien zeigen darüber hinaus, dass häufig Frauen Opfer von Hate Speech werden (vgl. Landesanstalt für Medien NRW 2023; Geschke et al. 2019; European Union Agency for Fundamental Rights 2023).

Vor diesem Hintergrund stellen sich die folgenden Forschungsfragen: Wie wird die besondere Form der Hate Speech, die sexistische Hate Speech, auf Instagram praktiziert und wahrgenommen? Wie wirkt sich sexistische Hate Speech im digitalen Raum auf den Alltag von Frauen aus? Und welche Verantwortung haben Plattformbetreiber:innen hinsichtlich Meinungsfreiheit und der Bekämpfung von Hate Speech? Die Plattform Instagram steht im Fokus dieser Untersuchung von Hassrede, da sie eine große Nutzer:innenbasis aufweist und Hate Speech-Phänomene oft durch die visuelle und interaktive Natur der Plattform verstärkt werden. Die Plattform bietet außerdem Tools zur Erkennung und Meldung von Hassreden, wodurch sich das Verhalten von Nutzer:innen, die Verbreitung von Inhalten und die Wirksamkeit von Gegenmaßnahmen abbilden lassen.

Sprache in sozialen Medien prägt gesellschaftliche Strukturen und kann durch Hate Speech diskriminierende Stereotype verstärken, Betroffene psychisch belasten und Hass normalisieren (vgl. Dellagiacoma/Sika Dede Puhlmann 2025: 10). Algorithmische Verstärkung sexistischer Inhalte kann geschlechterspezifische Ungleichheiten fördern (vgl. Römer-Pieretti et al. 2025: 2) Trotz initiiertter Plattform-Maßnahmen gegen Hate Speech erweisen sich diese oft praktisch und regulatorisch als unzureichend.

2. Theoretischer Hintergrund der sexistischen Hate Speech

Hate Speech kann allgemein als „Diffamierung und Verunglimpfung“ bestimmter Gruppen klassifiziert werden (Sponholz 2021: 17). Jedoch ist nicht jede soziale Gruppe generell oder gleichermaßen von Hate Speech betroffen. Die betroffene Gruppe ist häufig durch eine „[...] benachteiligte Machtposition“ charakterisiert (Sponholz 2021: 17). Das Phänomen Hate Speech umfasst dabei nicht nur verbale Formen, sondern kann auch nonverbal oder symbolisch realisiert werden (vgl. Sponholz 2021).

Eine der häufigsten Formen der Hate Speech ist die sexistische Hate Speech, von der vor allem Frauen betroffen sind (vgl. Riemenschneider/Lutz 2021). Sexistische Hate Speech wird im Allgemeinen als „[...] Diskriminierung auf Basis des Geschlechts“ verstanden (Mohseni 2021: 40). Hier kann zwischen einer quantitativen und der qualitativen Betrachtung unterschieden werden. In quantitativer Hinsicht lässt sich sagen, dass sich sexistische Hate Speech öfter gegen Frauen als gegen Männer richtet. Qualitativ zeigt sich sexistische Hate Speech auf sozialen Plattformen insbesondere als sexuell-aggressive sprachliche Äußerung (vgl. Mohseni 2021). Frauen werden hier nicht aufgrund individueller oder persönlicher Eigenschaften, Meinungen oder Handlungen angegriffen, sondern primär aufgrund ihrer Zugehörigkeit zum weiblichen Geschlecht (vgl. Riemenschneider/Lutz 2021).

Sexistische Hate Speech lässt sich unter anderem durch die Theorie der gruppenbezogenen Menschenfeindlichkeit erklären (vgl. Zick et al. 2008). Durch das Abwerten anderer sozialer Gruppen wird die eigene aufgewertet. Zu den häufig abgewerteten sozialen Gruppen zählen Ausländer:innen, Geflüchtete, Jüd:innen, Muslim:innen, Homosexuelle, Trans-Personen und Frauen. Eine kommunikationswissenschaftliche Befragung von Bloggerinnen aus den USA verdeutlicht, dass sich sexistische Hate Speech verstärkt vor allem gegen jene Frauen richtet, die sich zu politischen Themen äußern oder in der Öffentlichkeit stehen (vgl. Eckert 2017). Diese Schlussfolgerung bestätigte eine Studie der Interparlamentarischen Union, innerhalb derer 58,2 Prozent der befragten 123 weiblichen Politikerinnen angaben, bereits sexistischen Anfeindungen im Internet ausgesetzt gewesen zu sein (vgl. Inter-Parliamentary Union 2018). Auch andere Frauen, die in der Öffentlichkeit stehen (Journalistinnen, Wissenschaftlerinnen oder Künstlerinnen) sind häufiger von sexistischer Hate Speech betroffen. Zielscheibe der Hate Speech sind hierbei deren Kompetenzen und deren Körper (vgl. Schieb 2021).

2.1. Formen, Funktionen und Verbreitung von sexistischer Hate Speech

Sprachliche Ausdrucksformen spielen eine zentrale Rolle im Kontext sexistischer Hate Speech, da Sprache nicht nur als Mittel der Kommunikation, sondern auch als Trägerin gesellschaftlicher Machtverhältnisse und Diskriminierungsmechanismen zu werten ist: Ein Sprechakt muss nicht zwangsläufig verletzend sein, entscheidend ist auch der soziale Kontext, in dem

die Äußerung getätigt wird. Soziale Machtverhältnisse spielen hierbei eine tragende Rolle. Personen in einer überlegenen Machtposition gelingt es leichter, ihr Gegenüber herabzusetzen oder dessen gesellschaftlichen Status zu verringern (vgl. Herrmann/Kuch 2007). Wie bei allen Formen sexistischer Hate Speech ist auch hier das Ziel, Macht und Kontrolle über die Betroffenen auszuüben (vgl. Bauer/Hartmann 2021; Barker/Jurasz 2019).

Aktuell häufig verwendete Formen sexistischer Hate Speech in Form sexistischer Beleidigungen rufen vergangene Situationen in Erinnerung, in denen Frauen durch diese Worte erniedrigt und gedemütigt wurden (vgl. Embacher 2021). Dies verstärkt ihre verletzendende Wirkung und trägt zur weiteren Verfestigung diskriminierender sprachlicher Strukturen bei.

Sexistische Hate Speech begegnet uns in verschiedenen Ausformungen: Witz, Gerücht, Drohung, Verleumdung oder auch als direkter Aufruf zu Gewalt (vgl. Pandeia et al. 2019; Bauer/Hartmann 2021). Zu den Formen sexistischer Hate Speech zählt außerdem die bildbasierte sexualisierte Gewalt (vgl. Bauer/Hartmann 2021). Dazu zählt auch die Veröffentlichung von realen oder Fake-Nacktaufnahmen (vgl. Felling et al. 2019; Powell et al. 2022). Dabei werden oft die Grenzen zum Doxing (Sammeln und Veröffentlichlichen von persönlichen Informationen der Betroffenen) oder Stalking überschritten und sie sind „[...] Teil der Täterstrategien“ (Bauer/Hartmann 2021: 91).

Alle zitierten Studien unterstreichen, dass sich sexistische Hate Speech meist unmittelbar vom virtuellen auf den analogen Raum von Frauen auswirkt (vgl. Bauer/Hartmann 2021). Sexistische Hate Speech kann darauf abzielen, das soziale Umfeld und die Existenzgrundlage der Betroffenen zu beeinträchtigen oder zu zerstören. Zudem steigt durch das Veröffentlichlichen der privaten Informationen wie Wohnadressen das Risiko, physischen Angriffen ausgesetzt zu sein (vgl. Bauer/Hartmann 2021).

Soziale Medien können als Katalysator von Hate Speech fungieren. Sie ermöglichen es den Nutzer:innen zunächst, im Netz anonym ihre Meinungen zu äußern. Kommunikationsplattformen bieten nicht nur Anonymität, sondern auch eine große Reichweite, durch die sich Gleichdenkende leichter finden können (vgl. Lang 2018). Die Algorithmen sozialer Kommunikationsplattformen verstärken Interaktionen und Bindungen unter den Nutzer:innen, sodass Gruppierungen mit gleichen Einstellungen miteinander kommunizieren und sich in ihren Sichtweisen bestärken können. Problematisch wird es, wenn die von einer Gruppe geteilten Normen im Widerspruch zu sozial akzeptablem Verhalten oder rechtlichen Regelungen stehen und Hate Speech toleriert oder sogar begrüßt wird (vgl. Kaspar

2017). Dazu kommt, dass „Hassgruppen [...] mittlerweile erfolgreich signifikante Mengen von Internetnutzern [rekrutieren]“ (Robertz et al. 2016: 10). Die Gruppendynamiken gepaart mit den Algorithmen der Plattform wirken dabei als Katalysator von Hate Speech: Je mehr sexistische Hate Speech auf den sozialen Plattformen im Umlauf ist, desto „normaler“ wirkt sie. Vor allem die Antworten unter den Hate Speech-Kommentaren erweisen sich als Treiber. Diese enthalten überproportional viel Hate Speech und animieren durch ihre Formulierungen zu weiterführenden Aufrufen, wodurch das Verbreiten erneuter Hassbotschaften angeregt wird (vgl. Schneiders 2021). Mäßigende oder gar kritische Reaktionen auf geäußerte Frauenfeindlichkeit im Digitalen bleiben häufig aus, wodurch die geäußerte sexistische Hate Speech fortlaufend als akzeptabel wahrgenommen wird (vgl. Barker/Jurasz 2019).

Durch die Netz-Anonymität verringert sich insgesamt die Hemmschwelle, Hass zu verbreiten (vgl. Kaspar 2017). Durch die Trennung der Online-Aktivitäten vom realen Leben wird das Online-Selbst zu einem isolierten Selbst, und die Verantwortlichen spüren mitunter kaum oder kein Verantwortungsbewusstsein für die virtuell begangenen Taten (vgl. Suler 2004).

2.2. Reichweitenstarke Plattformen und Folgen

Soziale Medien befinden sich in einem strukturellen Spannungsverhältnis zwischen der Förderung von Meinungsfreiheit und der Maximierung von Reichweite und Nutzerinteraktionen. Während Plattformen wie Instagram, Facebook, X oder TikTok sich öffentlich zur Wahrung der Meinungsfreiheit bekennen, sind ihre algorithmischen Strukturen primär darauf ausgerichtet, Aufmerksamkeit zu generieren und ökonomische Interessen zu bedienen (vgl. Stark et al. 2022). Studien zeigen, dass insbesondere polarisierende und emotional aufgeladene Inhalte bevorzugt verbreitet werden, da sie höhere Interaktionsraten erzeugen und somit den Plattformbetrieb wirtschaftlich rentabler machen (vgl. Stark et al. 2022). Gleichzeitig stehen soziale Netzwerke in der Verantwortung, ihre Nutzer:innen vor schädlichen Inhalten wie Hate Speech, Desinformation oder gezielter Ausgrenzung zu schützen. Die Wahrnehmung von Meinungsfreiheit in Sozialen Medien ist daher ambivalent: Einerseits bieten sie neue Räume für Partizipation und Ausdruck, andererseits führen algorithmische Verzerrungen, Intransparenz bei der Inhaltsmoderation und das Fehlen klarer Standards zu einem Vertrauensverlust in die Plattformen. In der wissenschaftlichen Debatte wird

daher zunehmend gefordert, dass Soziale Medien nicht nur technische Maßnahmen zur Content-Moderation implementieren, sondern auch aktiv zur Förderung eines respektvollen und inklusiven Kommunikationsklimas beitragen (vgl. Zeller 2017; Huber 2023). Diese Verantwortung ist nicht nur ethischer Natur, sondern auch rechtlich verankert – etwa im DSA (Digital Service Act), das Plattformbetreiber:innen zur schnellen Entfernung rechts-widriger Inhalte verpflichtet.

Sexistische Hate Speech hat weitreichende Folgen für die betroffenen Frauen im virtuellen und analogen Raum: Verschiedene Studien zeigen, dass viele Frauen nicht nur regelmäßig sexistische Hate Speech erleben, sondern dass diese Erfahrungen zu Verunsicherung und einem Rückzug aus digitalen Diskursen führen können (vgl. HateAid/The Landecker Digital Justice Movement 2021; Bauer/Hartmann 2021). Sexistische Hate Speech kann darüber hinaus auch zu psychischen Belastungen wie emotionalem Stress oder Angst um die körperliche Sicherheit führen (vgl. Geschke et al. 2019). Eine weitere Folge sexistischer Hate Speech ist das Victim Blaming (vgl. Bauer/Hartmann 2021). Es verstärkt den Umstand, dass Frauen von Institutionen oder der Polizei nicht ernst genommen werden und ihnen dadurch Hilfe verwehrt wird.

Die Folgen wachsender Hate Speech sind auch gesamtgesellschaftlich betrachtet weitreichend: Sexistische Hate Speech wirkt nicht nur als Form digitaler Gewalt, sondern kann langfristige psychische und soziale Schäden bei Betroffenen verursachen. Sie unterminiert fundamentale Grundrechte wie die Menschenwürde, Gleichberechtigung und Meinungsfreiheit, indem sie Frauen systematisch diskriminiert und aus öffentlichen Diskursen verdrängt, was sich auf die gesamte Gesellschaft auswirkt (vgl. van der Wilk 2018). Hate Speech wird insbesondere aber in den Sozialen Medien häufig als geschlechtsneutrales Phänomen und als individuelle Angelegenheit dargestellt, die häufig auf die Naivität von Frauen zurückzuführen ist, denen die alleinige Verantwortung dafür zugeschrieben wird (vgl. Lang 2023). Frauen wird häufig dazu geraten, den Täter:innen keine Plattform zu bieten, ihre Privatsphäre-Einstellungen auf den Plattformen zu ändern oder für eine Weile offline zu gehen. Dieser Rat spiegelt die Normalisierung sexistischer Hate Speech wider und trägt gleichzeitig dazu bei, die Perspektive der betroffenen Frauen auszublenden (vgl. van der Wilk 2018). Durch den Rückzug von Frauen aus sozialen Kommunikationsplattformen wie Instagram wird das Thema sexistische Hate Speech für Nichtbetroffene weniger sichtbar und in ihrer Bedeutung verdrängt (vgl. Schneiders 2021).

3. Die Plattform Instagram – eine empirische Untersuchung sexistischer Hate Speech

Instagram ist ein Soziales Online-Netzwerk, das es ermöglicht, Fotos und Videos zu erstellen und diese mit anderen zu teilen. Die Plattform verzeichnete im Oktober 2025 weltweit 3 Milliarden User:innen. 47,3 Prozent der Instagram Nutzer:innen weltweit sind weiblich, 52,7 Prozent männlich. Die Altersgruppe der 16- bis 34-Jährigen bildet den Kern der Instagram Nutzer:innen (vgl. Arezo 2025).

Die Plattform weist neben kreativem User:innen-Content und Interaktion ein hohes Maß an sexistischer Hate Speech auf: In einer Studie des Kompetenznetzwerks gegen Hass im Netz gaben 38 Prozent der 3.061 Teilnehmer:innen an, dass sie Hate Speech auf Instagram wahrnehmen (vgl. Bernhard/Ickstadt 2024). Vor allem junge Frauen scheinen auf Instagram besonders häufig Opfer sexistischer Hate Speech und Belästigung zu sein (vgl. Plan International 2020; Center for Countering Digital Hate Inc. 2022).

Mittels einer selbst durchgeführten Online-Umfrage sollte die Wahrnehmung sexistischer Hate Speech auf Instagram untersucht und eruiert werden, inwiefern sexistische Hate Speech den Alltag von Frauen beeinflusst. Die Befragung sollte auch aufzeigen, wie die Plattform mit sexistischer Hate Speech umgeht und ob diese Maßnahmen sexistische Hate Speech effektiv eindämmen. Abschließend wurden die Wünsche der Teilnehmer:innen qualitativ ausgewertet (vgl. Glaser/Laudel 2010). Die Umfrage fand im August 2024 statt. Die Online-Umfrage wurde über das Tool Google Docs generiert und als Link auf verschiedenen Accounts von Instagram geteilt, um die Teilnahme zu fördern. Dabei wurde unter anderem die Story-Funktion auf Instagram genutzt, über die der Link zur Umfrage verbreitet wurde. Dadurch konnten gezielt Personen angesprochen werden, die regelmäßig auf Instagram aktiv sind und somit der Zielgruppe der Untersuchung angehören. Neben der Verbreitung über die genannten Sozialen Kommunikationsplattformen wurden auch persönliche Netzwerke genutzt, um die Umfrage weiter zu verbreiten. Es nahmen 153 Personen an der Online-Umfrage teil, die regelmäßig auf Instagram aktiv waren. Davon waren 59,5 Prozent weiblich, 37,9 Prozent männlich und 2,6 Prozent divers. Von den 153 Personen waren 86,3 Prozent zwischen 18 bis 35 Jahre alt, 7,8 Prozent 13 bis 17 Jahre alt und 5,9 Prozent 36 bis 65 Jahre alt.

3.1. Formen und Verbreitung sexistischer Hate Speech auf Instagram und Folgen für den Alltag von Frauen

Die durchgeführte Umfrage bestätigte die Befunde der zuvor zitierten Studien, wonach die Teilnehmer:innen auf Instagram Hate Speech in hoher Intensität wahrnahmen (92,2 Prozent): „Instagram ist leider die Plattform auf der Frauen am meisten belästigt werden – oft sind es sexuelle Motive.“ „Auf Instagram gibt es mehr Drohungen, in den Kommentaren oder Nachrichten gegenüber Frauen.“

Die weiblichen Teilnehmerinnen der Umfrage nahmen die sexistische Hate Speech auf Instagram nicht nur besonders häufig, sondern auch sehr gewaltvoll wahr (58,2 Prozent der Teilnehmer:innen). Die Antwort einer Teilnehmerin verdeutlicht dies: „[...] auf Instagram sind die Kommentare gewaltverherrlichend. Frauen bekommen unter anderem Morddrohungen, weil sie Frauen sind [...]“. Auf die Frage, wie die Teilnehmerinnen Hate Speech konkret wahrnehmen, wurden im Freitext verschiedene Ausprägungen genannt, darunter Morddrohungen, Vergewaltigungsandrohungen gegenüber Frauen in den öffentlichen Kommentaren und Direktnachrichten (vgl. Bauer/Hartmann 2021).

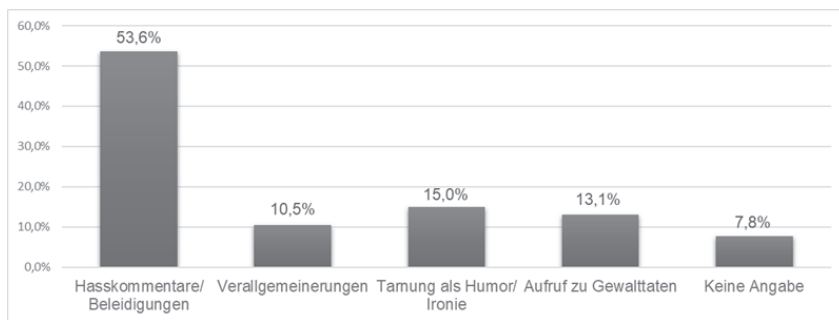


Abb. 1: Wahrgenommene Formen der Hate Speech auf Instagram in Prozent

Als häufigste Formen der sexistischen Hate Speech auf Instagram wurden in der durchgeführten Befragung Hasskommentare und Beleidigungen genannt (53,6 Prozent). Dies bestätigte die zuvor genannten Ergebnisse der Befragungen, wonach die häufigste Form sexistischer Hate Speech Hasskommentare und Beleidigungen waren (vgl. Center for Countering Digital Hate Inc. 2022; Stecher et al. 2020). Hate Speech getarnt in Form von

Humor oder Ironie wurde wiederum häufiger genannt als Verallgemeinerungen.

Auf die Frage, wie sich die Teilnehmer:innen die Entstehung von Hate Speech auf Instagram erklären, antworteten einige, dass sie diese auf das Verhalten älterer Nutzer:innen zurückführten. „Instagram bietet eine größere Fläche für Hasskommentare, weil auch viele ältere Menschen diese Plattform benutzen, die ein festgefahrenes, leider auch falsches Frauenbild mit sich bringen“, formulierte es eine:r der Teilnehmer:innen. Dies legt nahe, dass Altersunterschiede eine Rolle bei der Entstehung und Wahrnehmung von sexistischer Hate Speech spielen können. Ebenfalls wurde eine rechtsradikale politische Einstellung als weiterer verstärkender Faktor genannt. Antworten wie „Auf Instagram verbreiten rechtsradikale Gruppierungen sexistische Einstellungen [...]“ lassen vermuten, dass die Grenzen rechtspopulistischer und sexistischer Hassrede auf Instagram fließend sind. Wie zuvor aufgeführt, tragen soziale Plattformen wie Instagram dazu bei, dass sich Gleichdenkende leichter austauschen und somit Gruppierungen bilden können, die Hass verbreiten (vgl. Lang 2018). Dies könnten im Falle dieser Befragung auch Gleichaltrige oder politisch Gleichgesinnte sein. Die Homogenität innerhalb dieser Gruppen, die die Teilnehmer:innen in dieser Umfrage angaben, könnte als Verstärker für sexistische Hate Speech dienen (vgl. Barker/Jurasz 2019).

Technische Unterschiede der Plattformen wurden ebenfalls als Ursache für die gewaltvolle sexistische Hate Speech genannt. Die Teilnehmer:innen gaben an, dass Instagram-Funktionen wie das Kommentieren von Bildern oder das Versenden von Direktnachrichten die sexuelle Belästigung von Frauen, einschließlich des Versendens intimer Fotos, begünstigten. Antworten wie „[...] Die Plattform Instagram bietet mehrere Möglichkeiten Frauen zu schreiben und mit etwas zu konfrontieren“ oder „Auf Instagram bekommen Frauen ungefragt sexuelle Bilder zugeschickt. Auf anderen Plattformen ist das eher weniger verbreitet. Dort muss man Personen erst folgen und angenommen werden“ verdeutlichen dies und lassen darauf schließen, dass Instagram eine engere und persönlichere Form der Kommunikation fördert, die es wiederum ermöglicht, einzelne Nutzer:innen direkt und gezielt anzugreifen.

Eine weiterführende Frage zielte darauf ab, zu untersuchen, ob sexistische Hate Speech auf Instagram insgesamt zu einer Zunahme sexistischer Hate Speech im Alltag führt. Die Ergebnisse zeigen, dass über die Hälfte der Teilnehmer:innen (57,5 Prozent) dies bejahten und weitere 29,4 Prozent dies eher bejahten (vgl. Barker/Jurasz 2019). Auf die Frage, ob die Präsenz

sexistischer Hate Speech auf Instagram dazu führe, dass sexistische Einstellungen eher akzeptiert würden, stimmten in der Umfrage 51,6 Prozent der Teilnehmer:innen zu und 31,4 Prozent stimmten eher zu. Die Ergebnisse der aufgeführten Umfrageergebnisse lassen also vermuten, dass digitale Räume und die dort vorherrschende sexistische Hate Speech nicht isoliert von gesellschaftlichen Normen betrachtet werden können, sondern aktiv zur Normalisierung sexistischer Einstellungen beitragen. Angesichts der Tatsache, dass die Anzahl der weltweiten Nutzer:innen sozialer Plattformen in den letzten fünf Jahren auf 5,24 Milliarden gestiegen ist, wird der weitreichende Einfluss dieser Plattformen auf die Normalisierung sexistischer Verhaltensweisen umso deutlicher.

3.2. Maßnahmen der Plattformbetreiber:innen und Wahrnehmung

Insbesondere unter ethischen Gesichtspunkten ist die Entwicklung und Implementierung von Richtlinien, die sexistische Hate Speech erfassen und wirksam bekämpfen, von zentraler Bedeutung. Ergänzend dazu spielt die Förderung der Medienkompetenz eine entscheidende Rolle, um ein reflektiertes und kritisches Bewusstsein im Umgang mit diskriminierenden Sprachmustern zu schaffen. Die Instagram-Plattformbetreiber:innen gaben an, im Jahr 2020 gegen 6,5 Millionen Inhalte von Hate Speech vorgegangen zu sein, einschließlich der privaten Nachrichten, von denen 95 Prozent gefunden wurden, bevor sie jemand meldete (vgl. Instagram 2021). Jedoch werden Sexismus und Frauenfeindlichkeit in ihren Statements nicht explizit erwähnt. Die Institutionen ISD und UltraViolet prüften die bestehenden Richtlinien von Instagram und stellten fest, dass die Plattform kein nachhaltiges System zur Eindämmung sexistischer Hate Speech besaß. Das negative Ergebnis (Note F) begründeten die Prüfer:innen vor allem mit den Schwächen des Instagram-Algorithmus und des Filters, welche Frauenfeindlichkeit und Bodyshaming verstärken würden (vgl. Institute for Strategic Dialogue/UltraViolet 2021). Weitere Studien zeigten, dass viele gemeldete Inhalte nicht gelöscht wurden. Von 61 gemeldeten Konten, die User:innen Todesdrohungen schickten, ahndete Instagram sieben Konten. Auf 89,7 Prozent der Konten, die den Teilnehmer:innen sexistische Nachrichten schickten, wurde nicht reagiert (vgl. Center for Countering Digital Hate Inc. 2022).

Fraglich bleibt, wie die sexistische Hate Speech auf Plattformen wie Instagram eingedämmt werden kann und welche Verantwortung sowohl die

Plattformbetreiber:innen als auch die Regierung tragen. Mehr als die Hälfte der Teilnehmer:innen (56,2 Prozent) sah die strafrechtliche Verfolgung der Verfasser:innen von sexistischer Hate Speech als wirksamste Gegenmaßnahme an. Nur 24,2 Prozent der Teilnehmer:innen hielten das Melden bei den Plattformbetreiber:innen für eine wirksame Maßnahme. Dies lässt darauf schließen, dass die bestehenden Melde- und Moderationssysteme der Plattform Instagram von den Teilnehmer:innen als unzureichend empfunden werden und offenbar ein mangelndes Vertrauen in die Reaktionsfähigkeit und Durchsetzungskraft der Plattform besteht. Trotz der hohen Bereitschaft der Teilnehmer:innen, selbst Gegenmaßnahmen zu ergreifen (71,9 Prozent), gaben davon 57,3 Prozent an, dass ihre Maßnahmen gar nicht erfolgreich waren. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass sich die Teilnehmer:innen bei ihrem Vorgehen gegen sexistische Hate Speech nicht ausreichend wahrgenommen fühlten.

Auf die Frage, welche Maßnahmen sich die Teilnehmer:innen gegen sexistische Hate Speech wünschen würden, wurden vor allem härtere Sanktionen wie „[...] Sperrung des Nutzers und Bußgelder“ genannt. Außerdem plädierten die Teilnehmer:innen für bessere technische Maßnahmen, insbesondere durch effektivere Filter und menschliche Moderatoren. Ebenfalls wurde die Bedeutung von Aufklärungsarbeit der Nutzer:innen und Transparenz der Meldeprozesse hervorgehoben, um das Bewusstsein für die Auswirkungen von sexistischer Hate Speech zu schärfen und die Betroffenen ernst zu nehmen. Die geäußerte Forderung nach geringerer Anonymität und erhöhter Transparenz seitens der Plattformen gegenüber den Nutzenden unterstreicht den Wunsch nach regulativen Maßnahmen und verweist zugleich auf die wachsende medienethische Relevanz des Themas. Ebenso sehen einige der Befragten in einer verbindlichen Identitätsverifizierung eine wirksame Strategie, um sowohl gegen die Anonymität von Hate-Speech-Autor:innen vorzugehen als auch manipulative Fake-Profile einzudämmen.

Diese Ansätze verknüpfen folglich technische und soziale Maßnahmen, um sexistischer Hate Speech sowohl präventiv als auch reaktiv entgegenzuwirken.

Die Ergebnisse zeigen, dass nahezu alle Teilnehmer:innen die Maßnahmen der Plattformbetreiber:innen und der Regierung gegen sexistische Hate Speech als unzureichend empfanden. Es zeigt sich ein leichter Unterschied in der Kritik an der Plattform Instagram im Vergleich zur Regierung. 88,9 Prozent der Teilnehmer:innen waren der Ansicht, dass die Plattform nicht genug gegen sexistische Hate Speech vorgehen würde, während 83

Prozent dies bei der Regierung kritisierten. Es steht zu vermuten, dass die Plattform Instagram möglicherweise stärker kritisiert wurde als die Regierung, da Nutzer:innen den Plattformbetreiber:innen direktere Einflussmöglichkeiten unterstellten.

Sowohl der Bericht von ISD und UltraViolet als auch die Ergebnisse der durchgeführten Umfrage zeigen, dass die bereits getroffenen Maßnahmen der Plattform Instagram nicht ausreichen, um sexistische Hate Speech wirksam zu bekämpfen. Forschungsarbeiten hierzu betonten, dass von Sozialen Kommunikationsplattformen ein aktives Handeln notwendig sei, um sich demonstrativ gegen die Verbreitung von Hass zu positionieren. Als weitere Maßnahmen wurden Kampagnen oder Initiativen zur Steigerung der Medienkompetenz genannt, um Internetnutzer:innen in die Lage zu versetzen, angemessen auf Hate Speech zu reagieren (vgl. Gagliardone et al. 2015).

Die Entwicklung und Durchsetzung von Richtlinien, die (sexistische) Hate Speech bekämpfen und Medienkompetenz fördern, sind entscheidende Maßnahmen, um sich aktiv dagegen zu positionieren. Der *Digital Services Act* (DSA) etwa verpflichtet insbesondere Plattformen mit großer Reichweite, benutzerfreundliche Meldekanäle für illegale Inhalte bereitzustellen und offensichtlich rechtswidrige Inhalte umgehend zu löschen (vgl. Kahl/Liepert 2022). Die Plattformen sind auch gehalten, ein internes Beschwerdemanagementsystem umzusetzen sowie regelmäßige, öffentlich zugängliche Transparenzberichte über den Umgang mit gemeldeten illegalen Inhalten (zum Beispiel Hate Speech) auszustellen. Inwieweit dies seitens der Plattformen vollständig umgesetzt wird, bleibt abzuwarten.

4. Fazit

Zusammenfassend zeigt sich, dass sexistische Hate Speech und deren Ahndung auf sozialen Plattformen wie Instagram eine vielschichtige Herausforderung darstellt, die weit über technische Gegebenheiten hinausgeht. Es konnte festgestellt werden, dass Sprache verletzen kann, insbesondere wenn sie in sozialen Machtgefällen, genutzt wird. Sie formt gesellschaftliche Normen und kann auch in der digitalen Welt zur Verstärkung von Diskriminierung beitragen. Die Anonymität und Reichweite dieser Plattformen erleichtern die Verbreitung von Hassbotschaften on- wie offline. Ein zentraler ethischer Aspekt ist dabei das Spannungsfeld zwischen Meinungsfreiheit und Schutz vor Diskriminierung: Soziale Medien begünstigen nicht nur freie Meinungsäußerung, sondern ebenfalls die Verbreitung von Hate

Speech, einschließlich sexistischer Hate Speech. Plattformen sollten keine übermäßige Zensur ausüben, sie sollten dennoch sicherstellen, dass die digitalen Räume nicht zur Verbreitung von Hate Speech genutzt werden. Die Plattformbetreiber:innen sind gehalten, Stellung zu beziehen, Hate Speech zu ahnden und die Verantwortung für eine wirksame Regulierung sexistischer Hate Speech zu übernehmen. Medienethisch betrachtet verdeutlichen die Befunde, dass Plattformen nicht nur technische, sondern auch normative Verantwortung tragen, um digitale Räume als sichere Kommunikationsumgebungen zu gestalten. Die Normalisierung sexistischer Hate Speech unterminiert Grundwerte wie Menschenwürde und Gleichberechtigung, was eine aktive ethische Positionierung der Plattformbetreiber zwingend erforderlich macht.

Um ein vollständiges Bild sexistischer Hate Speech und möglicher Gegenmaßnahmen zu erhalten, sind weitere Untersuchungen notwendig. Auch wenn durch diesen Beitrag einige Erkenntnisse hinsichtlich der Wahrnehmung sexistischer Hate Speech und möglicher Gegenmaßnahmen herausgestellt werden konnten, zeigen sich Limitationen. Bei der gewählten Stichprobe dieser Umfrage handelte es sich um eine Gelegenheitsstichprobe, die auf der willkürlichen Auswahl von Personen basierte. Dies führte dazu, dass die Ergebnisse nicht auf alle Nutzer:innen von Instagram übertragen werden können. Bei den Fragen nach dem Einfluss sexistischer Hate Speech auf den Alltag von Frauen war außerdem die Tiefe der Fragestellung durch die quantitative Erhebung begrenzt. Daher wäre es notwendig, weitere Forschungen zu dieser Thematik anzustoßen, besonders in einem qualitativen Kontext. Durch qualitative Methoden wie Interviews oder Fokusgruppen könnten die Erfahrungen der Betroffenen detaillierter erfasst und die gestellten Fragen tiefergreifender formuliert werden. Des Weiteren könnten sich weitere Studien mit möglichen Maßnahmen zur Eindämmung sexistischer Hate Speech auseinandersetzen. Trotz erster Fortschritte durch beispielsweise den DSA bleibt die Wirksamkeit bestehender Maßnahmen der Plattformen fraglich, weshalb kontinuierliche Forschung und Maßnahmenkontrolle in diesem Bereich erforderlich sind.

Literatur

Arezo (2025): Aktuelle Social Media Nutzerzahlen (Stand Oktober 2025), in: Zweidigital (online unter: <https://www.zweidigital.de/aktuelle-social-media-nutzerzahlen/> - letzter Zugriff: 3.12.2025).

- Barker, Kim / Jurasz, Olga (2019): Online Misogyny: A Challenge for Digital Feminism?, in: *Journal Of International Affairs* 72 (2), S. 95–114.
- Bauer, Jenny-Kerstin / Hartmann, Ans (2021): Formen digitaler geschlechtsspezifischer Gewalt, in: Nivedita Prasad (Hg.), *Geschlechtsspezifische Gewalt in Zeiten der Digitalisierung: Formen und Interventionsstrategien*, Bielefeld, S. 63–100.
- Bernhard, Lukas / Ickstadt, Lutz (2024): *Lauter Hass – leiser Rückzug: Wie Hass im Netz den demokratischen Diskurs bedroht. Ergebnisse einer repräsentativen Befragung*, Berlin (online unter: https://kompetenznetzwerk-hass-im-netz.de/download_1auterhass.php – letzter Zugriff: 3.12.2025).
- Center for Countering Digital Hate Inc. (2022): *Hidden Hate: How Instagram fails to act on 9 in 10 reports of misogyny in DMs*. Washington D.C.
- Dellagiacomina, Laura / Sika Dede Puhlmann, Francesca (2025): *Rassistische Hate Speech im Alltag: Erfahrungen schwarzer Menschen in Deutschland*, Jena (online unter: https://www.idz-jena.de/fileadmin/user_upload/Projektberichte/IDZ_Nethat_e_B5_WEB_FINAL.pdf – letzter Zugriff: 3.12.2025).
- Eckert, Stine (2017): *Fighting for recognition: Online abuse of women bloggers in Germany, Switzerland, the United Kingdom, and the United States*, in: *New Media & Society* 20 (4/2017), S. 1282–1302.
- Embacher, Andrea (2021): *Hate Speech gegen Frauen – über sprachliche Gewalt im Internet* (Masterarbeit), Wien.
- European Union Agency for Fundamental Rights (FRA) (2023): *Online Content Moderation – Current challenges in detecting hate speech*, Wien.
- Felling, Matthias et al. (2019): *Hate Speech – Hass im Netz. Informationen für Fachkräfte und Eltern*, Düsseldorf.
- Gagliardone, Iginio et al. (2015): *Countering Online Hate Speech* (= UNESCO Series on Internet Freedom), Paris.
- Geschke, Daniel et al. (2019): *#Hass im Netz: Der schleichende Angriff auf unsere Demokratie. Eine bundesweite repräsentative Untersuchung*, Jena.
- Glaser, Jochen / Laudel, Grit (2010): *Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse*, Wiesbaden.
- HateAid / The Landecker Digital Justice Movement (2021): *Grenzenloser Hass im Internet – Dramatische Lage in ganz Europa*, Berlin.
- Herrmann, Steffen Kitty / Kuch, Hannes (2007): *Symbolische Verletzbarkeit und sprachliche Gewalt*, in: Steffen Kitty Herrmann / Sybille Krämer / Hannes Kuch (Hg.), *Verletzende Worte: Die Grammatik sprachlicher Missachtung*, Bielefeld, S. 179–210.
- Huber, Brigitte (2023): *Social Media – eine kommunikationswissenschaftliche Perspektive*, in: Anne-Kathrin Langner / Gabriele Schuster (Hg.), *Holistische Social-Media-Strategien*, Wiesbaden, S. 27–35.
- Instagram (2021): *An update on our work to tackle abuse on Instagram*, in: Instagram, 11. Februar 2021, (online unter: <https://about.instagram.com/blog/tackling-abuse> – letzter Zugriff: 11.6.2025).
- Institute for Strategic Dialogue / UltraViolet (2021): *Social media fails women: The report card*, London.

- Inter-Parliamentary Union* (2018): Sexism, harassment and violence against women in parliaments in Europe, Genf.
- Kahl, Jonas / Liepert, Simon* (2022): Digital Services Act: Was sich gegenüber dem NetzDG ändert, in: heise online, 09. Dezember 2022 (online unter: <https://www.heise.de/hintergrund/Digital-Services-Act-Was-sich-gegenueber-dem-NetzDG-aendert-7367625.html> – letzter Zugriff: 3.12.2025).
- Kaspar, Kai* (2017): Hassreden im Internet – Ein besonderes Phänomen computervermittelter Kommunikation? in: Kai Kaspar / Lars Gräßer / Aycha Riffi (Hg.), *Online hate speech: Perspektiven auf eine neue Form des Hasses*, Marl, S. 62–70.
- Lang, Andrej* (2018): Netzwerkdurchsetzungsgesetz und Meinungsfreiheit, in: *Archiv des öffentlichen Rechts* 143 (2), S. 220.
- Lang, Raphaela* (2023): Überheblich, hässlich, dumm – Geschlechtsbezogene Hate Speech in sozialen Medien, in: *Sumo*, 15. Mai 2023 (online unter: <https://www.sumo-mag.at/ueberheblich-haesslich-dumm-geschlechtsbezogene-hate-speech-in-sozialen-medien/> – letzter Zugriff: 3.12.2025).
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest* (2025): JIM-Studie 2025. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger, Stuttgart.
- Mohseni, M. Rohangis* (2021): Sexistische Online-Hassrede auf Video-Plattformen, in: Barbara Koch-Priewe / Sebastian Wachs / Andreas Zick (Hg.), *Hate Speech – Multidisziplinäre Analysen und Handlungsoptionen*, Wiesbaden, S. 39–51.
- Pandea, Anca-Ruxandra / Grzemny, Dariusz / Keen, Ellie* (2019): *Gender Matters: A Manual on Addressing Gender-based Violence Affecting Young People*, 2. Aufl., Budapest.
- Plan International* (2020): *Free to be online? Girls' and young women's experiences of online harassment (= State of the World's Girls 2020)*, Surrey.
- Powell, Anastasia et al.* (2022): A multi-country study of image-based sexual abuse: extent, relational nature and correlates of victimisation experiences, in: *Journal of Sexual Aggression* 30 (1), S. 25–40.
- Riemenschneider, Severin / Lutz, Marina* (2021): #HateSpeech – Shitstorms als Kampfmittel organisierter Strukturen, in: *Datenschutz und Datensicherheit* 45 (6), S. 371–374.
- Robertz, Frank J. / Oksanen, Atte / Räsänen, Pekka* (2016): *Viktimisierung junger Menschen im Internet. Leitfaden für Pädagogen und Psychologen*, Wiesbaden.
- Römer-Pieretti, Max / Esteban-Ramiro, Beatriz / Canelón Silva, Agrivalca* (2025): *Violence, Hate Speech, and Gender Bias: Challenges to an Inclusive Digital Environment*, in: *Social Inclusion* 13 (1), S. 1–5.
- Schieb, Carla* (2021): *Zwischen Like und Empörung: Theoretische Modellierung und Empirische Untersuchung von Rezeptions- und Persuasionswirkungen von Sexistischem Hate Speech*, Münster.
- Schneiders, Pascal* (2021): *Hate Speech auf Online-Plattformen*, in: *UFITA – Archiv für Medienrecht und Medienwissenschaft* 85 (2), S. 269–333.

- Sponholz, Liriam (2021): Hass mit Likes: Hate Speech als Kommunikationsform in den Social Media, in: Barbara Koch-Priewe / Sebastian Wachs / Andreas Zick (Hg.), Hate Speech – Multidisziplinäre Analysen und Handlungsoptionen. Theoretische und empirische Annäherungen an ein interdisziplinäres Phänomen, Heidelberg, S. 15–24.
- Stark, Birgit / Magin, Melanie / Geiß, Stefan (2022): Meinungsbildung in und mit sozialen Medien, in: Jan-Hinrik Schmidt / Monika Taddicken (Hg.), Handbuch Soziale Medien, Wiesbaden, S. 213–231.
- Stecher, Sina et al. (2020): „Du bist voll unbekannt!“ Selbstdarstellung, Erfolgsdruck und Interaktionsrisiken auf TikTok aus Sicht von 12- bis 14-Jährigen. Ausgewählte Ergebnisse der Monitoring-Studie (= ACT ON! Short Report Nr. 7.), München.
- Suler, John (2004): The Online Disinhibition Effect, in: *CyberPsychology & Behavior* 7 (3), S. 321–326.
- van der Wilk, Adriane (2018): Cyber violence and hate speech online against women (= Study for the European Parliament's Committee on Women's Rights and Gender Equality), (online unter: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/604979/IPOL_STU\(2018\)604979_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/604979/IPOL_STU(2018)604979_EN.pdf) – letzter Zugriff: 3.12.2025).
- Zeller, Frauke (2017): Soziale Medien in der empirischen Forschung, in: Jan-Hinrik Schmidt / Monika Taddicken (Hg.), Handbuch Soziale Medien, Wiesbaden, S. 389–408.
- Zick, Andreas et al. (2008): The Syndrome of Group-Focused Enmity: The Interrelation of Prejudices Tested with Multiple Cross-Sectional and Panel Data, in: *Journal of Social Issues* 64 (2), S. 363–383.