SPOT LIGHT
Antifeminismus
erkennen und begegnen

SPOT ON...
Manfluencer

Zur Erinnerung: Antifeminismus ist…?

Antifeminismus ist eine Ideologie, die Geschlechtergerechtigkeit und vielfältige Lebensweisen ablehnt und sich häufig organisiert und aktiv gegen sie richtet. Er stützt sich stark auf traditionelle Rollenbilder und wertet bestehende Geschlechterhierarchien positiv. Antifeminismus vermittelt ein klares Bild davon, was als „richtig" und „falsch" gilt: Heterosexualität, Kleinfamilie (Vater, Mutter, Kind) und klassische Arbeitsteilung zwischen den Geschlechtern werden als „normal" und gefährdet dargestellt, während queere Lebensweisen, gleichberechtigte Partnerschaften und geteilte Sorgeverantwortung abgelehnt werden. Vorstellungen, die über eine rein biologische Sicht auf Geschlecht hinausgehen – wie das Konzept des sozialen Geschlechts (gender) – werden ebenso zurückgewiesen. Antifeminismus richtet sich gegen geschlechtliche, sexuelle und reproduktive Selbstbestimmung. Konkret zeigt sich dies beispielsweise in Kampagnen und Demonstrationen gegen das Recht auf Abtreibung oder gegen die Sichtbarkeit sexueller Vielfalt an Schulen. Gezielte Lobbyarbeit auf parlamentarischer Ebene ist ebenso Teil antifeministischer Politiken wie juristische Einschüchterungsversuche und persönliche Anfeindungen. Als politische Agenda zielt Antifeminismus darauf, Gleichstellung und Teilhabe einzuschränken.

Ich bin männlich, 20 Jahre alt. Ich öffne TikTok auf meinem Handy und befinde mich direkt im Sog der Videos: Männer, die mir erklären, wie ich schnell eine Freundin finde. Männer, die mir erklären, wie ich in drei Monaten reich werde. Männer, die mir erklären, wie ich einen krassen Sixpack bekomme.

Personen, die solche Inhalte auf Social Media erstellen, nennt man *Manfluencer* – männliche Influencer, die im Internet über Männlichkeit, Selbstoptimierung, Dating oder traditionelle Geschlechterrollen sprechen. Die Präsenz der *Manfluencer* hat in den letzten Jahren stark zugenommen. Was vor zehn Jahren noch als Nischen-Phänomen galt, hat sich seit 2020 unter anderem durch den Boom von Kurzclips auf TikTok im Mainstream etabliert. *Manfluencer* und „Männer-Coaches" beeinflussen Männer, indem sie einfache, polarisierende Botschaften verbreiten, die von Algorithmen weiter verstärkt werden. Ihre Zielgruppe sind vor allem junge Männer, die häufig über scheinbar harmlose Lifestyle-Tipps auf die Videos stoßen.

Identifikations-angebot: starke Männlichkeit?

Manfluencer sprechen gezielt die Unsicherheiten junger Männer an: Angst vor Einsamkeit, Überforderung, Versagensängste in Liebe, Beruf und Sexualität. Viele fürchten, nie eine Freundin zu finden oder beruflich zu scheitern. Diese Sorgen werden emotional aufgegriffen und als Gemeinschaftserfahrung eingebettet. **(1)** Durch strategisches Storytelling und eine direkte Ansprache schaffen *Manfluencer* Identifikationsflächen und ein Gefühl von Zugehörigkeit. Dieser Zugang kann wie eine Drehtür als Übergang zu frauen- und queerfeindlichen sowie antifeministischen Inhalten wirken. Gerade, wenn die Aufwertung der eigenen Gruppe durch die Abwertung der anderen, häufig Frauen und queere Menschen, geschieht. *Manfluencer* versprechen, durch „wahre Männlichkeit" Unsicherheiten zu überwinden. Hierzu propagieren sie Standhaftigkeit gegenüber „woker" Identitätspolitik und den Aufbau vermeintlicher Stärke und Kontrolle – etwa durch Flirttechniken, körperliche Optimierung oder schnelles Geldverdienen.

Akteure der Manosphere

Manfluencer ist nicht gleich *Manfluencer.* Während manche nur Lifestyle-Videos drehen, vertreten andere polarisierende, geschlechterkonservative bis hin zu antifeministischen Einstellungen und erheben den Anspruch, dass diese Lebensweise die einzig richtige sei und für alle gelte müsse.

Letztere lassen sich deshalb häufig dem Oberbegriff der *Manosphere* zuordnen – ein loses Netzwerk aus Online-Communitys, z.B. in Blogs, Foren, sozialen Medien und Plattformen wie YouTube oder Reddit. Das Netzwerk gleicht einer zersplitterten Landschaft und besteht aus verschiedenen Akteursgruppen wie z.B. Männerrechtlern, *Men Going Their Own Way (MGTOW)*, *Incels*, *Red Piller* und *Pick-Up-Artists*. Die jeweiligen Akteure haben teils sehr unterschiedliche An- und Absichten. **(2)** Während sich Männerrechtler gegen die gefühlte Benachteiligung von Männern einsetzen und *Red Piller* behaupten, die Welt durch eine „entlarvende Linse" zu betrachten, die Frauen als manipulierend und Männer als unterdrückt zeigt, distanzieren sich MGTOW-Anhänger als *„Lone Wolves"* grundsätzlich von Beziehungen zu Frauen. *Incels* leben unfreiwillig zölibatär und geben Frauen die Schuld an ihrer Einsamkeit, wohingegen *Pick-Up-Artists* Techniken präsentieren, um Frauen zu „verführen" – bzw. sie zu belästigen – und zu kontrollieren. Dennoch haben die unterschiedlichen Akteure der *Manosphere* etwas gemeinsam: Sie sind der Auffassung, dass Männer eine natürliche Vormachtstellung gegenüber Frauen und queeren Personen haben. Sie glauben und fühlen, dass diese durch Feminismus in Gefahr sei und vertreten deshalb – mal subtil, mal offen – Frauen- und Queerfeindlichkeit, sowie antifeministische Überzeugungen. **(3)**

Einfluss von Manfluencern

Doch hinter den Videos vieler *Manfluencer* stehen mehr als nur ideologische Überzeugungsversuche. Die Inhalte sind Teil einer professionellen Marketingstrategie, die Profitinteressen folgt. Die *Manfluencer* verkaufen vermeintliche Lösungen für die Probleme junger Männer. Mit einem Code können User beispielsweise ein Video kommentieren und bekommen dann Zugang zu einem kostenpflichtigen Online-Kurs. Andrew Tate, einer der bekanntesten *Manfluencer,* verdient so schätzungsweise circa 120 Millionen US Dollar pro Jahr. **(4)**

Der Einfluss von *Manfluencern* zeigt sich auf mehreren Ebenen: Junge Männer orientieren sich an vermeintlich starken und erfolgreichen Vorbildern, die stereotypen Männlichkeitsbildern entsprechen und Kontrolle, körperliche Optimierung und schnellen Reichtum versprechen. Bleiben diese Erwartungen unerfüllt, führt dies häufig zu Frustration und einer erhöhten psychischen Belastung, da die Jugendlichen sich selbst verantwortlich machen. Gleichzeitig verstärkt sich die Feindseligkeit gegenüber Frauen und queeren Personen, die für das vermeintliche Versagen, ein „echter Mann" zu sein, verantwortlich gemacht werden. Im Extremfall kann dies zu einer Radikalisierung führen, die in Gewalt mündet.
In der Gesellschaft zeigt sich die Wirkung der *Manfluencer* in einer Zunahme von Misogynie und Queerfeindlichkeit im öffentlichen Diskurs. Die Grenzen dessen, was gesagt werden darf, verschieben sich und verengte Geschlechterbilder werden wieder salonfähig. Parallel dazu sinkt das Vertrauen in politische Institutionen, während rechte Einstellungen und Parteien an Zuspruch gewinnen.

Dieser Wandel verläuft oft unauffällig: Jugendliche ziehen sich zurück, meiden Auseinandersetzungen und befürworten zunehmend eine Kultur, in der Gewalt und Frauenhass als legitime Reaktionen auf Verunsicherung und Frust erscheinen. Es entstehen klare Feindbilder – Feminismus, die queere Community, Migrant:innen[1], Jüdinnen:Juden, Frauen generell –, wodurch ein Nährboden für Antifeminismus und Rechtsextremismus geschaffen wird. Dies stellt eine ernsthafte Gefahr für die demokratische Gesellschaft dar, auf die wir schnell und differenziert reagieren müssen. **(5)**

1 Für eine geschlechtergerechte Sprache verwenden wir durchgehend den Doppelpunkt. Er wird ebenso bei extrem rechten und antifeministischen Akteur:innen verwendet, auch wenn deren Denkweisen nur ein binäres Geschlechtersystem von Mann und Frau zulassen.

Was tun?

Die medial sichtbaren wie auch pädagogisch spürbaren Indizien einer zunehmenden Einflussnahme von *Manfluencem* sind beunruhigend. Vor allem für Menschen, die soziale Medien meiden, ist diese Dynamik allerdings oft schwer erkennbar. Sie können sich nur über Sekundärmedien informieren, online nach der *Manosphere* suchen oder medienpädagogische und geschlechterreflektierende Handreichungen lesen. Dieses indirekte Wissen verstärkt jedoch häufig ein Gefühl der Hilflosigkeit. Jeglicher politische Versuch, mediale Plattformen stärker zu regulieren, scheint zu scheitern. Doch gerade das Gefühl von Ohnmacht kann ein aktivierendes Potenzial entfalten. Ja, diese Entwicklungen sind alarmierend – für die Jungen bzw. jungen Männer selbst, für ihr Umfeld und für die Institutionen, die unsere Demokratie sichern. Es ist deshalb höchste Zeit, sie besser zu verstehen und entschieden auf sie zu reagieren – politisch wie pädagogisch.

Detox Identity

Detox Identity arbeitet kritisch zu Männlichkeit und engagiert sich für Diskriminierungssensibilität. Detox Identity kreiert angemessen humorvolle Räume, in denen Widerstände ernst genommen und persönliche Zugänge zu Themen wie Diversity und Geschlechtergerechtigkeit entdeckt werden. Ziel ist es, Menschen und Organisationen abzuholen, wo sie gerade stehen – mit systemischer Haltung, innovativen Methoden und Theorien des intersektionalen Feminismus.

Eine Handreichung von **Spotlight – Antifeminismus erkennen und begegnen** in Kooperation mit dem **Bundesforum Männer – Interessensverband für Jungen, Männer und Väter e.V.**

Nähere Informationen zu allen beteiligten Projekten unter:
www.spotlight-antifeminismus.de
www.bundesforum-maenner.de
https://www.detox-identity.de/

Adolessons statt Adultismus – von und mit Jugendlichen lernen!

Auf Augenhöhe lernt man am besten. Pädagog:innen sind es gewohnt, bei inhaltlichen Auseinandersetzungen mit jungen Menschen die Richtung vorzugeben oder zumindest vorgeben zu können. Sie haben mehr Erfahrung, eine gezielte Ausbildung und eine professionelle Rolle. Im Umgang mit sozialen Medien kehrt sich dieses Verhältnis jedoch teilweise um. Denn: „Boomer und Millennial Cringe" sind real, egal wie süchtig wir selbst als erwachsene Bezugspersonen nach Instagram- und WhatsApp-Storys sind. Junge Menschen sind länger und schneller auf Social Media unterwegs und haben somit erfahrungsbasierte Medienkompetenz. Sie wissen, warum welche Inhalte erfolgreich sind, haben ein Gespür dafür, wer mit dem eigenen Content rein monetäre Interessen verfolgt. Und sie wissen, was sie tun müssen, um ungeliebte Inhalte nicht mehr sehen zu müssen.

Pädagog:innen und Bezugspersonen können sich fragen:

- Welche aktuellen Herausforderungen haben die Jungen/junge Männer im eigenen Umfeld?
- Welche Bedürfnisse und Fragen haben sie? Wieso ist der Content für sie so ansprechend?
- Wer oder was könnte ihnen dabei nachhaltig helfen? Warum?
- Welche Versprechungen werden von den (vermeintlichen) Vorbildern auf Social Media gemacht? Welche Konsequenzen oder „Kosten" entstehen für die Jungen/jungen Männer – aber auch für die Gesellschaft, wenn diesen Versprechungen gefolgt wird?
- Wie lässt sich der Medienkonsum von jungen Menschen sinnvoll begleiten und einbetten? Wie lässt sich ein sinnvoller Feed kuratieren?

Dabei sollten Fachkräfte die Kompetenzen der jungen Menschen wertschätzen und gezielt einbeziehen – insbesondere, wenn es darum geht, einen kritischen und reflektierten Umgang mit *Manfluencem* und „tiktoxischer Männlichkeit" zu fördern. Ziel sollte es sein, gemeinsam mit Jugendlichen die Strategien der *Manfluencer* zu „decoden" (Jugendsprache für: entschlüsseln). Wenn pädagogische Fachkräfte von den Jugendlichen selbst hören, welche Bedürfnisse und Fragen sie haben und warum gerade *Manfluencer*-Content sie anspricht, eröffnet das die Möglichkeit, echte Alternativen anzubieten. Alternativen, die nicht in Einsamkeit, emotionaler Kälte oder Gewalt münden, sondern Empathie, Achtsamkeit, Bewusstsein für eigene Grenzen und Akzeptanz der eigenen Komplexität stärken.
Da solche Alternativen im Vergleich zu den vom TikTok-Algorithmus bevorzugten Inhalten von *Manfluencem* selten sind, lohnt es sich zusätzlich, die Kreativität junger Menschen selbst zu aktivieren.

Social Media – positiv besetzen?!

Auf Social Media finden sich neben problematischen Inhalten auch viele positive Beispiele und männliche Vorbilder, die auf die Bedürfnisse junger Männer eingehen oder auch Einblicke in ihren Alltag als gleichberechtigte Partner und Elternteile geben. Sie zeigen, dass respektvoller Umgang mit Frauen und queeren Personen mit Anerkennung und Stärke vereinbar ist. Trends wie #goodnightbro auf TikTok, bei dem sich Freunde abends nach ihrem Tag erkundigen, vermitteln beispielsweise Nähe, Emotionalität und gegenseitige Unterstützung. Ein weiteres gelungenes Beispiel, wie auf TikTok rechter Radikalisierung und antifeministischen Tendenzen bei jungen Männern entgegengewirkt werden kann, ist das Projekt MYKE vom onlinetheater.live: Schauspieler bauten dabei Accounts auf, die in ihrer Ästhetik *Manfluencem* ähneln, aber starre Männlichkeitsbilder hinterfragen und als Antworten alternative Inhalte wie emotionale Kompetenz, Fürsorglichkeit und vielfältige Formen von Männlichkeit anboten.

Detox TikTok – ein Einblick in unsere Praxis

In einem Part der Workshops von *Detox Identity* suchen die Teilnehmenden selbst nach Hashtags wie #fuckstereotypes, die starre Vorstellungen von Männlichkeit und Weiblichkeit infrage stellen. Im geschlechtergetrennten Setting geben diese Funde Inspiration für eigene Videos oder Bilder, die im Anschluss erstellt werden und ihre eigenen Botschaften enthalten. Dabei können die Jungen/jungen Männer ihren Social-Media-Konsum verarbeiten, probieren sich selbst als Creator aus und erleben, dass sie selbst Teil der digitalen Öffentlichkeit sein können.

Auch pädagogisch Tätige lernen dabei viel: Viele Jungen berichten, wie sehr es sie beschäftigt, dass Frauen nachts Angst vor ihnen haben. In den abschließenden Präsentationen der erarbeiteten Inhalte reagieren sie spürbar empathischer auf Erfahrungen von Mitschüler:innen zu Catcalling oder Queerfeindlichkeit, die sie zu Beginn noch als ‚Witze' abgetan haben. Diese Erfahrungen zeigen: Pädagogische Arbeit muss stärker an der Lebensrealität Jugendlicher auf Social Media ansetzen. Medienkompetenz gehört fest in die Bildung – und sollte junge Menschen darin bestärken, eigene Gegenstimmen zu den starren Vorstellungen der *Manfluencer* zu entwickeln.

Literaturnachweise

(1) Equimundo: Center for Masculinities and Social Justice (2024), What is the Manosphere? Exploring male-dominated online spaces promoting misogyny.

(2) Office of Communications (Ofcom) (2025), The Manosphere umasked.

(3) Çağlar et al. (2025), Mapping the Germanosphere. A Pilot Study, SCRIPTS Working Paper No. 57.

(4) Olinga (2025), Masculinity Influencers Are Making A Lot of Money.

(5) Rothermel (2023), Von Gamergate zu Andrew Tate: Misogynie und Antifeminismus zwischen Mainstream und extremistischer Gewalt, in WISSEN SCHAFFT DEMOKRATIE (2023), Bd. 13.

Weiterführendes zum Thema

- Dokumentation vom SWR „Shut Up Bitch: Der Kampf um Männlichkeit".
- Podcast von Dissens „Was tun… gegen tiktoxische Männlichkeit?" mit Tobi Spiegelberg von Detox Identity und Caspar Weimann von onlinetheater.live.
- Dokumentation ARDWissen „Toxische Männlichkeit. Woher kommt die Wut auf Frauen?".
- Methodenkonzept von Detox Identity „Männer im Feminismus – Warum und Wie?".

IMPRESSUM

Autor:innen:

Maike Stemmler und
Tobias Spiegelberg

Lektorat:
Carolin Hesidenz

Grafikdesign:
AVINformate

In Kooperation mit:
Bundesforum Männer - Interessens-verband für Jungen, Männer und Väter e.V.

Herausgegeben von:

Wuppertaler Initiative
für Demokratie und Toleranz e.V.
Bendahler Straße 29
42285 Wuppertal

Gefördert durch:

lks.nrw
Landeskoordinierungsstelle gegen Rechtsextremismus und Rassismus

Ministerium für
Kultur und Wissenschaft
des Landes Nordrhein-Westfalen

Ministerium für Kinder, Jugend, Familie, Gleichstellung, Flucht und Integration
des Landes Nordrhein-Westfalen