# UN_SAFE Spaces Report

cosnova BEAUTY
SAYS NO!
TO HATE AND VIOLENCE

Der „Un_Safe Spaces Report: Geschlechtsspezifische Gewalterfahrungen junger Frauen in Deutschland“ ist im Rahmen der Initiative cosnova says NO in Zusammenarbeit mit der NGO Zonta International Germany entstanden. Ziel der Initiative ist eine gewaltfreie Gesellschaft für Frauen. Mit cosnova says NO engagiert sich das Kosmetikunternehmen (u.a. essence, Catrice), um Aufmerksamkeit für geschlechtsspezifische Gewalt als gesellschaftliches Problem zu schaffen und insbesondere junge Frauen aufzuklären.

Für den Report befragte das Sozialforschungsinstitut forsa 2.024 Frauen im Alter von 18 bis 65 Jahren, davon 1.501 befragte Frauen zwischen 18 und 35 Jahren.*


Ihre Ansprechpartnerin bei Fragen zum Report:

**Jil Berning**
PR & Corporate Communications Manager

**M.** j.berning@cosnova.com
**T.** +49 6196 76156 1181


# GRENZVERLETZUNGEN

## IN SOZIALEN NETZWERKEN WIE INSTAGRAM, SNAPCHAT ODER WHATSAPP

**Jede zweite Frau zwischen**
**18 und 35 Jahren**

**hat bereits Nachrichten oder Kommentare in sozialen Netzwerken erhalten, die sie als sexuell übergriffig empfunden hat.**

Beantwortung der Frage „Wie häufig haben Sie erlebt, dass Sie (Direkt-)Nachrichten/ Kommentare erhalten haben, die Sie als sexuell übergriffig/unangemessen empfanden?“; 51% beantworteten die Frage mit „mehrmals“ oder „einmal“

Quelle: forsa-Studie „Un_Safe Spaces Report“ zu geschlechtsspezifischer Gewalt in Deutschland, im Auftrag von cosnova Beauty (n=2.024; 1.501 Frauen im Alter von 18-35 Jahren)



*Die Befragung wurde im Rahmen des repräsentativen Online-Panels forsa.omninet im Zeitraum vom 06. bis 15. Januar 2025 realisiert. Untersucht wurden Gewalterfahrungen im öffentlichen Raum, Grenzüberschreitungen in sozialen Medien und Partnerschaftsgewalt.

„Digitale Gewalt ist ein gesellschaftliches Problem, das wir nicht länger ignorieren dürfen. Denn jede Form der Grenzüberschreitung im Internet ist inakzeptabel und darf nicht zur Normalität werden. Da die Kommunikation unserer Marken essence und Catrice hauptsächlich auf digitalen Kanälen stattfindet, ist es uns ein besonderes Anliegen, dass sich unsere Communities in diesen Räumen sicher fühlen."

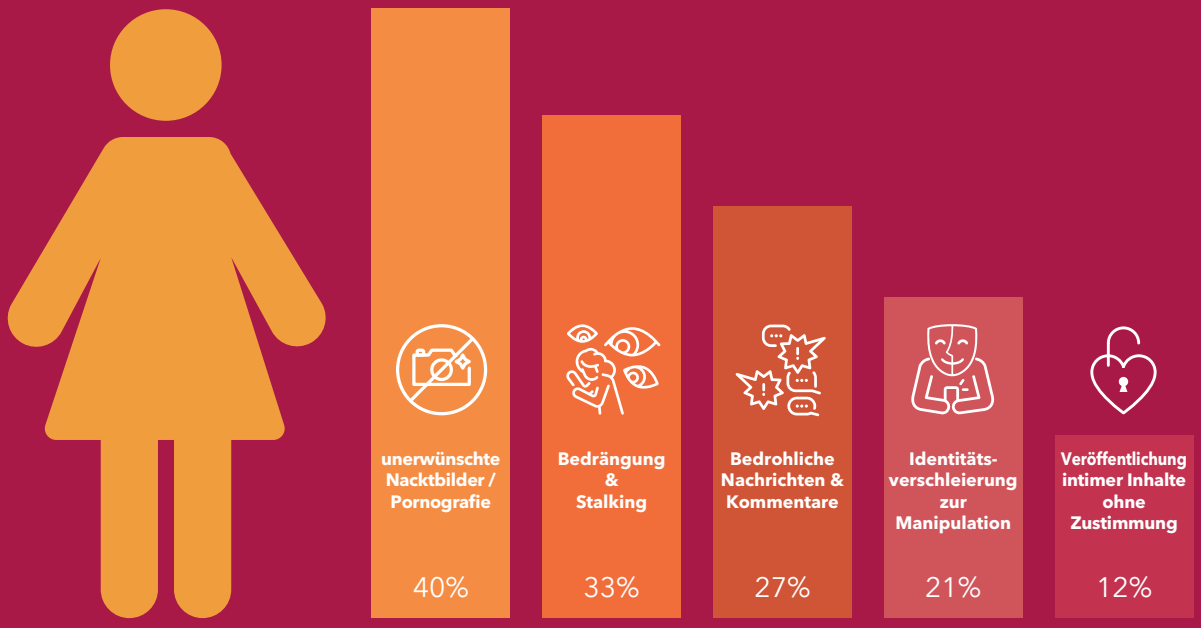
**Bülent Özdemir**
Global Brand Director der Marke essence



HateAid-App „MeldeHelden" ermöglicht es, Vorfälle digitaler Gewalt an einem Ort zu erfassen, geführt weiterzuleiten und strukturiert zu dokumentieren. Darüber hinaus werden unterstützende Maßnahmen und Informationen für Betroffene digitaler Gewalt angeboten.

# VERBALE BELÄSTIGUNG, UNERWÜNSCHTE NACKTBILDER UND CYBERSTALKING SIND HÄUFIGSTE FORMEN DIGITALER GEWALT

## Formen der digitalen Gewalt gegen Frauen zwischen 18 und 35 Jahren




Quelle: forsa-Studie „Un_Safe Spaces Report" zu geschlechtsspezifischer Gewalt in Deutschland, im Auftrag von cosnova Beauty (n=2.024; 1.501 Frauen im Alter von 18-35 Jahren)

Von den Frauen, die digitale Grenzüberschreitungen erleben, reagiert ein Drittel gar nicht auf das Erlebte. Die Gründe für diese Passivität sind vielfältig:

**46 %**

**stufen die Vorfälle im Nachhinein als nicht schwerwiegend genug ein**

**28 %**

**wissen nicht, wie sie sich wehren können**

**58 % der Frauen, die online belästigt werden, fühlen sich machtlos**

Beantwortung der Frage „Warum haben Sie den Vorfall ignoriert oder darauf nicht reagiert?" mit „weil ich glaube, dass es nichts gebracht hätte";
Frage wurde nur von Frauen beantwortet, die zuvor angegeben haben, einen übergriffigen Vorfall auf Social Media ignoriert oder nicht darauf reagiert zu haben (32 %)



Quelle: forsa-Studie „Un_Safe Spaces Report" zu geschlechtsspezifischer Gewalt in Deutschland, im Auftrag von cosnova Beauty (n=2.024; 1.501 Frauen im Alter von 18-35 Jahren)

Reagieren Frauen dennoch, konzentrieren sie sich auf Selbstschutz:

**65%**

blockieren den Täter oder löschen den Kommentar

**42%**

melden den Vorfall beim Plattform-anbieter

**4%**

erstatten Strafanzeige

„Wir brauchen sowohl präventive Maßnahmen als auch direkte Unterstützung für Betroffene. Im Rahmen von ‚cosnova says NO' arbeiten wir neben HateAid auch mit Zonta Deutschland zusammen, um Aufklärungsarbeit, die Bereitstellung hilfreicher Tools zu unterstützen und auf das Thema aufmerksam zu machen."

**Astrid Haury**

Senior Managerin Corporate Responsibility bei cosnova Beauty

