

UNSAFE Spaces Report

COSNOVA
BEAUTY

SAYS NO!

**NEIN ZU GEWALT
GEGEN FRAUEN**

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:

Laura Kummert
Senior PR & Corporate Communications Manager

M. l.kummert@cosnova.com
T. +49 (0)152 3277 6171

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“

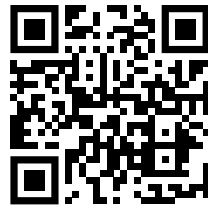
Quelle: forsa-Studie „Un_Safe Spaces Report“ zu geschlechtsspezifischer Gewalt in Deutschland,
im Auftrag von cosnova Beauty (n=2.024; 1.501 Frauen im Alter von 18-35 Jahren)



*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

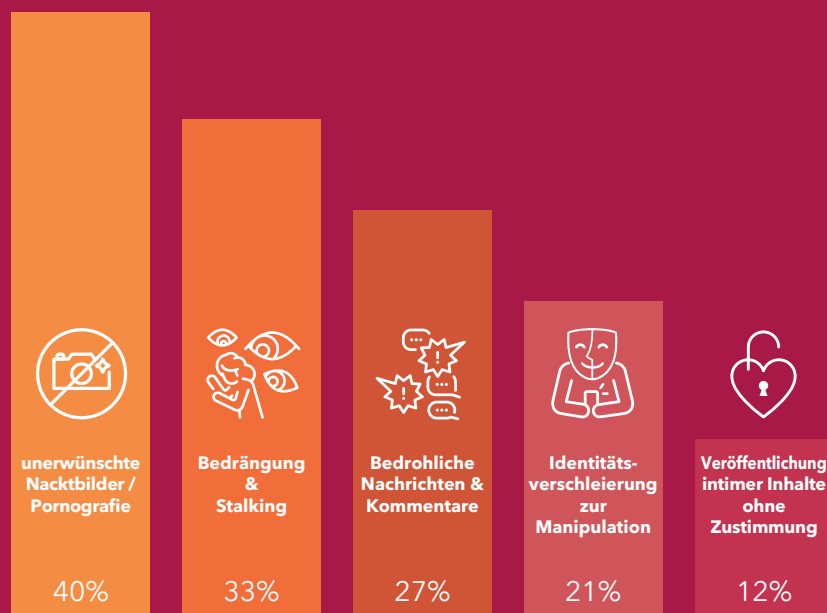


HateAid-App „MeldeHelden“ ermöglicht es, Vorfälle digitaler Gewalt an einem Ort zu erfassen, geführt weiterzuleiten und strukturiert zu dokumentieren. Darüber hinaus werden unterstützende Maßnahmen und Informationen für Betroffene digitaler Gewalt angeboten.



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 übergreifigen 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

