

Zwischen Rollenklischees und Emotionen: Tinder startet „Locker Room Talks“ mit Ski Aggu & Co. über moderne Männlichkeit

- Neue Tinder-Umfrage zeigt: Jede:r Dritte der Gen Z erlebt wöchentlich toxische Männlichkeit im Alltag – gleichzeitig geben 56% der Männer an, sich unter Druck gesetzt zu fühlen, einem bestimmten Rollenbild zu entsprechen.¹
- Die neue Tinder-Serie „Locker Room Talks“ will diesen Widerspruch auflösen – mit Gesprächen über Konsent, Gefühle und moderne Männlichkeit mit Ski Aggu, Fabian Reese, \$oho Bani und weiteren jungen Stimmen.

Berlin, 8. April 2025 – Tinder startet [„Locker Room Talks“](#), eine neue Webserie, die traditionelle Rollenbilder hinterfragt und eine offene, respektvolle Dating-Kultur fördern möchte.

In der Serie spricht **Creator [Levi Penell](#)** mit bekannten Persönlichkeiten wie **Rapper [Ski Aggu](#)**, **Fußballprofi [Fabian Reese](#)** und **Musiker [\\$oho Bani](#)** und **Creator [Havalisergec](#)** über Themen wie toxische Männlichkeit, Konsent und emotionale Offenheit – und das in einem klassischen Umkleideraum. Ein Ort, der oft mit klischeehaften „Männergesprächen“ assoziiert wird, wird neu interpretiert: Statt gängiger Stereotype stehen ehrliche und reflektierte Gespräche über moderne Männlichkeit, Green Flags beim Dating und emotionale Verletzlichkeit im Mittelpunkt.

Mit [„Locker Room Talks“](#) möchte Tinder wichtige Gespräche über Zustimmung, emotionale Offenheit und die Art von Männlichkeit anregen, die zu bedeutungsvollen Beziehungen beiträgt. „Locker Room Talks“ ist ab dem 7. April 2025 in acht Episoden auf Tinders deutschen [Instagram](#)- und [TikTok](#)-Kanälen zu sehen.

Ski Aggu über moderne Männlichkeit: Respekt, Konsent und Verantwortung übernehmen

Für Ski Aggu bedeutet Männlichkeit, Respekt zu zeigen, Verantwortung zu übernehmen und nie auszulernen. *Wichtig ist, offen für Kritik zu sein und ehrlich zu reflektieren, wenn einem das eigene Fehlverhalten gespiegelt wird – gerade auch im Gespräch mit weiblichen Freundinnen*, sagt **Ski Aggu**.

Besonders beim Dating betont er die Bedeutung von Konsens und reflektiertem Verhalten:

Er kritisiert, dass in vielen Männergruppen noch zu wenig über Respekt gesprochen wird – sowohl in Songtexten als auch in privaten Gesprächen. *„Es ist wichtig, einen Raum zu schaffen, wo immer klar ist, dass auch Nein gesagt werden kann und das akzeptiert wird“*, sagt **Ski Aggu**. Für ihn steht fest: Sich selbst zu hinterfragen ist keine Schwäche, sondern der Schlüssel, um veraltete Rollenbilder abzulegen. Tinder-Daten zeigen, dass diese Haltung längst nicht selbstverständlich ist – nur 36% der 18- bis 25-Jährigen geben an, echte Gleichberechtigung in ihrer Beziehung zu erleben.²

Fabian Reese: Warum Männer lernen müssen, über Gefühle zu sprechen

Für Profifußballer [Fabian Reese](#) ist Sensibilität keine Schwäche, sondern eine Stärke – sowohl im Umgang mit sich selbst als auch mit anderen. Laut einer aktuellen Tinder-Studie sind 45 % der Männer der Meinung, dass sie sich emotional mehr öffnen und öfter eine Therapie aufsuchen sollten.³ Moderne Männlichkeit, sagt Reese, bedeutet, Verantwortung zu übernehmen, auch für das eigene Verhalten in Freundeskreisen und in der Gesellschaft. Es geht nicht nur darum, sich dessen bewusst zu sein, sondern aktiv einzugreifen, wenn Grenzen überschritten werden. Die Tinder-Daten belegen dies: 53 % der Gen Z sagen, dass sie jemanden mit toxischem Verhalten konfrontieren würden, wenn sie es mitbekommen.⁴

\$oho Bani über Respekt, Gleichberechtigung und emotionale Offenheit

Der Musiker [\\$oho Bani](#) ist der Meinung, dass veraltete und problematische Frauenbilder hinterfragt werden müssen und sich aktiv gegen ihre Abwertung gestellt werden muss. Für ihn bedeutet moderne Männlichkeit, Verletzlichkeit zuzulassen und emotionale Intelligenz zu zeigen – ein Wert, den 72 % der Generation Z teilen, die sagen, dass sie emotionale Intelligenz attraktiver finden als traditionelle maskuline Charakterzüge.⁵

Havalisergec über Männlichkeit, Kommunikation und Konsent

[Havalisergec](#) steht für ein kreatives, reflektiertes Männlichkeitsbild, das sich von starren Rollenbildern löst. Für ihn ist Konsent

essentiell – und das fängt mit Kommunikation an. Er betont, dass es nicht nur darum geht, selbst sicher zu sein, sondern auch Safe Spaces für andere zu schaffen. Für ihn basiert wahre Männlichkeit auf Respekt, Offenheit und der Bereitschaft, alte Gewohnheiten zu hinterfragen. Er ermutigt Männer, nicht nur über Gefühle zu sprechen, sondern diese auch zu leben – denn emotionale Intelligenz ist nicht die Ausnahme, sondern die Grundlage jeder gesunden Beziehung.

Über die Kampagne und Unterstützungsangebote

Die Kampagne wurde unter fachlicher Anleitung von [Frauen gegen Gewalt im Online-Dating](#) entwickelt, einem Projekt der Landesarbeitsgemeinschaft der Frauenberatungsstellen in Schleswig-Holstein (LFSH), die sich für den Schutz und die Unterstützung von Betroffenen einsetzt. Bundesweit bieten Beratungsstellen Unterstützung für alle, die von sexueller Belästigung oder Gewalt betroffen sind. Darüber hinaus ist das bundesweite Hilfetelefon „Gewalt gegen Frauen“ rund um die Uhr unter der Rufnummer 116 016 erreichbar.

Legende

¹ Die Umfrage unter 3.000 18- bis 25-Jährigen in Deutschland, wurde im Auftrag von Tinder von dem Marktforschungsunternehmen Opinium durchgeführt. Die Daten wurden zwischen dem 11. März 2025 und 20. März 2025 erhoben.

² Die Umfrage unter 3.000 18- bis 25-Jährigen in Deutschland, wurde im Auftrag von Tinder von dem Marktforschungsunternehmen Opinium durchgeführt. Die Daten wurden zwischen dem 11. März 2025 und 20. März 2025 erhoben.

³ Die Umfrage unter 3.000 18- bis 25-Jährigen in Deutschland, wurde im Auftrag von Tinder von dem Marktforschungsunternehmen Opinium durchgeführt. Die Daten wurden zwischen dem 11. März 2025 und 20. März 2025 erhoben.

⁴ Die Umfrage unter 3.000 18- bis 25-Jährigen in Deutschland, wurde im Auftrag von Tinder von dem Marktforschungsunternehmen Opinium durchgeführt. Die Daten wurden zwischen dem 11. März 2025 und 20. März 2025 erhoben.

⁵ Die Umfrage unter 3.000 18- bis 25-Jährigen in Deutschland, wurde im Auftrag von Tinder von dem Marktforschungsunternehmen Opinium durchgeführt. Die Daten wurden zwischen dem 11. März 2025 und 20. März 2025 erhoben.

Für nähere Informationen: Tinder Medienbüro | Schröder + Schömb's PR GmbH | Torstraße 107 | 10119 Berlin | tinder@schroederschoembs.com | 030 349964-50

<https://de.tinderpressroom.com/lockerroomtalks>