

**Abstract:** Diese Studie soll Aufschluss darüber geben, welche Emotionen mit Hilfe von sozialen Netzwerken (SNS) transportiert werden können. Dabei geht sowohl um die Art der Übermittlung selbst, und auch darum, wie sich die Emotionen inhaltlich manifestieren und ob es geschlechterspezifische Unterschiede gibt. Anlass der Untersuchung ist die Diskussion um Claudia Neumann als erste weibliche Live-Kommentatorin eines Männerfußballspiels während der Fußballweltmeisterschaft 2018. Während dieser Zeit gab auf Twitter zahlreiche Kommentare unter dem Hashtag #ClaudiaNeumann, die sich auf emotionale Weise für oder gegen die Kommentatorin positioniert haben. Methodisch durchgeführt wurde die Studie mit einer qualitativen Inhaltsanalyse von 130 Tweets, aus denen Emotionen gefiltert und in ein Kategorienschema in Anlehnung an Ekman's Basisemotionen eingeordnet wurden. Es fällt auf, dass alle Basisemotionen verteilt auf die pro- oder contra-Seite zu finden sind, wobei die meisten Emotionen, die von der pro-Seite verwendet werden, sich gegen die Emotionen und Argumentationen der contra-Seite richten, außer *Freude* und *Überraschung*, die sich rein auf Claudia Neumann selbst beziehen. Inhaltlich ist die pro-Seite von Solidarität und Lob für Neumann geprägt, während auf der contra-Seite Kritik in jeglichen Formen dominant ist. Geschlechterspezifische Unterschiede zeigen sich darin, dass Frauen sich eher verhalten und sachlich äußern, wohingegen Männer teilweise zu sexistischer und schmäher Sprache neigen.

This study examines which emotions can be carried by social network sites. It is just not about the kind of transmission, it is also about the form of appearance of such emotions contentwise. Differences with regards to gender of the users will be investigated. The inspiration of this study came from the discussion that emerged during the 2018 World Cup around Neuman being the first female on-air commentator of a men's world cup football game in German television. During that time, numerous comments arose on twitter with the hashtag #ClaudiaNeumann by users who were engaged in the debate emotionally and positioned themselves either for or against the commentator. Conducting a qualitative content analysis with 130 tweets, emotions were filtered and classified into a scheme based on Paul Ekman's concept of basic emotions. Strikingly, all emotions are distributed across either pro or contra arguments with pro arguments' emotions, except *joy* and *surprise*, are primarily used to point at contra arguments' emotions. Regarding the content, pro arguments are shaped by solidarity and praise, while contra arguments mostly use negative critique. Considering gender, women tend to comment more cautious, whereas men are prone to use sexist and abusive language.