

Das Wissen

Traditionelles Frauenbild im Netz – Tradwife und Stayathomegirlfriend

Von Agnes und Bartholomäus Laffert

Sendung vom: Donnerstag, 14. November 2024, 08.30 Uhr

Redaktion: Martin Gramlich

Regie: Nicole Paulsen

Produktion: SWR 2024

Auf TikTok oder Instagram verbreiten sogenannte Tradwives, also „traditionelle Ehefrauen“ die Botschaft: Nichts ist erfüllender für eine Frau, als für Mann und Kinder zu sorgen.

Das Wissen können Sie auch im **Webradio** unter [swrkultur.de](https://www.swr.de/swrkultur) und auf Mobilgeräten in der **SWR Kultur App** hören – oder als **Podcast** nachhören:

<https://www.swr.de/swrkultur/programm/podcast-swr-das-wissen-102.html>

Bitte beachten Sie:

Das Manuskript ist ausschließlich zum persönlichen, privaten Gebrauch bestimmt. Jede weitere Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Urhebers bzw. des SWR.

Die SWR Kultur App für Android und iOS

Hören Sie das Programm von SWR Kultur, wann und wo Sie wollen. Jederzeit live oder zeitversetzt, online oder offline. Alle Sendung stehen mindestens sieben Tage lang zum Nachhören bereit. Nutzen Sie die neuen Funktionen der SWR Kultur App: abonnieren, offline hören, stöbern, meistgehört, Themenbereiche, Empfehlungen, Entdeckungen ...

Kostenlos herunterladen: <https://www.swr.de/swrkultur/swrkultur-radioapp-100.html>

MANUSKRIFT

Musikakzent

O-Ton 01 Tradwifefactory: (1):

Die Vorteile, wenn eine Ehefrau zuhause ist. Das Haus ist immer sauber. Das Haus ist eine Oase der Ruhe für den Ehemann. Wenn er heimkommt, gibt es nichts mehr zu tun. Es ist nur noch Familien- und Paarzeit angesagt. Die Ehefrau hat den Kopf frei, ihrem Mann in Ruhe zuzuhören und ihm den Rücken zu stärken.

Sprecherin:

Ein kurzer Ausschnitt aus dem TikTok-Kanal Tradwifefactory. Ein typisches Beispiel für ein Tradwife-Video. „Tradwife“, also Traditionelle Ehefrau, unter diesem Schlagwort ist ein Phänomen in Sozialen Netzwerken wie Instagram oder TikTok bekannt geworden. Wie der Name schon sagt, geht es dabei um Frauen, die traditionelle Rollenbilder leben – und das online regelrecht zelebrieren.

O-Ton 02 Dr. Catherine Tebaldi, Linguistische Anthropologin, Université de Luxembourg:

So the model, they often describe themselves, it's feminine, not feminist (....) this idea of submission.

Voiceover (Tebaldi):

Dabei beschreiben sich die Tradwives oft als feminin, aber nicht feministisch. Was Feminin-sein bedeutet unterscheidet sich von Fall zu Fall: Die eine präsentiert sich ein bisschen mittelalterlich, die nächste verkörpert eine Art katholischer Weiblichkeit und die übernächste vielleicht eher einen 50er-Jahre-Hausfrauen-Style. Sie haben also jeder ein bisschen ihren eigenen Stil, aber gemeinsam ist ihnen immer die Idee der Unterwürfigkeit.

Musikakzent

Ansage:

Traditionelles Frauenbild im Netz – Tradwife und Stayathomegirlfriend. Von Agnes und Bartholomäus Laffert.

O-Ton 03 Ballerinafarm, Tradwife:

Today i'm gonna make some lavender mint and lemon popsicles. So i'm gonna show you. (2)

Voiceover (Ballerinafarm):

Hallo zusammen, heute werde ich ein Lavendel-Minze-Zitronen-Eis am Stiel selber machen.

Sprecherin:

Das ist Hannah Neeleman, auf TikTok und Instagram nennt sie sich Ballerinafarm. Sie ist weiß, blond, schlank, hat ein strahlendes Lächeln, war früher Ballerina und lebt heute mit ihrem Mann und ihren acht Kindern auf einer Farm in Utah. In ihrem

Alltag werkelt sie, wickelt sie und kocht Essen für Mann und Kinder. Und stellt Videos davon ins Internet. Zehn Millionen Menschen folgen ihr dafür auf Instagram, knapp zwei Millionen auf TikTok. Damit ist Neeleman wohl DAS Gesicht eines Trends aus den USA auf Social Media: sie ist die bekannteste Influencerin unter den Tradwives, den traditionellen Ehefrauen.

O-Ton 04 Catherine Tebaldi:

They describe themselves (...) Sort of very pale skin, soft makeup, big eyes. Kind of like a doll.

Voiceover (Catherine Tebaldi):

Sie beschreiben sich selbst als gesund aussehend, hübsch, aber nicht zu hübsch, denn dann würde man zu mächtig wirken. Man muss also weich sein, unterwürfig aussehend, mädchenhaft aussehend, jung. Am besten sehr blasse Haut, sanftes Make-up, große Augen. So ein bisschen püppchenhaft.

Sprecherin:

...sagt die Anthropologin Dr. Catherine Tebaldi. Sie forscht an der Universität du Luxembourg zu anti-feministischen Strömungen im Internet – und neuerdings auch zur Tradwife-Bewegung. Gemein sei den Tradwives eine nostalgische Hinwendung zu überkommenen Rollenbildern. Doch sie unterscheiden sich in ihren Motiven und Überzeugungen, die sie zu diesem Lebensstil führen. Hannah Neeleman mit ihrem Kanal ballerinafarm ist zum Beispiel Mormonin.

O-Ton 05 Mareike F. Bauer:

Es gibt häufig Überschneidungen zu christlich fundamentalistischen Kräften, die beispielsweise ein biblisches Patriarchat propagieren oder eine biblische Weiblichkeit. Aber es gibt eben auch Verknüpfungen und Überschneidungen zur extrem rechten Szene.

Sprecherin:

Das ist Mareike Fenja Bauer. Die Soziologin und Politologin befasst sich an der European New School of Digital Studies mit Antifeminismus in sozialen Netzwerken.

O-Ton 06 Mareike F. Bauer:

Im Allgemeinen kann man sagen, reduzieren sie die Rolle der Frau aufs Hausfrausein, Ehefrau- und Muttersein. Und legitimieren das eben mit dem Verweis auf Gott oder vermeintliche Biologie und mit dem Verweis eben auch auf Tradition und eine idealisierte Vergangenheit. Und so stellen sie sich eben häufig auch als Gegensatz zur modernen Gesellschaft dar.

Sprecherin:

Frauen, die im Netz Werbung fürs Hausfrauendasein machen. Fürs Kochen, Putzen, Kinderkriegen und einen Mann bewirten – was zunächst wie ein schräger US-Internethype daherkam, ist inzwischen auch nach Deutschland übergeschwappt. Auf Instagram und TikTok gibt es hunderte Accounts, die traditionelle Rollenbilder promoten und Kochvideos drehen – alles handgemacht, auf englisch „from scratch“, und am besten mit Zutaten aus eigenem Anbau. Sie haben Namen wie

dieperfektehausfrau oder tradwifefactory. Im Gegensatz zu ihren US-amerikanischen Vorbildern bleiben viele deutschsprachige Tradwives anonym und zeigen ihr Gesicht nicht, sagt Soziologin Tebaldi.

Manche allerdings schon, wie das deutsche Model Nara Smith, das inzwischen in den USA lebt und ihren vier Millionen Instagram-Followern tradwife-Inhalte in teurer Designerkleidung präsentiert. Oder wie Simha Lily, die vor einer halben Million Followern mit Baby auf dem Arm für ihren Mann kocht.

O-Ton 07 Simha Lily, Tradw: (3)

Mein Mann hatte heute Lust auf was Süßes, also hab ich direkt angefangen die Butter zu machen für seine Lieblingsschokoladenkekse...

Sprecherin:

Kochen für den Mann, ganz typischer Tradwife-Content. Auch bei Carolina Tolstik, die mit ihrem Freund auf Mallorca lebt – und auf TikTok und Insta besser bekannt ist unter dem Namen Xmalischka.

O-Ton 08 Xmalischka, Stayathomegirlfriend: (4)

Weil mein Mann so gut zu mir ist, habe ich mit seiner Kreditkarte einen Urlaub für uns gebucht. Er hat mich jeden Tag in ein Restaurant eingeladen, damit ich neue Gerichte lerne, die ich für ihn kochen kann. Und hier hab ich zum Beispiel gelernt, wie man Khinkali kocht, das sind Teigtaschen, die mit Fleisch gefüllt werden und als ich zuhause angekommen bin, habe ich sie natürlich sofort nachgemacht und die waren richtig lecker und er war glücklich.

Sprecherin:

Auch Tolstik ist groß und blond. Sie nennt sich nicht tradwife – sondern veröffentlicht ihre Inhalte versehen mit dem Schlagwort #stayathomegirlfriend. Also: Freundin, die zuhause bleibt. Das ist so etwas wie die unverheiratete Vorstufe oder die modern angehauchte Alternative zur Tradwife. Auch Tolstik backt gerne und macht sich hübsch für ihren Mann. Im Gegensatz zu den Tradwives, die für diese Sendung von „Das Wissen“ angefragt wurden und nicht geantwortet haben, spricht Tolstik mit der Presse über ihre Überzeugungen. Wie im Juli 2024 in der ARTE Diskussionssendung Saloon Livetalk (1).

O-Ton 09 Xmalischka:

Wenn ich sage, ich mache mich hübsch für meinen Mann, dann mache ich mich vielleicht in erster Linie für mich hübsch. Aber ich mache mich auch hübsch für meinen Mann und dazu stehe ich auch. Und genauso freue ich mich darüber, wenn ihm mein selbstgebackener Kuchen schmeckt. Und ich finde, daran ist nichts verwerflich. Und dieses Rollenbild, was ich da transportiere, das ist für mich nicht rückschrittlich, sondern das sind für mich grundlegende Werte, die für ein gemeinsames Miteinander in der Gesellschaft wichtig sind.

Sprecherin:

Für ihren Mann kochen, putzen und backen. Alles freiwillig, aus innerem Antrieb, sagt Carolina Tolstik. 23.000 Menschen folgen ihrem Account. Doch wer ist das Zielpublikum von solchen Inhalten?

O-Ton 10 Catherine Tebaldi:

Oftentimes the early audience for trad wives was men. (...) They've given us our phones, they've given us medicine.

Voiceover (Catherine Tebaldi):

Anfangs als Tradwives auf Youtube populär wurden, waren es vor allem Männer, die sich das angeschaut haben.

Sprecherin:

...sagt die Anthropologin Catherine Tebaldi:

O-Ton 11 Voiceover (Catherine Tebaldi)

Das hat sich jetzt mit TikTok und Instagram ziemlich verändert. Aber damals waren die Tradwives vor allem dazu da, Männer verbal aufzubauen und zu sagen, wie wundervoll Männer sind. Dass es auch Feminismus nur wegen der Männer gibt. Sie haben uns Rechte gegeben, sie haben uns Telefone gegeben. Sie haben uns die Medizin gebracht und so weiter und sofort.

Sprecherin:

Doch die Zielgruppe der tradwives und stayathomegirlfriends hat sich verändert: Inzwischen seien es vor allem junge Frauen, an die sich die Kanäle richten, sagt Tebaldi. Dass diese Inhalte dort gut ankommen, sei kein Wunder, sagt die Soziologin Gudrun Quenzel. Sie ist Professorin an der Pädagogischen Hochschule Vorarlberg und Mitherausgeberin der Shell-Jugendstudie, die im Oktober 2024 erschienen ist (2) und die Orientierungen und Wünsche von jungen Erwachsenen untersucht.

O-Ton 12 Prof. Dr. Gudrun Quenzel, Soziologin, Pädagogische Hochschule Vorarlberg:

Grundsätzlich muss man wissen, dass für junge Menschen heute Familie unglaublich wichtig ist und für junge Menschen ist Sicherheit unglaublich wichtig. Und ein traditionelles Familienbild wirkt erstmal sicher, weil bekannt. Und das kann sein, dass das sehr heimelig und dadurch sehr attraktiv wirkt und dass man sich deswegen gerne diese Medienangebote dazu anschaut und es einen gewissen Trend gibt.

Musikakzent**Sprecherin:**

Dazu passen auch Umfrageergebnisse der Shell-Studie. Jugendliche wurden da u.a. gefragt: Stell dir vor, du wärst 30 Jahre alt und hast mit deinem Partner oder deiner Partnerin ein zweijähriges Kind. Wie viele Stunden würdest du selbst dann am liebsten durchschnittlich pro Woche arbeiten? Und: Wie viele Stunden möchtest du, dass deine Partnerin durchschnittlich pro Woche arbeiten geht? Darauf hätten 52 Prozent der jungen Männer geantwortet, dass sie entweder 30 oder 40 Stunden arbeiten wollen und ihre Frau weniger als 20 Stunden oder gar nicht arbeiten sollte. Und 40 Prozent der jungen Frauen wünschen sich, dass ihr Mann 30 oder 40 Stunden arbeitet und sie selbst maximal Halbzeit.

Warum gerade der Entwurf eines traditionellen, auf den ersten Blick eher rückwärtsgewandten Hausfrauen-Daseins für viele junge Frauen so verlockend wirkt, hat auch Stayathomegirlfriend Carolina Tostik versucht im ARTE-Saloon zu erklären - mit ihrer eigenen Familiengeschichte.

O-Ton 13 Xmalischka:

Meine Mutter hat super viel in ihrem Leben gemacht und ich bewundere sie wirklich. Aber auch da habe ich gesehen, die hat so viele Rollen gleichzeitig erfüllt, dass ich gesagt habe, das muss eine Frau gar nicht zwangsläufig leisten.

Sprecherin:

Eine Kritik, die häufig zu finden ist bei den traditionsverhafteten Influencerinnen: einerseits würden Frauen heute unter zunehmendem Druck stehen, sich auf dem Arbeitsmarkt zu behaupten – andererseits würden klassische Erwartungen an ihre Mutterrolle nicht abnehmen. Radikalisierungsforscherin Julia Ebner von der University of Oxford nennt dieses Phänomen „Femininitätskrise“.

O-Ton 14 Dr. Julia Ebner, Leader of the Violent Extremism Lab, University of Oxford:

Bei der Femininitätskrise geht es vor allem darum, dass Frauen das Gefühl haben, sie können nicht alle Erwartungen erfüllen. Also gerade Doppelbelastung als Stichwort, dass sie perfekte Mütter sein müssen, gleichzeitig aber auch in der Karriere top sein müssen und gleichzeitig auch noch schön aussehen sollen. Das wird sehr oft besprochen, auch in diesen Tradwives-Communities und die Lösung dafür ist, zurückzugehen zu einer Rolle der Frau, die sich nur noch auf eine Dimension beschränkt, also eben auf Hausfrau- und Muttersein. Und Argument dafür ist, dass das ja in Wirklichkeit auch das sei, was ihren Marktwert als Frau bestimmt. Also das, was Männer letzten Endes wollen.

Sprecherin:

Die Probleme, auf die Tradwives bei solcher Kritik Bezug nehmen, sind real, sagt Soziologin Mareike Bauer. Der Gender Pay Gap beispielsweise, also die unterschiedliche Bezahlung von Männern und Frauen bei vergleichbarer Tätigkeit, betrug im Jahr 2022 noch immer 18 Prozent. Außerdem verbringen Frauen laut Statistischem Bundesamt im Schnitt fast 80 Minuten mehr pro Tag mit unbezahlter Sorgearbeit als Männer **(3)**. An solchen Punkten würden Tradwives ansetzen, sagt Bauer, aus ihrer Sicht aber die falschen Schlüsse daraus ziehen:

O-Ton 15 Mareike F. Bauer:

Ich glaube die Gefahr, die davon ausgeht, dass sie ihren Lebensstil als entschleunigend und einfach darstellen und dabei zum einen eben tatsächlich bestehende Problematiken ansprechen, also beispielsweise Überlastung durch Sorge und Lohnarbeit, die man irgendwie unter einen Hut kriegen muss. Gleichzeitig benennen sie aber nicht die gesellschaftlichen Strukturen oder Problematiken dahinter. Also anders als feministische Bewegungen würden sie dann eben keine kollektive Lösung für diese Problematik anbieten, sondern reduzieren eben das auf einen individuellen Lifestyle und sagen: Na ja, es ist halt deine Entscheidung und du kannst ja dieses entschleunigte Leben wählen.

Sprecherin:

Dabei würden viele Tradwives und Stayathomegirlfriends selbst oft nicht so leben, wie sie das im Internet inszenieren, vermutet die Kommunikationswissenschaftlerin Prof. Margreth Lünenborg von der Freien Uni Berlin. In der Diskussionsendung Forum von SWR Kultur (4) sagt sie:

O-Ton 16 Prof. Dr. Margreth Lünenborg, Kommunikationswissenschaftlerin, FU Berlin:

Das sind die Blümchenkleider und das hübsch Gestylte, das natürlich nichts Alltägliches, weder in der Küche noch aufm Hof ist. Das ist ne sehr bürgerliche, durchaus Upper Class Inszenierung. Und das, was wir auf Social Media sehen, sind immer ausschließlich Inszenierungen, das sind auch richtige Business, die da laufen. Also die Story: Ich bin zu Hause und bin nur für meinen Mann und meine Kinder da, ist insofern auch eine Fake Story, als dass diejenigen, die tatsächlich Hunderttausende oder Millionen als Follower haben, damit durchaus Geld machen.

Sprecherin:

Im Online-Shop von Ballerinafarm können Fans inzwischen Sauerteig-Starter-Sets für 80 Euro kaufen. Ein Farmers Protein Pulver für 60 Euro. Oder Schürzen und Emaille-Geschirr (5). Das Logistikunternehmen FedEx sponserte im letzten Jahr ein Video, das ihre Familie vor dem „Last-Minute-Urlaub“ in Hawaii zeigt. Im Rahmen der Vorbereitungen ließ Neeleman einige Fleischprodukte von Ballerinafarm per Expressversand zu ihrer Ferienwohnung schicken.

Vielen Konsumentinnen sei die Inszenierung der tradwife Inhalte durchaus bewusst. Sie sehen die Kanäle möglicherweise eher als Möglichkeit zur Unterhaltung oder Zerstreuung, sagt Kommunikationswissenschaftlerin Margreth Lünenborg. Sie hat Zweifel, ob viele der Konsumentinnen auch tatsächlich den Lifestyle und das Rollenbild kopieren wollen:

O-Ton 17 Margreth Lünenborg:

Also da sehe ich keinen Backlash, dass das holde Heim an die Stelle der Orientierung auf Berufstätigkeit getreten ist. Was ich schon glaube, ist, dass diese Bilder bestimmte, ja Imaginationen, Sehnsüchte auch bespielen. Ich versuche das zu vergleichen, sei es mit dem Lesen von Märchen, sei es mit dem Durchblättern der Yellow Press und dem amüsierten Betrachten von Königshäusern und deren Arrangements. Das gestaltet mein Leben nicht, aber ich flüchte damit in eine bestimmte Vorstellung von: Hach, das wäre doch irgendwie auch ganz nett.

Musikakzent**Sprecherin:**

Sind Tradwives also eigentlich ein recht harmloser Internet-Trend? Eine Internet-Alternative zu RTL Zwei, Gala oder InTouch? Es lässt sich schwer leugnen, dass die 50er-Jahre Ästhetik und die demonstrative Zufriedenheit der Frauen in den Videos etwas Beruhigendes haben. Besonders die „Zurück zum Ursprung“-Rhetorik einiger Influencerinnen verspricht Entschleunigung und bietet eine Möglichkeit zur Realitätsflucht in die Natur. Und – ist es nicht tatsächlich eine der größten

Errungenschaften des Feminismus, dass Frauen frei entscheiden können, wie sie ihr Leben gestalten?

Der Unterschied zwischen einer normalen Hausfrau und einer Tradwife liegt nicht darin, was sie tun, sondern warum sie es tun. Ist jemand einfach gerne Hausfrau, oder verbergen sich dahinter rigide Vorstellungen von einer angeblich natürlichen Geschlechterordnung?

Schaut man genauer hin, ließen sich bei manchen Tradwives hinter der betonten Freiwilligkeit des Hausfrauendaseins durchaus größere gesellschaftliche Vorstellungen entdecken, sagt die Autorin Julia Ebner. 2020 hat sie das Buch „Radikalisierungsmaschinen: Wie Extremisten die neuen Technologien nutzen und uns manipulieren“ (6) geschrieben. Seit 2017 recherchiert sie zu misogynen also frauenfeindlichen Männerbünden im Netz und bemerkt dabei, dass in der Community auch Frauen mitmischen.

O-Ton 18 Julia Ebner:

Ich bin auf die Tradwives-Community gestoßen, weil sie sehr starke Überlappungen hatte mit anderen Online- und Internet-Subkulturen, also zum Beispiel mit der sogenannten Manosphäre, dieser größeren Internetbewegung, die vor allem aus Männern, aus frauenfeindlichen und auch rechtsradikalen Männern besteht.

Sprecherin:

Seit Beginn der 2010er-Jahre kommt es vermehrt zu misogyn motivierten Angriffen und Anschlägen gegen Frauen und queere Menschen von Männern, die sich in diesen Foren organisieren. Sie bezeichnen sich selbst oft als „Incels“, die englische Abkürzung steht für „Unfreiwilliges Zölibat“ – es sind Männer, die denken, Sex stehe ihnen zu und würde ihnen nur von böartigen Frauen vorenthalten, und die sich deshalb radikalieren (7). Die Tradwife-Bewegung entsteht laut Julia Ebner in dieser Zeit als weibliches Pendant dazu. Sie recherchiert undercover in den einschlägigen Internet-Foren und was sie dort im Austausch mit Frauen hört, schockiert sie zutiefst.

O-Ton 19 Julia Ebner:

Zum Beispiel gibt’s die sogenannte Shut the Fuck Up Methode, in der es darum geht, dass die Frau häusliche Disziplin zeigen soll und dass sie auf den Mann hören soll und im Zweifelsfall einfach den Mund halten soll sozusagen und dem Mann das Wort überlassen soll. Und dann gibt es auch noch die Idee der häuslichen Disziplin, die bis zur Spitze getrieben wird, teilweise unter den Tradwives, wo sie zum Beispiel die Idee propagieren, dass Frauen auch durchaus Gewalt über sich ergehen lassen sollten.

Sprecherin:

Ebner beobachtet nicht nur, dass es unter Tradwives frauenfeindliche Tendenzen gibt, die sich gegen sich selbst und andere Frauen richten, in der Wissenschaft gibt es dafür den Begriff internalisierte Misogynie. Sie beobachtet auch, dass in den Online-Foren manche der Frauen offen rechtsradikal auftreten.

O-Ton 20 Julia Ebner:

Ich habe damals zu sehr radikalen Frauen teilweise recherchiert, die zum Beispiel zu einer White Baby Challenge aufgerufen haben. Also die Herausforderung, wer mehr weiße Kinder machen kann sozusagen, im Kampf gegen den demografischen Wandel. Also da ging es schon sehr stark auch um wirklich rassistische Ideologien.

Sprecherin:

Die Accounts von Frauen wie Ballerinafarm oder Xmalischka heute auf Instagram und Tiktok seien von solchen Narrativen aber weit entfernt, sagt Julia Ebner.

O-Ton 21 Julia Ebner:

Da geht es doch eher um den Lifestyle und um dieses so ein bisschen back to the roots und das Hausfrau- und Muttersein in den Vordergrund stellen. Ich denke, es gibt natürlich auch heute noch die ganz radikalen Tradwives, die allerdings vermutlich nie die gleiche Reichweite erzielen würden, vor allem auch in den sozialen Medien.

Sprecherin:

Eine konservative Haltung zur Familien- und Geschlechterpolitik lässt sich aber bei fast allen Influencerinnen aus dem Tradwife-Spektrum beobachten. Egal ob bei Carolina Tolstik alias Xmalischka aus Deutschland mit Popmusik unterlegt...

O-Ton 22 Xmalischka:

Heute hatten wir ziemlich schlechtes Wetter und deshalb ich habe gedacht, ich lerne mal etwas Neues. Also bin ich zum Bücherregal gegangen und habe gelesen, dass es in Deutschland 72 verschiedene Geschlechtsidentitäten gibt. Offenbar reicht heute der bloße Wunsch einer neuen Identität aus, um eine Realität zu schaffen, die von allen respektiert werden muss. Hihhi.

Sprecherin:

Oder bei Influencerin Sarah Therese aus den Vereinigten Staaten:

O-Ton 23 Sarah Therese, Tradwife:

I think abortion is totally wrong (...) purely evil. (runterpegeln) (5)

Voiceover (Sarah Therese):

Ich halte Abtreibung für völlig falsch und denke nicht, dass es jemals eine Option sein sollte. Und ich denke, dass es jedes Mal, wenn man ein Baby tötet, egal ob das Baby geboren oder ungeboren ist, nicht richtig ist. Ich würde sagen, es ist schlichtweg böse.

Sprecherin:

Mareike Fenja Bauer von der European New School of Digital Studies sieht in solchen Äußerungen auf den Kanälen der Tradwives weit mehr als den Ausdruck einer persönlichen Meinung, für sie spiegelt sich hier darüber hinaus auch ein ideologisches Programm:

O-Ton 24 Mareike F. Bauer:

Wir sehen auch viele Tradwives, die sich explizit gegen Abtreibungsrechte engagieren und damit klassische antifeministische Themenfelder bedienen, weil es eben nicht nur um sozusagen das vermeintlich persönliche Leben als Ehefrau und Hausfrau geht, sondern eben auch um den Versuch, Weiblichkeit zu definieren.

Sprecherin:

Gegen Abtreibung. Gegen Selbstbestimmungsrechte für queere und trans-Personen. Das sind Positionen, die in den letzten Jahren mehr und mehr Teil eines vermeintlichen Kulturkampfes wurden. Und es sind Positionen, die auch in Deutschland politisch vertreten werden – vor allem von der AfD. Unter anderem vom Europaabgeordneten Maximilian Krah.

Collage Zitate AfD-Politiker

O-Ton 25 Maximilian Krah:

(6) Jede noch so absurde Minderheit kann sich ihres Geldsegens sicher sein. Jedes noch so abwegige Projekt muss LGBTQIA+ gendergerecht sein. Aber das ist nicht die Zukunft. Wenn wir die Zukunft schaffen wollen, müssen wir Nein sagen zu Genderpolitik und Ja zur Mama, Papa, Kinder-Familie.

Sprecherin:

Für die Kommunikationswissenschaftlerin Margreth Lünenborg steckt hinter solchen Äußerungen der Versuch, Errungenschaften zum Beispiel bei Abtreibungsgesetzen zurückzudrehen und gesellschaftliche Werte zu verschieben.

O-Ton 26 Margreth Lünenborg:

Und das haben wir bei der AfD von Anfang an mit beobachten können, dass im Parteiprogramm, in Kleinen Anfragen, in allen Formen des öffentlichen Intervenierens, Geschlechterfragen, von der Geschlechterforschung bis zur Frage, wie mit Sprache umgegangen wird, bis hin auch zu konkreter Gesetzgebung, versucht wird zu intervenieren und fundamental konservatives Gesellschaftsbild zu propagieren. Und in dem Fahrwasser sehe ich eben auch diese Social-Media-Trends.

Musikakzent

Sprecherin:

Schaut man sich die Accounts von vermeintlich harmlosen Tradwives oder Stayathomegirlfriends wie Xmalischka genauer an, dann tummeln sich unter den Followern zahlreiche Verschwörungstheoretiker und rechtsextreme Accounts. Manchmal finden sich radikale Töne auch verblüffend direkt formuliert: Die Tradwife Jasmine Dinis beispielsweise schreibt auf ihrem Instagram Kanal unter ein Video: „Physisch bin ich dabei Sauerteig für meine Familie zu machen. Mental stürze ich gerade die Regierung und rette den Westen.“ **(7)**

Eine Studie der US-amerikanischen NGO Media Matters **(8)** zeigt, dass nach Interaktionen mit Tradwife-Accounts etwa ein Drittel der Inhalte, die einem der Algorithmus vorschlägt, aus rechten und verschwörungstheoretischen Beiträgen

besteht. So sind es oft nur wenige Wischbewegungen oder Klicks von einem Video, in dem eine Tradwife aus betont natürlichen Zutaten eine Suppe kocht, bis zu Videos mit medizinischen Fehlinformationen über die Anti-Baby-Pille. Im deutschsprachigen Raum sind Inhalte nicht fern mit dem Hashtag #Heimat, einer Deutschlandfahne oder Video-Beschreibungen in Runenschrift.

Das heißt natürlich nicht, dass alle Frauen, die Haushaltsvideos und andere typische Tradwife-Inhalte produzieren, rechtsextrem sind – schon gar nicht die Konsumentinnen. Trotzdem hat sich auf Social Media inzwischen eine Gegenbewegung formiert:

O-Ton 27 Blond, Sängerin:

(8) Today my big sister was craving something fresh so i decided to make her a Taxiteller. i started of by schlachting some animals to get a real good gyros out of it...

Sprecherin:

Da sind junge Frauen wie die Sängerinnen der Band Blond, die das Phänomen der sich aufopfernden Ehefrau satirisch verarbeiten. Und es gibt Leute, die versuchen Aufklärungsarbeit zu machen. Wie Maike Stemmler und Tobi Spiegelberg aus Köln. Sie haben einen kleinen Verein gegründet: Detox Identity. Sie geben Workshops an Schulen. Ihr Ziel ist es Geschlechterstereotype zu dekonstruieren. Im Video-Call mit *Das Wissen* erzählen sie:

O-Ton 28 Tobi Spiegelberg, Detox Identity Team:

Bei unseren Workshops sammeln wir immer Ideen rund um „Was soll ein richtiger Mann sein? Was soll eine richtige Frau sein?“ Und bei dem Thema, was eine richtige Frau sein soll, merkt man immer bei der Übung, dass es eine sehr enge Zuschreibung davon gibt, was Frauen sein können und eine Zuspitzung davon erlebt man durch die Tradwives.

Sprecherin:

Tobi Spiegelberg erinnert sich an eine Szene bei einem Workshop in Nordrhein-Westfalen vor wenigen Tagen, als er die Jugendlichen gefragt hat: Was ist für euch typisch weiblich?

O-Ton 29 Tobi Spiegelberg:

Und dann kam relativ schnell hintereinander die Begriffe „Putzen, Schönheit, Kochen, Kinder“ und was da quasi in meinen Ohren geklingelt hat, ist, dass kein Widerspruch kam.

Sprecherin:

Maike Stemmler wundert sich nicht, dass viele Jugendliche kein Problem mit solchen Aussagen haben. Sie hat in ihrem Workshop Videos von Nara Smith und Hannah Neeleman gezeigt:

O-Ton 30 Maike Stemmler, Detox Identity Team:

Die Tradwife-Videos verhindern eine kritische Auseinandersetzung mit dem Thema Weiblichkeit. Zumindest in einem ersten Schritt, weil sie eine sehr einseitige

Perspektive darauf zeigen und machen auch Konsequenzen von traditionellen Rollenbildern nicht sichtbar. Das heißt, es wird nicht deutlich: Was hat das für Konsequenzen, dass ich als Frau keinem Beruf nachgehe, vielleicht auch später keine Rente bekomme oder persönlichen Idealen und Träumen nicht nachgehe.

Sprecherin:

Die beiden haben sich deshalb ein Ziel gesetzt: Sie wollen den Jugendlichen Alternativen zu traditionellen Rollenbildern aufzeigen.

O-Ton 31 Tobi Spiegelberg:

Was wir machen, ist auch auf Social Media, mit deren eigenen Handys die Personen Influencerinnen oder Content suchen zu lassen, wo bewusst mit Geschlechterstereotypen gebrochen wird oder wo quasi dieses Bild von Weiblichkeit wieder vervielfältigt wird.

Sprecherin:

Denn fast allen jungen Frauen in ihren Workshop seien auf Instagram schon Tradwife-Inhalte vorgeschlagen worden – einfach, weil der Social-Media Algorithmus sie als weiblich einstufe. Das Ziel von Maïke und Tobi ist deshalb, die Leute in den Workshops zu ermutigen:

O-Ton 32 Tobi Spiegelberg:

Sucht euch auch andere Bereiche auf Social Media, die dieses Bild wieder vervielfältigen, das ist etwas, was wir an einem Tag machen können, zumindest da mal in diesen Algorithmus diesen Impuls setzen und nicht nur natürlich in den Algorithmus, sondern auch gegebenenfalls in das Interessensspektrum der Jugendlichen, die ja gerade ein Problem haben vielleicht: Boah, es gibt so viele Krisen, es gibt so viel Unsicherheit. Ich suche irgendwo Sicherheit.

Sprecherin:

Doch diese Sicherheit, sagen Maïke und Tobi von Detox Identity, liege nicht in einem Zurück-in-die-50er-Jahre und klarer Rollenverteilung zwischen Männern und Frauen – in einem Leben als Stayathomegirlfriend oder Tradwife.

Abspann Das Wissen über Musik-Bett:

Sprecherin:

„Traditionelles Frauenbild im Netz“. Von Agnes und Bartholomäus Laffert.

Sprecherin: Paula Scheschonka. Regie: Nicole Paulsen. Redaktion: Martin Gramlich.

* * * * *

Weiterführende Links:

(1) [https:](https://www.tiktok.com/@tradwifefactory/video/7315469035867557152?q=tradwifefactory&t=1728154013693)

[//www.tiktok.com/@tradwifefactory/video/7315469035867557152?q=tradwifefactory&t=1728154013693](https://www.tiktok.com/@tradwifefactory/video/7315469035867557152?q=tradwifefactory&t=1728154013693)

<https://www.youtube.com/watch?v=8j2DOi-yEDc>

(2) https://www.instagram.com/reel/CuD_07mt1hy/?hl=en

<https://www.shell.de/ueber-uns/initiativen/shell-jugendstudie-2024.html>

(3) <https://www.tiktok.com/@simhalily/video/7388818214320491808>

[https:](https://www.tagesschau.de/wirtschaft/frauen-unbezahlte-arbeit-100.html)

[//www.tagesschau.de/wirtschaft/frauen-unbezahlte-arbeit-100.html](https://www.tagesschau.de/wirtschaft/frauen-unbezahlte-arbeit-100.html)

(4) <https://www.instagram.com/p/C7wNYyEti4e/?hl=de>

[https:](https://www.swr.de/swrkultur/leben-und-gesellschaft/kinder-kueche-klamotten-wofuer-steht-die-tradwives-bewegung-forum-2024-08-15-100.html)

[//www.swr.de/swrkultur/leben-und-gesellschaft/kinder-kueche-klamotten-wofuer-steht-die-tradwives-bewegung-forum-2024-08-15-100.html](https://www.swr.de/swrkultur/leben-und-gesellschaft/kinder-kueche-klamotten-wofuer-steht-die-tradwives-bewegung-forum-2024-08-15-100.html)

(5) <https://www.youtube.com/watch?v=aUmm9nF4j7Q> (Min 00:22)

[https:](https://ballerinafarm.com/collections/shopall)

[//ballerinafarm.com/collections/shopall](https://ballerinafarm.com/collections/shopall)

(6)

[https:](https://www.tiktok.com/@maximilian_krah/video/7353636971744349473)

[//www.tiktok.com/@maximilian_krah/video/7353636971744349473](https://www.tiktok.com/@maximilian_krah/video/7353636971744349473)

<https://www.suhrkamp.de/buch/julia-ebner-radikalisierungsmaschinen-t-9783518470077>

(7) <https://www.instagram.com/p/DAVuglhgWGL/?hl=en>

[https:](https://story.ndr.de/incels/index.html)

[//story.ndr.de/incels/index.html](https://story.ndr.de/incels/index.html)

(8) [https:](https://www.instagram.com/reel/C-2OCYSuH9n/?igsh=MW9rY3NkN3A1NjR4Mg%3D%3D)

[//www.instagram.com/reel/C-](https://www.instagram.com/reel/C-2OCYSuH9n/?igsh=MW9rY3NkN3A1NjR4Mg%3D%3D)

[2OCYSuH9n/?igsh=MW9rY3NkN3A1NjR4Mg%3D%3D](https://www.instagram.com/reel/C-2OCYSuH9n/?igsh=MW9rY3NkN3A1NjR4Mg%3D%3D)

[https:](https://www.mediamatters.org/tiktok/study-tradwife-influencers-are-quietly-spreading-far-right-conspiracy-theories)

[//www.mediamatters.org/tiktok/study-tradwife-influencers-are-quietly-spreading-far-right-conspiracy-theories](https://www.mediamatters.org/tiktok/study-tradwife-influencers-are-quietly-spreading-far-right-conspiracy-theories)