

# Zwischen Inszenierung und Empowerment

## Der Streit über Care-Arbeit wird auch auf Apps und Plattformen ausgetragen

---

Die heile Welt der Instamoms ist stark, aber sie bekommt Risse. Im Internet werden nicht mehr nur die Vorzüge der traditionellen Familienformen gepriesen. Immer mehr Apps und Plattformen bieten realistische Aufklärung und Diskussion über Care-Arbeit und Elternrollen. Im virtuellen Raum werden dieselben – hochpolitischen – Fragen verhandelt wie in jeder Familie und in den Gemeinschaften, in denen Menschen zusammenleben.

*Ann-Kathrin Koster*

Care-Arbeit hat sich in der sozialwissenschaftlichen Forschung als zentraler Begriff etabliert. Er umfasst Tätigkeiten der (Für-)Sorge in Haushalt, Familie, Erziehung, Gesundheitswesen, Pflege – Tätigkeiten, die auf den Erhalt und die Fortdauer sozialer Beziehungen und des menschlichen Lebens zielen. Care-Arbeit leistet damit einen – wenn nicht gar den – Beitrag zur Aufrechterhaltung unserer sozialen, politischen und insbesondere wirtschaftlichen Ordnung. Wie wir über sie nachdenken, sie definieren und welchen Stellenwert wir ihr beimessen, gibt Auskunft über die Gesellschaft, in der wir leben (wollen).

Wir leben in einer digitalisierten Gesellschaft, und so überrascht es nicht, dass auch Care-Arbeit zunehmend zum Gegenstand und Zielobjekt von Apps und Plattformen wird. In Prozessen des Eltern-Werdens und der Einfindung in die neue elterliche Rolle finden beispielsweise mehr und mehr digitale Anwendungen Eingang: schon vor der Geburt des ersten Kindes

etwa in Form von Zyklus- bzw. Menstruations-Apps wie Flo, Clue oder drip. oder per Apps zur Dokumentation und Begleitung der Schwangerschaft (Keleya oder Schwangerschaft+). Soziale Plattformen wie Instagram oder Facebook werden zum informationellen Ankerpunkt gerade für neue bzw. werdende Eltern, da sie zentrale Informationsnetzwerke bereitstellen. Neue Rollen und damit verbundene Tätigkeiten müssen erlernt, eingeübt und schließlich internalisiert werden. Die Digitalisierung prägt diese identitären Transformationsprozesse, da Wissen zunehmend auf digitalen Plattformen vermittelt und verhandelt wird und somit neue Informationsstrukturen geschaffen werden. Daher stellt sich die Frage: Wie wird familiäre Sorgearbeit in digitalen Medienumgebungen thematisiert und welche Rückschlüsse lassen sich daraus für die politischen Potenziale solcher digitalen Anwendungen ziehen?

Die sozialwissenschaftliche Forschung der letzten Jahre zeigt, dass insbesondere Plattformen

wie Facebook oder Instagram hier eine zentrale Rolle einnehmen. Gerade werdende Eltern suchen in digitalen Gemeinschaften Unterstützung und Rückhalt. Sie rufen unterschiedliche Medieninhalte ab und tauschen sich mit anderen Nutzenden aus. In diesen Kontexten wird das Verständnis von Elternschaft geteilt, propagiert und performativ ins Werk gesetzt, denn die Art und Weise, wie Elternschaft gelebt oder spezifische Rollenerwartungen erfüllt werden (können), wird dort intensiv thematisiert – sei es in Form persönlicher Stories oder durch mehr oder weniger offizielle Informationsangebote, zusammengestellt von professionellen Berufsgruppen wie Hebammen, Erzieher\*innen, Pädagog\*innen, Psycholog\*innen oder Kinderärzt\*innen. Anziehende Formate wie Reels oder Storys, also kurze und schnittige Videos, prägnante, zumeist persönliche Texte und knapp aufbereitete Infoslides prägen die Medieninhalte auf Instagram.

Dass es hier nicht nur um das unvoreingenommene Teilen eigener Lebenserfahrungen und Anekdoten geht, machen Begriffe wie „Instamoms“ oder „Momfluencer“ deutlich: Abgeleitet vom Begriff der oder des Influencers bewerben und teilen individuelle Personen nicht nur spezifische Produkte oder Angebote, sondern ihr Leben als Mutter, Vater oder auch als Eltern. Solchen Persönlichkeiten kommt dabei eine wichtige Rolle zu: Sie verkörpern Wissen und Erfahrung und werden als Expert\*innen wahrgenommen. Sie transportieren für neue und werdende Eltern relevantes Wissen und werden als Instanzen gelebter Realitäten erachtet. Es ist also nicht unerheblich, welche Vorstellungen von Elternschaft sie vermitteln. Schon seit einiger Zeit wird daher über das regressive Potenzial sozialer Plattformen diskutiert. Es ist daher von besonderem Interesse, sich die Strukturen, über die in digitalen Informationsumgebungen Wissen vermittelt wird, genauer anzuschauen.

Die Soziologinnen Marion Müller und Nicole Zillien kritisierten bereits vor einigen Jahren, dass „Geburtsvorbereitungskurse durch ihre Ausgestaltung Geschlechterdifferenzen hervorheben, diese weiterhin mit geschlechterdifferenzierenden Zuschreibungen häuslicher Arbeit koppeln und durch eine wissenschaftlich gestützte Naturalisierung legitimieren“. Dieser Befund scheint auch für die Phase nach der Entbindung zu gelten, wenn wir uns den Bereich der sozialen Plattformen anschauen:



**Ann-Kathrin Koster** ist wissenschaftliche Mitarbeiterin in der Forschungsgruppe „Technik, Macht und Herrschaft“ am Weizenbaum-Institut. In ihrer Dissertation beschäftigt sie sich mit dem Wechselverhältnis von Künstlicher Intelligenz und Demokratie. [Ann-Kathrin.Koster@wzb.eu](mailto:Ann-Kathrin.Koster@wzb.eu)

Foto: © WZB/Martina Sander, alle Rechte vorbehalten.

Auch hier lassen sich Prozesse der Re-Traditionalisierung identifizieren. In Informationsumgebungen wie Instagram wird Elternschaft oftmals als glamourös und stilvoll dargestellt – kritische Stimmen beschreiben das als „toxic positivity“. Studien zeigen, dass das Bild von El-

„Es geht um innige Nähe  
zum eigenen Kind, pures  
Glück, um selbstlose Zu-  
neigung und Fürsorge“

ternschaft – insbesondere das Bild von Mutterschaft – gerade auf Plattformen wie Instagram stark idealisiert wird. Es geht um innige Nähe zum eigenen Kind, pures Glück, um selbstlose Zuneigung und Fürsorge. Zur Schau gestellt wird die gelungene Vereinbarkeit von Familie und Beruf, wie auch die umfassende ideelle wie materielle Bildung und Unterstützung der eigenen Kinder. Elternschaft ist hier perfekt – Streit oder Probleme der Vereinbarkeit haben hier keinen Platz.

Außer Acht gelassen werden darf dabei zudem nicht, dass solche Präsentationen in die ökonomischen Anreizstrukturen der Plattformen eingebettet sind: In den wenigsten Fällen geht es um das altruistische Teilen der eigenen Erfahrungen oder einen allein ideellen Kampf um richtige oder falsche Elternschaft. Die Präsen-



„Ist Familie noch das, was sie nie war?“ Für ihre Magistra-Arbeit an der Kunsthochschule Burg Giebichenstein/Halle ging Fotografin Mila Albrecht dieser Frage nach und lichtete ganz verschiedene Konstellationen ab.  
Foto: © Mila Albrecht, alle Rechte vorbehalten.



tation ihres Familienlebens wird für Momfluencer nicht selten zum Beruf und somit zu einer finanziellen Einnahmequelle, wodurch ihr Handeln auch ökonomischen Zwängen unterliegt. Gerade mit der Präsentation idealisierter

**„Die Bedeutung und Realität anderer Familienmodelle wird marginalisiert: Freund\*innenschaft, Patchworkfamilien, Alleinerziehende oder gleichgeschlechtliche Eltern“**

Vorstellungen von Familie lassen sich Wünsche generieren und Bedürfnisse befriedigen. Durch reichweitenstarke Accounts, so ist zu befürchten, wird ein Normalzustand propagiert, der auch über die Plattformen hinaus an struktureller Macht gewinnt: Die dort präsentierten Inhalte und die daraus folgenden internalisier-

ten Verhaltensweisen wirken in das alltägliche Leben hinein. Die Bedeutung und Realität anderer Familienmodelle wird so marginalisiert: Freund\*innenschaft, Patchworkfamilien, Alleinerziehende oder gleichgeschlechtliche Eltern. Wissensbestände auf Plattformen fallen somit hinter die gegenwärtig gelebte Realität zurück.

Müssen also digitale Informationsumgebungen, wie wir sie auf Plattformen finden, als regressive Orte der Wissensvermittlung definiert werden? Nach dem bisher Gesagten kann die Antwort nur Ja lauten. Es sei allerdings zu bedenken gegeben, dass die Strukturen der Wissensvermittlung im Digitalen vielfältig sind. In der bisherigen wissenschaftlichen Auseinandersetzung wird der Fokus auf reichweitenstarke Influencer\*innen gelegt, nicht aber auf die Vielzahl unterschiedlicher Akteur\*innen im Netz. In jüngster Zeit finden sich zunehmend aktivistische Inhalte auf Plattformen, die einseitige, homogenisierende und idealisierende Bilder von Elternschaft zum Gegenstand gesellschaftlicher Auseinandersetzung und Kritik machen: Über Hashtags wie #ehrlicheelternschaft, #regrettingmotherhood oder #mythosmutterinstinkt stellen sich User\*innen einem

idealisierten Bild von Elternschaft entgegen. Die damit verbundenen Inhalte zeigen auch die andere Seite: Erschöpfung, Verzweiflung, Unsicherheit und Frust. Darüber hinaus diversifizieren sich die digitalen Informationsstrukturen, wobei App-Anwendungen als Informationskanäle an Bedeutung gewinnen. Die

„Solche Apps stehen in der Tradition eines frühen Versprechens des Internets: Menschen sollen befähigt werden, sich Wissen frei und selbstbestimmt anzueignen“

Zyklus-App drip. etwa ist eine transparente Open-Source-Anwendung, die das Wissen um die eigene Menstruation fördern will. Frauen sollen ihren Körper besser kennenlernen, ohne intime Daten teilen oder auf einem Algorithmus vertrauen zu müssen. Die App steht im Vergleich zu anderen Anwendungen auf dem Markt für individuelle Datenhoheit und Wissenschaftlichkeit. Gleiches hat sich die uma-App auf die Fahnen geschrieben. Sie wurde von Hebammen gemeinsam mit Wissenschaftler\*innen und werdenden Eltern entwickelt. So sollen Eltern über eine wissenschaftlich fundierte gesundheitliche Begleitung abseits ökonomischer Interessen gestärkt werden. Solche Apps stehen damit in der Tradition eines frühen Versprechens des Internets: Menschen sollen befähigt werden, sich Wissen frei und selbstbestimmt anzueignen. Programmie-

rer\*innen und Entwickler\*innen verstehen diese Apps vor allem als Werkzeug zur Selbstermächtigung.

Schauen wir auf die Darstellung familiärer Sorgearbeit in digitalen Informationsumgebungen, so zeigt sich ein komplexes Bild, das weder eindeutig progressiv noch regressiv interpretiert werden kann. Traditionelle Mutterbilder und gelebte Vielfalt existieren gleichzeitig, Plattformen und soziale Medien bieten als Erziehungstipps gestaltete Produktempfehlungen ebenso wie Informationen mit selbstermächtigendem Anspruch – eine Bandbreite, die in der Wissenschaft bisher eine marginale Stellung einnimmt. Die entpolitizierenden und die politizierenden Auswirkungen der digitalen Wissensvermittlung müssen weiterhin en détail untersucht werden: Wie verändern sich vormals regressive Tendenzen der Wissensvermittlung, wenn neue Informationskanäle hinzutreten? Wie kann eine digitale Wissensvermittlung im Care-Bereich unabhängig von ökonomischen Interessen aussehen? Welcher Stellenwert wird ihr in demokratisch verfassten Gesellschaften zugeschrieben? Diesen und anderen Fragen muss sich die (politikwissenschaftliche) Forschung in den kommenden Jahren intensiv zuwenden, um für gesellschaftsrelevante Probleme sprechfähig zu bleiben. ●

*Der Beitrag basiert auf einem Text der Autorin mit Hannah Lichtenthäler: <https://netzforma.org/care-digitalisierung-reproduktion-in-der-digitalisierten-gesellschaft-eine-einleitung>. Er steht einem Dossier des Vereins netzforma\* e.V. voran, der Beiträge über Care und Digitalisierung versammelt und von der Landeszentrale für politische Bildung Berlin finanziell gefördert wurde.*

## Literatur

Knauf, Helen/Mierau, Susanne: „Instamoms: Visuelle Inszenierungen intensiver Mütterlichkeit in Social Media“. In: Zeitschrift für Soziologie der Erziehung und Sozialisation, 2021, Jg. 41, H. 3, S. 283-300.

Müller, Marion/Zillien, Nicole: „Das Rätsel der Retraditionalisierung. Zur Verweiblichung von Elternschaft in Geburtsvorbereitungskursen“. In: KZfSS Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, 2016, Jg. 68, S. 409-433.

Puig de la Bellacasa, María: Matters of Care: Speculative Ethics in More Than Human Worlds. Minneapolis: University of Minnesota Press 2017.

Wegener, Claudia/Jage-D'Aprile Friederike/Plumeier, Lisa: „Motherhood in Social Media. Phenomena and Consequences of the Professionalization of Mothers and Their Media (Self-)representation“. In: Feminist Media Studies, 2022, S. 1-17.