



Hinter den Kulissen: *Tradwife*-Videos dekodieren

Unterrichtsmaterialien von FILM+SCHULE NRW





Impressum

Herausgeber

FILM+SCHULE NRW
LWL-Medienzentrum für Westfalen
Fürstenbergstraße 13-15
48147 Münster

Autorin

Ilka Mathiak
Pädagogische Mitarbeiterin FILM+SCHULE NRW

Redaktion

Uwe Leonhardt
Geschäftsführer FILM+SCHULE NRW

Alona Arens
Wissenschaftliche Volontärin FILM+SCHULE NRW

Romany Schmidt
Wissenschaftliche Mitarbeiterin FILM+SCHULE NRW

Gestaltung

Ilka Mathiak
Pädagogische Mitarbeiterin FILM+SCHULE NRW

Bildnachweise:

Titelseite © Polina Tankilevitch/ Pexels

Grafiken und weitere Bilder © Canva

Das gesamte Material unterliegt folgenden Lizenzbedingungen:



FILM+SCHULE NRW ist eine gemeinsame Initiative des Ministeriums für Schule und Bildung des Landes Nordrhein-Westfalen und des LWL-Medienzentrums für Westfalen.

Ministerium für
Schule und Bildung
des Landes Nordrhein-Westfalen



LWL
Für die Menschen.
Für Westfalen-Lippe.



Inhaltsverzeichnis



04

Thema
Unterrichts-
reihe
Lehrplanbezüge

08

Didaktisch-
methodischer
Kommentar

12

Materialien
M1-M16

47

Lösungs-
vorschläge

62

Quellen-
verzeichnis

63

Evaluation





Fächer: Deutsch, Sozialwissenschaften,
Religion, Philosophie, Pädagogik

Klassenstufe: 11–13

Umfang: 4–8 x 90 Min.

Hinter den Kulissen: *Tradwife*-Videos dekodieren

Thema

Das *Tradwife*- (Kurzform für „traditional wife“) Phänomen beschreibt einen Lebensstil, der in den letzten zehn Jahren durch Social-Media-Plattformen wie TikTok und Instagram populär wurde. Der Trend verbindet eine konservative Ideologie mit einer ästhetischen Inszenierung, die oft an die 1950er Jahre erinnert: Kochen, Haushalt und Familienleben werden als bewusste, erfüllende und zugleich glamouröse Entscheidung dargestellt. Im Zentrum steht dabei eine klare Rollenverteilung, bei der die Erfüllung häuslicher Aufgaben und die Umsorgung des Ehemanns als erstrebenswertes Ideal gelten.

Warum die kritische Auseinandersetzung wichtig ist

Tradwives inszenieren Stabilität, familiäre Erfüllung und ein scheinbar einfacheres Leben als attraktives Gegenmodell zur modernen Arbeitswelt. Problematisch ist jedoch, dass dieses Ideal häufig mit einer Abwertung alternativer Lebensentwürfe einhergeht, etwa wenn berufliche Ambitionen oder Bildungsziele als zweitrangig erscheinen und daraus resultierende Risiken, wie etwa finanzielle Abhängigkeit, unberücksichtigt bleiben.

Zugleich wirkt das *Tradwife*-Narrativ widersprüchlich, da *Tradwife*-Influencerinnen selbst wirtschaftlich aktiv sind: Über Social Media, Kooperationen und Merchandising erzielen sie Einkommen und profitieren von genau dem Lebensstil, den sie als häuslich und traditionell darstellen.

Psychologische und sozialwissenschaftliche Studien zeigen zudem, dass die virale *Tradwife*-Ideologie feministische Errungenschaften und Gleichstellungsbestrebungen schwächt (vgl. Beaufils 2025; Travers 2024) und durch Empfehlungsalgorithmen zur „Einstiegsdroge“ für rechtsextreme Inhalte werden kann (vgl. Sykes/Hopner 2024). Die Infografik auf der nächsten Seite visualisiert diese Gefahren.

Die Kehrseite des Tradwife-Trends: Risiken im Überblick



INDIVIDUELLE EBENE: DIE PERSÖNLICHE FREIHEIT



FINANZIELLE ABHÄNGIGKEIT

Verzicht auf eine eigene Karriere führt zu einem Machtungleichgewicht in der Partnerschaft.

GESELLSCHAFTLICHE EBENE: DEMOKRATIE UND FORTSCHRITT



RÜCKKEHR ZU VERALTETEN GESCHLECHTERROLLEN

Jahrzehntelange Fortschritte in der Gleichstellung werden zugunsten konservativer Familienmodelle infrage gestellt.



EINSTIEGSTOR IN DEN RECHTSPÖPULISMUS

Ideologie kann Anknüpfungspunkt für rechtsextreme Narrative und politische Radikalisierung sein.

(KI-generierte Infografik, erstellt mit Notebook LM und angepasst mit Canva, 2026)

Die vorliegende Unterrichtsreihe

Die Unterrichtsreihe fokussiert die filmsprachliche Analyse von Tradwife-Videos. Als Fallbeispiele dienen Clips von drei einflussreichen Influencerinnen: eine Deutsche, zwei Amerikanerinnen:

- **@xmalischka** (Carolina Tolstik, Influencerin aus Dortmund mit ukrainischen Wurzeln, ehemalige Grundschullehrerin; Feminismus bedeutet für sie, jede Entscheidung – auch die für die Hausfrauenrolle – zu respektieren; Videos sind humorvoll und überspitzt, eher unterhaltend als missionierend.)
- **@ballerinafarm** (Hannah Neeleman, ausgebildete Tänzerin, Model und Mormonin, lebt auf einer Ranch in Utah, 8 Kinder, verkörpert ländlichen Tradwife-Lifestyle, kombiniert konservative Rollen mit Unternehmertum; sie lehnt das Label Tradwife für sich ab und betont stattdessen ihre Rolle als Unternehmerin und Mutter.)
- **@esteecwilliams** (Estee Williams, Influencerin aus Virginia, zeigt konservatives ländliches religiöses Leben, betont ultra-traditionelle Geschlechterrollen; sie bezeichnet sich klar als Tradwife, predigt Unterordnung unter den Mann und christliche Werte.)

Anschließend folgt eine kritische Einordnung der Tradwife-Bewegung anhand unterschiedlicher Texte (u.a. Filmstills, Exkurs „Feminismus“, Online-Artikel) und flexibel einsetzbarer Aufgaben (u.a. interaktives Quiz, simulierte Talkshow). Zum Abschluss der Unterrichtsreihe planen, erstellen und präsentieren die Schüler:innen eine Tradwife-Parodie.

Überblick



Module (à 90 Min.)	Inhalt	Materialien (Anzahl der Seiten)
2	Filmsprachliche Analyse: Gestaltungsmittel in Tradwife-Videos	• <u>M1</u>: Reverse Prompting (2) • <u>M2</u>: Filmsprachliche Analyse (2) • <u>M3</u>: Leitfaden „Analyse von Social-Media-Clips“ (2) • <u>M4</u>: Video 1: Mein Prinz (2) • <u>M5</u>: Video 2: Apple Doughnuts (2) • <u>M6</u>: Video 3: Day in the Life (2)
2-3	Kritische Einordnung: Analyse der Tradwife- Narrative und -Beweg- ung	• <u>M7</u>: Tradwife-Narrative (1) • <u>M8</u>: Kritische Einordnung (2) • <u>M9</u>: Exkurs: Feminismus (2) • <u>M10</u>: Simulation: Talkshow (2) • <u>M11</u>: Rollenkarten (4)
2-3	Kritische Medienproduk- tion: Tradwife-Parodie	• <u>M12</u>: Tradwives Stop & Swap (3) • <u>M13</u>: Produktion einer Parodie (1) • <u>M14</u>: Infoboxen 1 & 2 (1) • <u>M15</u>: Planungsbox (1) • <u>M16</u>: Storyboard Vorlage (1) • <u>M17</u>: Storyboard Beispiel (1) • <u>M18</u>: Filmen mit mobilen Geräten (1) • <u>M19</u>: Checkliste (2)

Fachliche Kompetenzen (Bezüge zu den KLP Sek. II NRW; exemplarisch je nach Weiterführung der Reihe)

- **Deutsch:** Medienkritik, Prüfung von Geltungsansprüchen: in Medien dargebotene Informationen kritisch hinterfragen, multimodales Erzählen,
- **Sozialwissenschaften:** soziale Ungleichheit und Wandel gesellschaftlicher Strukturen, ideologiekritische Analyse (Leitfrage: „Renaissance der traditionellen Geschlechterrollen im Netz - Eine Gefahr für Gleichstellung und Demokratie?“),
- **Religion:** Bezug zur Gegenwartskultur und Medienanalyse, Selbstdarstellung der *Tradwives* auf „religiöse und säkulare Deutungsangebote“ hin untersuchen, Christfluencer:innen, Islamist:innen,
- **Philosophie:** Wertekonflikte traditioneller und moderner Gesellschaften,
- **Erziehungswissenschaft:** Reflexion traditioneller Rollenprägungen (Gender Mainstreaming): antifeministische Diskurse als pädagogische Herausforderung,
- **Psychologie:** Das Individuum in Interaktion mit anderen, Persönlichkeitsentwicklung, Sexismus/Stereotype.

Fächerübergreifende Querschnittsaufgaben

- **Geschlechtersensible Bildung:** Analyse traditioneller/ antifeministischer Rollenbilder im Kontrast zu geschlechtersensibler Bildung,
- **Demokratiebildung:** Kritische Bewertung ideologischer Positionen (Antifeminismus) zur Förderung einer mündigen und sozial verantwortlichen Persönlichkeit.

Medienkompetenzrahmen

2.3 Informationsbewertung, 2.4 Informationskritik

4.1 Medienproduktion und Präsentation, 4.2 Gestaltungsmittel

5.2 Meinungsbildung



Von FILM+SCHULE NRW kuratierte Task Cards mit weiterführenden Informationen

- „Antifeministische Influencer:innen auf TikTok, Instagram and Co.“
- „Hinter den Kulissen: *Tradwife*-Videos dekodieren - Sammlung zur Weiterführung der Reihe“



1 Filmsprachliche Analyse

Die Schüler:innen formulieren anhand eines KI-generierten Bildes einer *Tradwife* (M1) Vermutungen über den zugrunde liegenden Prompt. Dabei wird das Thema der Reihe zunächst noch nicht genannt. Anschließend definieren sie den Begriff *Tradwife* und tauschen sich über ihre Erfahrungen mit bzw. Erwartungen an *Tradwife*-Videos aus.

Im nächsten Schritt sehen die Schüler:innen das Video der deutschen Influencerin C. Tolstik gemeinsam im Plenum und halten ihre ersten Eindrücke schriftlich fest (M2). Beim zweiten Ansehen liegt der Schwerpunkt auf der Analyse filmsprachlicher Mittel (M2). Die Lehrkraft hält die Beobachtungen der Schüler:innen stichpunktartig fest, ergänzt fachsprachliche Begriffe und führt so in die strukturierte Analyse anhand des „Leitfadens: Digitale Filmanalyse“ (M3), der Tabelle (M4) und der App *TopShot* (s. u.) ein. Gegebenenfalls kann zur Vorentlastung der KI-generierte Podcast „Wie Influencer:innen dein Gehirn austricksen“ mit dazugehörigen Aufgaben zum Hörverständnis eingesetzt werden. Im Anschluss erfolgt eine Detailanalyse von Video 1 im THINK-PAIR-SHARE-Verfahren.

App TopShot

für den interaktiven Einstieg in die Filmsprache; vermittelt filmische Grundbegriffe aus den Bereichen Einstellungsgrößen, Kameraperspektive, Sound, Look sowie Schnitt und Montage. Sie ist für die Betriebssysteme iOS und Android verfügbar. Mehr Informationen können auf der [Homepage von FILM+SCHULE NRW](#) oder über den QR-Code abgerufen werden.



Think-Pair-Share:

kooperative Methode, die den Lernprozess in drei klar strukturierte Phasen unterteilt: individuelles Nachdenken (*Think*), Austausch zu zweit (*Pair*) und gemeinsames Teilen im Plenum (*Share*).

Vorteile:

- Aktiviert alle Schüler:innen und senkt die Barriere für Beteiligung, besonders für Zurückhaltende.
- Hilft beim Vertiefen und Festigen von Wissen durch wiederholtes Reflektieren und Aussprechen.
- Fördert soziale Kompetenz, Kommunikationsfähigkeit und kritisches Denken.
- Ermöglicht Differenzierung, da individuell und im eigenen Tempo gearbeitet werden kann.

Varianten:

- **Think-Pair-Square:** Nach der Partnerphase schließen sich zwei Paare zu einer Vierergruppe zusammen, um Ergebnisse zu erweitern oder zu vertiefen.
- **Silent Think-Pair-Share:** Schreiben (bzw. Zeichnen) ersetzt Diskussionen in der Partner- und/oder Plenumsphase.
- **Write-Pair-Share:** Statt nur zu denken, werden individuelle Gedanken schriftlich festgehalten und danach ausgetauscht.
- **Stand-up-Pair-Share:** Ein dynamischer Ablauf, bei dem die Lernenden für den Austausch aufstehen und sich im Raum bewegen.
- **Think-Pair-Digitise:** Schüler:innen nutzen digitale Tools (z.B. Canva) zur Präsentation ihrer Ergebnisse (z.B. einer Infografik).

Nach der systematischen Einführung in die Filmanalyse anhand von Video 1 im Plenum analysieren die Schüler:innen Video 2 oder 3 der beiden amerikanischen Influencerinnen eigenverantwortlich (M4 und M5) und präsentieren ihre Ergebnisse anschließend gegenseitig. Alle drei Videos sind öffentlich zugänglich und können über einen Link oder QR-Code aufgerufen werden. Die zusätzlich in den TaskCards („Hinter den Kulissen: Tradwife-Videos dekodieren - Sammlung zur Weiterführung der Reihe“) verlinkten Clips enthalten teilweise deutlich antifeministische und geschlechterstereotype Botschaften.



2 Kritische Einordnung des Tradwife-Trends

Zu Beginn des zweiten Moduls erfolgt eine kritische Auseinandersetzung mit den *Tradwife*-Narrativen anhand von Leitfragen (M7). Im Anschluss reflektieren die Schüler:innen mögliche Risiken, die entstehen können, wenn Jugendliche *Tradwife*-Content unreflektiert konsumieren (M8). Ziel ist es zunächst, erste mündliche Einschätzungen der Lernenden zu erfassen und ein Bewusstsein für problematische Inhalte zu schaffen. Anschließend analysiert die Lerngruppe exemplarisch zwei Filmstills zu finanzieller Abhängigkeit und rechten Codes.

Im nächsten Schritt kann die Lehrkraft den Fokus auf den Hashtag #femininenotfeminist legen, der von einigen Influencerinnen verwendet wird. Ausgehend davon erarbeiten die Schüler:innen einen kurzen historischen Überblick über die Entwicklung des Feminismus (M9). Grundlage bilden eine Infografik zu den Wellen des Feminismus sowie eine Zeitleiste der Bundeszentrale für politische Bildung. Anschließend erstellen die Lernenden in Gruppen ein kreatives Erklärprodukt zu einem selbst gewählten Ereignis aus der Geschichte der Frauenbewegung. Den Abschluss des Exkurses bildet ein interaktives Quiz anhand dessen die Schüler:innen ihr Wissen zu Frauenrechtsbewegungen überprüfen können (M9) sowie die Frage, wie sich der *Tradwife*-Trend im Kontext des Feminismus verorten lässt.

Um die Lernenden fundiert für die potenziellen Gefahren der *Tradwife*-Bewegung zu sensibilisieren, lesen sie (auch arbeitsteilig möglich) zwei online abrufbare Artikel zu finanziellen Risiken und der Gefahr des Einstiegs in rechte Inhalte und erstellen anschließend eine Infografik, in der sie diese Gefahren übersichtlich darstellen und präsentieren.

An dieser Stelle bietet es sich an, die Schüler:innen eine Internetrecherche zu problematischem *Tradwife*-Content durchführen zu lassen. Dabei sollte die Lerngruppe darauf hingewiesen werden, Webseiten ausschließlich über das Schulnetzwerk aufzurufen, um die Weitergabe einer persönlichen IP-Adresse an externe Anbieter zu vermeiden. Zudem sollten nur öffentlich zugängliche Videos genutzt werden, da der Zugriff auf private Accounts bei verschiedenen Social-Media-Plattformen problematisch ist: gezielte Suche oder häufiges Ansehen von Videos kann den Algorithmus verändern und zu einer Flut ähnlicher Inhalte führen.

Zum Abschluss des zweiten Moduls bietet eine simulierte Talkshow den Schüler:innen die Möglichkeit, die *Tradwife*-Bewegung aus unterschiedlichen Sichtweisen zu betrachten (M10). Ein solches problemorientiertes Lernszenario ist besonders geeignet, weil es komplexe Fragen zu Gender-Rollen, Selbstbestimmung und möglichen Gefahren des *Tradwife*-Trends aus mehreren Perspektiven verhandelbar macht. Die Lernenden übernehmen verschiedene Rollen (Influencerin, Schülerin, Feministin, Soziologe), vertreten unterschiedliche Standpunkte und diskutieren sie in einer authentischen Gesprächssituation, wodurch Urteilsfähigkeit, Perspektivwechsel und demokratisches Argumentieren gefördert werden.

Um den Einstieg möglichst authentisch zu gestalten, wird der Lerngruppe zunächst ein kurzer Teaser der Talkshow vorgespielt, in dem der Moderator (KI-generierter Avatar) auf die Thematik einstimmt. Zur Vorbereitung erarbeiten die Schüler:innen in Expert:innen-Gruppen anhand von Rollenkarten (M11) ihre Position und fertigen Notizen für die Simulation an. Als Möglichkeit zur Differenzierung können die Lösungsvorschläge auf den Rollenkarten dabei als Tippkarten für leistungsschwächere Lernende genutzt werden.

Die Talkshow kann, je nach Schüler:innenanzahl, sowohl mit als auch ohne Moderator durchgeführt werden. Material M10 enthält Hinweise zum Ablauf der Simulation sowie zu den Aufgaben des Moderators bzw. zur Verteilung dieser Aufgaben bei Durchführung ohne Moderator. In der anschließenden Reflexionsphase erhalten die Schüler:innen im *Think-Pair-Share*-Verfahren die Gelegenheit, ihre Erfahrungen zu vertiefen.

3 Tradwife-Parodie

Das dritte Modul startet mit einer aktivierenden *Stop & Swap* Aktivität (M12), in der die Schüler:innen verschiedene zuvor im Unterricht thematisierte Aspekte der *Tradwife*-Bewegung im dynamischen Austausch mit mehreren Partner:innen wiederholen.

Für die Produktion einer eigenen *Tradwife*-Parodie in Kleingruppen erhalten die Schüler:innen eine Schritt-für-Schritt-Anleitung (M13) inklusive Infoboxen zu „Satire“ und „Filmen & Montage“ (M14) sowie die zwei Arbeitsblätter „Planungsbox“ (M15) und „Storyboard-Vorlage“ (M16). Je nach Vorerfahrung in der Filmproduktion stehen weitere Materialien zur Verfügung: ein Storyboard-Beispiel (M17) sowie Tipps zum Filmen mit mobilen Geräten (M18). Vor der Präsentation des Videos im Plenum findet eine Probepräsentation vor einer anderen Gruppe anhand der Checkliste (M19) statt.

Dafür sowie für die abschließende Präsentation im Plenum empfiehlt es sich, die Videos auf dem schulinterne LMS bzw. in *Task Cards* etc. zu sammeln.

Hinweis zur Navigation

Um schnell zwischen den Arbeitsblättern und Lösungen zu wechseln, nutzen Sie die Verlinkungen (z. B. auf M1 klicken) und den Zurück-Button.



Stop & Swap:

interaktive und bewegungsreiche Lernaktivität, bei der die Schüler:innen Karten mit Fragen, Sätzen oder Dialogimpulsen erhalten. Während die Musik spielt, bewegen sich die Schüler:innen frei im Raum. Sobald die Musik stoppt („Stop“), suchen sie sich eine:n Partner:in und tauschen sich zu den auf den Karten stehenden Inhalten aus. Danach tauschen sie die Karten („Swap“) und bewegen sich wieder, bis die Musik erneut stoppt und sie eine:n neue:n Partner:in finden. Der Prozess wiederholt sich mehrmals.

Vorteile:

- Aktivierung und Auflockerung des Unterrichts durch Bewegung.
- Förderung der Sprechkompetenz und des spontanen Dialogs.
- Fördert soziale Interaktion und Kooperationsfähigkeit.
- Flexibel einsetzbar als Warm-up, Übung oder Motivationshilfe.

Varianten:

- Ohne Musik: Schüler suchen sich selbstständig Gesprächspartner ohne Zeitdruck, was differenzierte Tempi erlaubt.
- Variation der Aufgaben: Unterschiedliche Aufträge wie „Frage möglichst viele verschiedene Schüler:innen“ oder „Sprich nur mit jemandem mit einer anderen Haarfarbe, etc.“.

Gelungene Beispiele für *Tradwife*-Parodien:

- [em august \(TikTok\)](#)
- [Hannah Sauer \(TikTok\)](#)
- [@heuteshow \(YouTube\)](#)



Reverse Prompting

M1



(KI-generiertes Bild, erstellt mit Nano Banana, Google 2026)



Hinter den Kulissen: Trade-Wife-Videos dekodieren

1 Rate den Prompt (*THINK-PAIR-SHARE*)

Betrachten Sie das KI-generierte Bild und formulieren Sie mindestens drei verschiedene Prompts, die zu einem ähnlichen Bild führen würden.

Prompt raten

2 Auswertung der Prompts

1. **Sammeln:** Machen Sie ihre Prompt-Ideen sichtbar ohne sie zu bewerten.
2. **Clustern:** Bündeln Sie ähnliche Ideen (z. B. zu Aussehen, Kleidung, Hintergrund).
3. **Benennen:** Legen Sie den Fokus auf die Frau im Bild: Wie wurde sie benannt? Was hat sie für Eigenschaften? Woran erkennt man das?
4. **Abgleichen:** Vergleichen Sie bewusst: Was dachten Sie, war im Prompt? Was steht wirklich im Prompt? Besprechen Sie Gemeinsamkeiten und Unterschiede.

Prompt: Erstelle ein Bild einer typischen Tradwife.

3 Vom KI-Bild zum Video – Ihre Vorstellungen zum Thema (THINK-PAIR-SHARE)

Beantworten Sie die folgenden Fragen:

- Was ist eine *Tradwife*?
- Haben Sie schon einmal von *Tradwife*-Videos gehört oder solche Inhalte gesehen?
- Falls ja: Wie würden Sie *Tradwife*-Videos und *Tradwives* beschreiben?
- Falls nein: Was sind Ihre Vermutungen darüber?



(KI-generiertes Bild, erstellt mit Nano Banana, Google, 2026)

Welche Details hat die KI besonders gut, ungenau oder stereotyp umgesetzt?

Video 1: Einführung in die filmsprachliche Analyse

Wir schauen uns zunächst ein Tradwife-Video (Video 1) zusammen im Plenum an:

1 Erste Vorführung: Spontane Reaktionen (THINK-PAIR-SHARE)

Sehen Sie sich das Video aufmerksam an und achten Sie zunächst auf Ihre spontanen Eindrücke und Emotionen. Notieren Sie diese auf dem Arbeitsblatt (M4).

2 Zweite Vorführung: Fokus auf „Warum?“ (THINK-PAIR-SHARE)

Schauen Sie das Video erneut an. Konzentrieren Sie sich darauf, welche filmischen Gestaltungsmittel dazu beitragen, dass diese Eindrücke und Emotionen entstehen. Notieren Sie Beispiele zu Kamera, Bild, Schnitt und Ton, die Ihnen auffallen.

3 Weiteres Ansehen: Vier Analysebereiche (THINK-PAIR-SHARE)

Schauen Sie das Video erneut einige Male an, diesmal mit einem gezielten Blick auf:

1. **Einstellungsgröße & Kameraperspektive**,
2. **Mise-en-Scène** (räumliche Gestaltung),
3. **Montage und Schnitt** (zeitliche Gestaltung),
4. **Ton & Paraverbale Kommunikation**.

Notieren Sie zu jedem Bereich 1–2 konkrete Beispiele aus dem Video und überlegen Sie, welche Wirkung diese Mittel haben. Dokumentieren Sie Ihre Ergebnisse in der Tabelle (M4). Der **„Leitfaden Filmanalyse: Social-Media“** (M3) sowie die **App TopShot** helfen Ihnen dabei.



4 Abschlussreflexion (THINK-PAIR-SHARE)

- Wie wirkt Video 1 insgesamt: eher dynamisch, ruhig, chaotisch, geordnet? Warum?
- Welche filmischen Gestaltungsmittel beurteilen Sie als am effektivsten?
- Welche Persona nimmt die Creatorin für ihre Follower:innen ein? (z.B. Freundin, Vorbild, Expertin, Influencerin)
- Was ist die Zielgruppe?

Filmsprachliche Analyse



Videos 2&3: Vertiefende Analyse

Um weitere Einblicke in die *Tradwife*-Szene zu erhalten, erschließen Sie nun - analog zur Analyse von Video 1 - zwei weitere Videos: Partner:in A analysiert Video 2 (*Apple doughnuts*) und Partner:in B Video 3 (*Day in the life*).

THINK: Sichten Sie Ihr jeweiliges Video mehrmals und dokumentieren Sie Ihre Ergebnisse direkt auf Ihrem jeweiligen Arbeitsblatt (M4 bzw. M5). Nutzen Sie dazu den Leitfaden (M3) und gehen Sie genau so vor wie zuvor bei Video 1.

PAIR: Präsentieren Sie einander Ihre Analyseergebnisse. Vergleichen Sie anschließend die Videos 1-3 inhaltlich und filmsprachlich und halten Sie **Gemeinsamkeiten und Unterschiede** fest. Folgende Fragen können dabei helfen:

- Wie ist das Setting gestaltet?
- Welche Rolle spielen Kleidung, Frisur und Make-up der Creatorinnen?
- Wie wird die jeweilige *Tradwife* inszeniert: eher als Vorbild oder als Alltagsfigur? Wie ist die Sprechweise dabei?
- Welche Emotionen werden durch das Video angesprochen oder verstärkt?
- Welche Zielgruppe wird angesprochen, und woran erkennt man das?
- Welche Aspekte bleiben ausgespart oder werden bewusst nicht gezeigt?

SHARE: Führen Sie eine abschließende vergleichende Betrachtung der drei analysierten Videos hinsichtlich der filmsprachlichen Inszenierung und der Wirkungsabsicht im Plenum durch.

Überholspur:

Treffen Sie eine andere Person, die fertig mit der Arbeit am selben Video ist, und besprechen Sie Ihre Ergebnisse oder recherchieren Sie die Geschichte hinter einer der Influencerinnen.



Leitfaden

TikToks, Reels, Shorts und andere Social-Media-Clips wirken oft spontan und persönlich, dieser Eindruck ist jedoch meist gezielt inszeniert. Creator:innen nutzen filmische Gestaltungsmittel häufig bewusst, um eine bestimmte Wirkung zu erreichen (z. B. Nähe, Glaubwürdigkeit oder Kaufimpuls). Gleichzeitig orientieren sie sich an den Logiken algorithmischer Plattformen, die hohe Aufmerksamkeit und möglichst lange Verweildauer fördern. Die folgenden Leitfragen helfen Ihnen, die Inszenierung von Creator:innen in Social-Media-Clips systematisch zu untersuchen.



App TopShot

App für den interaktiven Einstieg in die Filmsprache. Die App vermittelt filmische Grundbegriffe aus den Bereichen Einstellungsgrößen, Kameraperspektive, Sound, Look sowie Schnitt und Montage. Sie ist für die Betriebssysteme iOS und Android verfügbar. Mehr Informationen können auf der Homepage von FILM+SCHULE NRW oder über den QR-Code abgerufen werden.



Kameraeinstellung & -perspektive



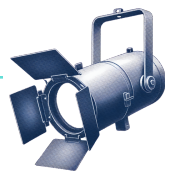
- Welche **Einstellungsgröße** wird verwendet (z. B. Nah, Halbnah, Totale)? Welche Informationen werden dadurch betont (z. B. Gesichtsausdruck, Outfit, Umgebung)?
- Wie ist der **Kameraperspektive** (z. B. Augenhöhe, Aufsicht, Untersicht)? Welche Wirkung entsteht dadurch?
- Gibt es **Talking-Head**-Passagen, in denen die/der Creator:in das Publikum direkt anspricht (z. B. „ihr Lieben“) oder mit ihnen kommuniziert? Wie wirkt das (z. B. nahbar, autoritär, vertraulich)?
- Gibt es sichtbare **Bewegung im Bild** oder **Kamerabewegungen** (z. B. Betreten des Bildausschnitts, Kamera-Schwenk)?



1

Mise-en-Scène

(räumliche Gestaltung)



2

- Wie ist das **Setting** gestaltet (z. B. Küche, Wohnzimmer, Studio, Outdoor)?
- Welche **Möbel, Dekoration oder Requisiten** fallen auf?
- Welche **Symbole** oder **visuelle Codes** wiederholen sich oder sind besonders groß bzw. zentral platziert (z. B. Poster, Bücher, Kunst)?
- Wie ist das **Licht** (z. B. warm, kalt, LED, Studio-Licht, natürliches Licht)?
- Welche **Farbtöne** dominieren (z. B. warm, Pastell, Retro)?
- Gibt es ein klar erkennbares, wiederkehrendes **Farbschema** (Colour Branding)? Wie wirkt dieser Farblock (z. B. gemütlich, stylisch, professionell, „authentisch“)?
- Gibt es Elemente, die auf eine „alltägliche“, **„unperfekte“ Inszenierung** (z. B. scheinbar unaufgeräumte Ecken, simple Klamotten) hinweisen?
- Welche **Kleidung, Frisur und Make-up** verwendet die/der **Creator:in** und welche Wirkung (nahbar, professionell, erstrebenswert etc.) wird dadurch erzeugt?



Leitfaden

Ton & Paraverbale Kommunikation

3



- Gibt es eine gesprochene Audiospur? Falls ja - ist das **Sprechtempo** besonders schnell oder langsam? Wie wirkt die **Lautstärke** und der **Stimmfall** (z.B. laut und energiegeladen, ruhig und entspannt, emotional)? Welche **Emotionen** vermittelt die Stimme (z.B. Wärme, Begeisterung, Ironie, Ernsthaftigkeit)?
- Gibt es zusätzliche **Audiospuren** (z.B. Hintergrundmusik, Voice-Over, Soundeffekte)? Wie beeinflussen sie die Stimmung oder die Aufmerksamkeit?
- Wird **Musik** bzw. **Trending Audio** (ein bekannter Song) verwendet? Falls ja - wie wirkt sie (z.B. ruhig, energisch, rhythmisch)?
- Hörst du **Umweltgeräusche** im Film - auch als **Atmo** bezeichnet (z.B. Geschirr klappern, Autoverkehr)? Wäre die Wahrnehmung des Videos anders, wenn diese Geräusche lauter, leiser oder (nicht) vorhanden wären?

Paraverbal = wie etwas gesagt wird, also Stimme und Sprechweise

Montage & Schnitt

(zeitliche Gestaltung)

4

- Wie wirkt das Video insgesamt: ruhig, realistisch, oder eher hektisch?
- Gibt es **Jump Cuts** (d.h. harte „Bildsprünge“ in denen derselbe Ausschnitt nahezu gleich bleibt, aber ein Teil der Bewegung oder Zeit ausgelassen wird, z.B. um dadurch Sprechpausen, Versprecher oder Füllwörter wie „ähm“ zu entfernen)?
- Werden einzelne Bildausschnitte vergrößert (**digitaler Zoom**)?
- Werden **Overlays** eingesetzt, also zusätzliche Elemente wie Texte, Untertitel, Grafiken oder Logos?
- Werden ergänzende Bilder oder Aufnahmen verwendet (**B-Roll**)?
- Gibt es einen kurzen, auffälligen Satz oder einen provokativen Einstieg als **Hook**? Welche Emotion soll er auslösen, etwa Neugier, Spannung oder Witz?
- Endet das Video so, dass es nahtlos wieder von vorne weiterläuft, also als **Loop**?



Bei der systematischen Analyse der vier Bereiche der Filmanalyse geht es nach der Frage nach dem „Was?“ um die Wirkungsabsicht, also um die Frage, **warum** ein filmisches Gestaltungsmittel verwendet wird.

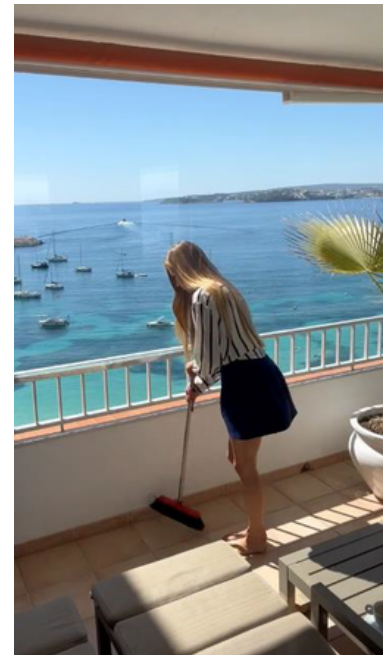
Wirkungsabsicht

WARUM?

- Welches **Ziel** verfolgt der/die Influencer:in mit dieser Gestaltung?
- Welche **Emotion** (z.B. Nähe, Nostalgie) oder **Reaktion** (z.B. Kaufimpuls) soll hervorgerufen werden?
- Welche Wirkung auf das **Verhalten der Nutzer:innen** (z.B. länger schauen, liken, kaufen) ist denkbar?

Video 1: Mein Prinz

Tolstik, C. [@xmalischka]. (2023-4-24). Alles für meinen Prinzen 🥰❤️
#hausfrau #alltag #hausfrauenleben #frauenpower #fürihn #liebe #beziehung #spass #deutschland #eintaginemleben#ganznormal #haha #viral #fyp #fürdich #emanzipation#feminismus #gleichberechtigung#partnerschaft. TikTok. <https://www.tiktok.com/@xmalischka/video/7225644152598416666> (Zugriff: 19.03.2026)



Erster Eindruck & Emotionen

WIE?

Fimpsprachliche Mittel

Filmsprache (Video 1)

Wirkungsabsicht

1 Einstellungs- größe & Kamera- perspektive

(siehe Filmstills auf der
Vorderseite und M3)

Hilfe: App *TopShot*

2 Mise-en-Scène

(Räumliche Gestaltung;
siehe M3)

3 Ton & Paraverbale Kommunikation

(siehe M3)

4 Montage & Schnitt

(Zeitliche Gestaltung;
siehe M3)

Video 2: Apple Doughnuts



Neleman, H. [@ballerinafarm].
(2024-11-8). Warm applause [sic]
with apple cider doughnuts 🍏✨
#Doughnut #AppleCider
#BallerinaFarms. TikTok.
<https://www.tiktok.com/@ballerinafarm/video/7434796448790744363> (Zugriff: 16.03.2026)



Erster Eindruck



Was fällt zuerst auf (Bilder, Musik, Stimmung)?
Welche Gefühle löst das Video aus?
Wie wirkt die Atmosphäre?

Filmsprache (Video 2)

Wirkungsabsicht

1 Einstellungs- größe & Kamera- perspektive

(siehe Filmstills auf der
Vorderseite und M3)

Hilfe: App *TopShot*

2 Mise-en-Scène

(Räumliche Gestaltung;
siehe M3)

3 Ton & Paraverbale Kommunikation

(siehe M3)

4 Montage & Schnitt

(Zeitliche Gestaltung;
siehe M3)

Video 3: *Day in the Life*



Williams, E. [@esteecwilliams]
(2023-03-10). Day in the life 🍓
#tradwife#traditionalwife #ditl
#traditionalmarriage
#homemaker #housewife
#femininenotfeminist
#traditionalgenderroles
#nuclearfamily
<https://www.instagram.com/reel/Cplg2doJSDk/?hl=de> (Zugriff:
16.03.2026)



Erster Eindruck



Was fällt zuerst auf (Bilder, Musik, Stimmung)?
Welche Gefühle löst das Video aus?
Wie wirkt die Atmosphäre?

Filmsprache (Video 2)

Wirkungsabsicht

1 Einstellungs- größe & Kamera- perspektive

(siehe Filmstills auf der
Vorderseite und M3)

Hilfe: App *TopShot*

2 Mise-en-Scène

(Räumliche Gestaltung;
siehe M3)

3 Ton & Paraverbale Kommunikation

(siehe M3)

4 Montage & Schnitt

(Zeitliche Gestaltung;
siehe M3)

Inhaltliche Analyse (THINK-PAIR-SHARE)

Nach der filmsprachlichen Analyse der drei Videos untersuchen Sie nun die Narrative von Tradwife-Influencerinnen genauer. Beantworten Sie dazu die untenstehenden Fragen, erstellen Sie strukturierte Notizen und belegen Sie Ihre Aussagen mit konkreten Beispielen aus den Videos 1-3.

Tradwife-Narrative dekodieren

VERZERRTE REALITÄT



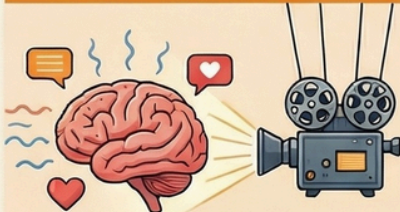
- Manipuliert die Darstellung das Publikum?
- Welche Aspekte des Lebens eines Homemakers werden betont und welche ausgelassen?

GESCHLECHTERROLLEN



- Welche Rollen werden den Geschlechtern zugewiesen?
- Werden alternative Lebensmodelle für Frauen erwähnt?
- Gibt es eine Auseinandersetzung mit feministischen Perspektiven?

EMOTIONALE MANIPULATION



- Welche Emotionen werden beim Publikum ausgelöst?
- Wird eine parasoziale Beziehung (d.h. eine einseitige emotionale Bindung) aufgebaut?

MONETARISIERUNG



- Wird Einkommen generiert?
- Gibt es Affiliate-Links oder Werbehinweise?
- Wird Geld durch den Verkauf von Produkten oder Kursen verdient?

(KI-generierte Infografik, erstellt mit notebookLM und bearbeitet mit Canva, 2026)

Hilfestellung:

Die LearningApp „Kreuzworträtsel: Tradwife-Trend“ kann Ihnen bei der Bearbeitung der Aufgabe helfen. Nutzen Sie den [Link](#) oder QR-Code, um sie aufzurufen.



1 Reflexion (THINK-PAIR-SHARE)

Können Sie Gefahren, die auftreten können, wenn Teenager Tradwife-Content unreflektiert konsumieren, identifizieren?

Was ist schlimm daran, dass sich eine Frau dafür entscheidet, zu Hause zu bleiben?

2 Filmstills

Betrachten Sie die zwei Stills und beantworten Sie die folgenden Fragen:

- Welche Bedürfnisse oder Gefühle der Zuschauenden werden angesprochen?
- Beurteilen Sie den Inhalt als problematisch?



Williams, E. [© esteecwilliams], (2022-07-12). Embracing Tradwife Life: A Homemaker's Guide to Traditional Living Tradwifelife#fyp#PrimeDayDreamDeals#housewife#homemaker#sahw#tradwife#traditionalwife#traditional#feminine#vintage#50shair#grandmahair#PlutoTVIsFree#AmazonMusicProudHero.

TikTok. <https://www.tiktok.com/@esteecwilliams/video/7119566873435426090> (Zugriff: 16.03.2026)

Textfarbe zur besseren Lesbarkeit angepasst und hinterlegt



freyarosi [@freyarosi], 2025-7-13. Exploring the Beauty of German Forests

#entschleunigung#tradelifestyle#tradelife#softgirl#softlife#hausfrau#housewifesofttiktok#naturetiktok#natureedit#deutschewälder#deutscherwald#germanforest#germannature#CapCut. TikTok.

https://www.tiktok.com/@freyarosi/video/7526596493726321942is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7608570590430447126

(Zugriff: 10.03.2026)

3 #femininenotfeminist

Einige Influencerinnen verwenden den Hashtag #femininenotfeminist in ihren Social-Media-Profilen. Welche Botschaft wollen sie mit diesem Slogan vermitteln, und wie positioniert er sie im Verhältnis zu feministischen Ideen?

4 Infografik

Lesen Sie die beiden Artikel und fertigen Sie Notizen zu den genannten Gefahren der Tradwife-Bewegung an.

- Keilen, Annika: **Tradwife - Warum der Hausfrauen-Trend der Gen Z so gefährlich ist** (Handelsblatt, 02.09.2024), <https://www.handelsblatt.com/finanzen/vorsorge/tradwife-warum-der-hausfrauen-trend-der-gen-z-so-gefaehrlich-ist-02/100061827.html> (Zugriff: 24.03.2026)
- Redaktion Deutschlandfunk Kultur: **Tradwives - Von Hausfrauenvideos zu rechten Inhalten** (24.10.2025), <https://www.deutschlandfunkkultur.de/tradwife-hausfrau-social-media-trend-100.html> (Zugriff: 24.03.2026)



Erstellen Sie eine Infografik, in der Sie die individuellen Risiken und gesellschaftlichen Gefahren des Tradwife-Trends übersichtlich darstellen. Präsentieren Sie die Grafik im Anschluss einer anderen Person.

Überholspur:

Hören Sie sich den Deutschlandfunk Podcast: „Tradwives-Diskussion – Wann junge Frauen traditionell denken“ (24.10.2025) an und beantworten die folgenden Fragen stichpunktartig:

- Wie viele junge Frauen können sich laut der im Podcast genannten Untersuchung ein Leben als Tradwife vorstellen?
- Welche Merkmale haben die jungen Frauen, die sich eher ein Tradwife-Leben vorstellen können?
- Warum wird das Phänomen der Tradwives im Podcast als „süßes Gift“ der Nostalgie beschrieben?



Deutschlandfunk Podcast: „Tradwives-Diskussion – Wann junge Frauen traditionell denken“ (24.10.2025), <https://www.deutschlandfunk.de/tradwives-diskussion-wann-junge-frauen-traditionell-denken-100.html> (Zugriff: 24.03.2025)

5 Internetrecherche

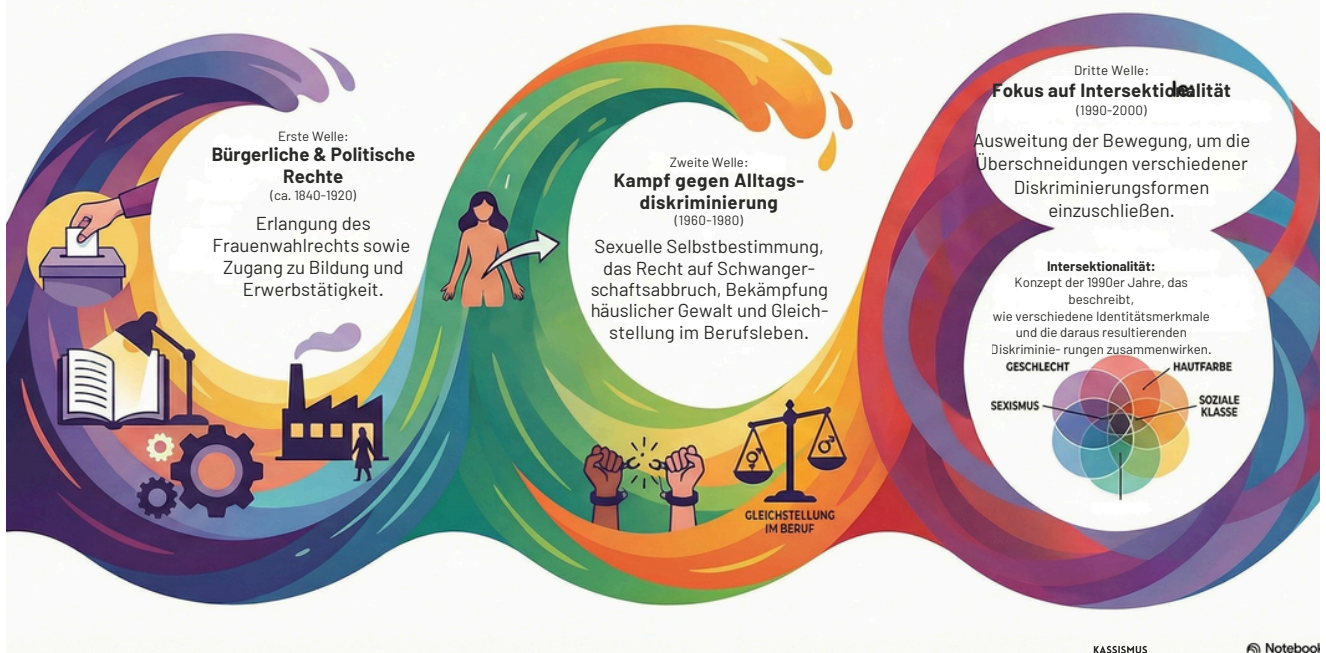
Kennen Sie Tradwife-Inhalte, die Sie als gefährlich oder als mögliche Einstiegsformen für extremistische Radikalisierung einschätzen würden? Führen Sie eine Internetrecherche durch und dokumentieren Sie Ihre Quellen.

Hinweis:

Beim Recherchieren nur Webseiten über das Schulnetzwerk aufrufen, um die Weitergabe einer persönlichen IP-Adresse an externe Anbieter zu vermeiden. Zudem ausschließlich öffentlich zugängliche Videos nutzen. Der Zugriff auf private Accounts bei verschiedenen Social-Media-Plattformen ist problematisch, da gezielte Suchen oder häufiges Ansehen von Videos den Algorithmus verändern und zu einer Flut ähnlicher Inhalte führen können.

Um die Tradwife-Bewegung und anti-feministische Ideologien besser einzuordnen, ist ein Überblick über die Geschichte des Feminismus essenziell. Traditionell unterscheidet man drei Wellen, wobei die Einteilung eine Vereinfachung darstellt – Übergänge waren fließend und aktuell laufen Debatten um eine „vierte Welle“.

Die Wellen des Feminismus: Ein historischer Überblick



(KI-generierte Infografik, erstellt mit notebookLM und bearbeitet mit Canva, 2026)

Einstieg:

Verschaffen Sie sich einen ersten Überblick, indem Sie die obige Infografik zu den Wellen des Feminismus sowie die Zeitleiste „Frauenrechtsbewegungen in Europa und den USA“ der Bundeszentrale für politische Bildung (bpb) betrachten.



Internetrecherche:

Teilen Sie sich in Gruppen auf, wobei jede Gruppe zu einer der drei Wellen arbeitet. Wählen Sie ein markantes Ereignis aus Politik, Gesellschaft und Kultur (blau markiert) oder rechtliche Entwicklungen (grau) aus der Zeitleiste aus – eins, das Sie besonders interessiert. Führen Sie dazu eine gezielte Recherche durch.

Kreative Vertiefung:

Erstellen Sie ein kreatives Erklärprodukt (z. B. Video, Comic, Storyboard, Meme, Podcast oder kurzes Rollenspiel). Bereiten Sie eine kurze Präsentation vor, die Ihre Recherche lebendig vermittelt.

Präsentation:

Präsentieren Sie ihr Erklärprodukt einer anderen Gruppe und geben Sie Feedback nach der Sandwich-Methode (1. Lob, 2. Konstruktive Kritik, 3. Weiteres positives Feedback).

Interaktives Quiz

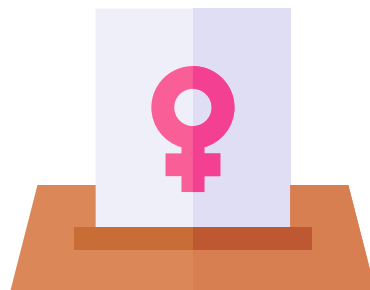
Testen Sie zum Abschluss Ihr Wissen zum Feminismus in einem interaktiven Quiz. Ordnen Sie darin zentrale rechtliche Meilensteine und Ereignisse aus der bpb-Zeitleiste den richtigen Jahren zu.



learningapps.org:
[Cookies](#)

Arbeitsauftrag:

- Öffnen Sie das Quiz über den bereitgestellten Link/QR-Code.
- Bearbeiten Sie das Quiz. Achten Sie auf die Erklärhinweise in der rechten oberen Ecke.
- Dokumentieren Sie zwei Punkte, die Sie überrascht haben, und notieren Sie in einem Satz, warum.



(Bilder A. Merkel & S. Bandaranaike: Wikimedia Commons)

Abschlussreflexion (THINK-PAIR-SHARE):

- Welche feministischen Errungenschaften werden von *Tradwives* aktiv abgelehnt?
- Inwiefern berücksichtigt die *Tradwife*-Ideologie Klassismus oder soziale Herkunft?
- In welchen Bereichen wurde eine Gleichberechtigung der Geschlechter noch nicht erreicht?

Simulation: Talkshow



Schauen Sie sich den kurzen Teaser für eine Talkshow zum *Tradwife*-Trend an (Dauer: 0:36).



Achten Sie dabei gezielt auf zentrale Elemente:

- Thema der Sendung,
- Teilnehmende,
- sprachliche Mittel, die Neugier wecken sollen.



(M10: KI-generierte Bilder und Video, erstellt mit Imagen 4 (Bilder); ElevenLabs (Video/Voice) und HeyGen (Avatar), 2026)

1 Vorbereitung (Expert:innen-Gruppen)

Teilen Sie sich in 4-5 Gruppen auf. Jede Gruppe übernimmt eine Rolle in der Talkshow mit dem Thema:

„Schöne Fassade, harte Folgen: Wird der *Tradwife*-Hype zur Gefahr für die Gleichberechtigung – und damit für unsere Demokratie?“

Rollen:

- Influencerin (gibt Tipps zu Haushaltsführung),
- Schülerin (bezeichnet sich selber als TikTok-Addict),
- Schauspielerin (engagiert sich in feministischer NGO),
- Professor (forscht zum Thema Demokratiebildung und Social Media),
- (Optional: + Moderator in 5er-Gruppen).

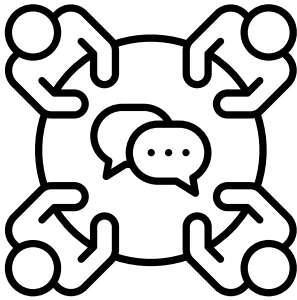
Aufgabe pro Rolle:

- Lesen Sie Ihre Rollenkarte (M11) und diskutieren Sie die Leitfragen in Ihrer Gruppe.
- Recherchieren Sie 1-2 aktuelle Statistiken (z. B. via Google Scholar, Statista; Quellen notieren!).
- Entwickeln Sie 3 Kernargumente Ihrer Rolle sowie 1-2 konkrete Maßnahmen, um die Gefahren des *Tradwife*-Trends zu mindern.
- Formulieren (und üben) Sie ein Eingangsstatement von ca. 30 Sekunden.

Simulation: Talkshow



2 Simulation



Zeit	Inhalt
1'	Moderator eröffnet die Show (in 5er-Gruppen)
3'	Eingangsstatements der vier Diskutant:innen (4x ca. 30 Sek.)
15'	Diskussion
5'	Abschluss (konkrete Maßnahmen; 4x ca. 60 Sek.)
1'	Schlussfazit des Moderators (in 5er-Gruppen).

Aufgaben des Moderators:

(In 4er-Gruppen diese Aufgaben auf die vier Diskutant:innen aufteilen!)



- **Zeitmanagement:** Achtet auf den zeitlichen Ablauf der Show,
- **Gesprächsregeln:** Überwacht die Gesprächsregeln (keine eigenen Wertungen, keine persönlichen Angriffe; ausgewogene Redezeiten wahren, ruhigere Teilnehmende aktiv ansprechen),
- **Belegpflicht:** Bei strittigen Behauptungen um Quelle/Beispiel bitten; Meinung vs. Fakt klar trennen lassen,
- **Abschluss:** Fragt die Diskutant:innen nach konkreten Maßnahmen, fasst Kernpunkte zusammen, gibt einen Ausblick und verabschiedet sich vom Publikum.

3 Reflexion nach der Simulation

- Wie haben Sie sich in Ihrer Rolle gefühlt? (*THINK-PAIR-SHARE*)
- Welche neuen Informationen oder Perspektiven haben Ihre eigene Meinung verändert oder ergänzt?
- Wo haben Sie Gemeinsamkeiten zwischen den Rollen entdeckt, obwohl die Positionen unterschiedlich waren?
- Welche Argumente erschienen Ihnen am besten belegt (Quellen, Beispiele) – und welche wirkten eher subjektiv oder unsicher?
- Gabe es konkrete Maßnahmen oder Kompromisse, auf die sich alle Diskutant:innen einigen konnten?

Simulation: Talkshow



Rollenkarte: Moderator

Name: **Julian Vogel**

Alter: 35 Jahre

- Journalistikstudium, TV- und Radio-Moderator,
- neutral, sachkundig und durchsetzungsfähig.

Leitfragen:

- Wie eröffne ich die Talkrunde?
- Welche Fragen kann ich stellen, um die Diskussion zu initiieren?
- Welche Fragen richte ich konkret an wen innerhalb der Diskussion?
- Welche Statistiken bereite ich zur Unterstützung der Debatte vor (z.B. zum Social-Media-Konsum von Jugendlichen)?



Eröffnungsstatement:

Fragen zu Beginn:

Fragen während der Diskussion:

Statistiken:

Rollenkarte: Influencerin

Name: **Hannah Berger**

Alter: 29 Jahre

- verheiratet, zwei Kinder,
- betreibt einen erfolgreichen Social-Media-Kanal mit Tipps zu Haushaltsführung, „femininer Ästhetik“ und „klassischen Werten“.

Leitfragen:

- Wie stehst du zu den Errungenschaften des Feminismus?
- Verdienst du als Influencerin Geld? Bist du finanziell abhängig?
- Welche Wirkung hat dein Content auf Follower:innen?
- Statistiken (z.B.): Arbeitszeiten von Frauen, Care- vs. Erwerbsarbeit.



Eingangsstatement:

Kernargumente:

Statistiken (zur Untermauerung der Aussagen):

Konkrete Maßnahme (zur Minderung der Gefahren des *Tradwife*-Trends):

Rollenkarte: Schauspieler:in

Name: **Nadia Yilmaz**

Alter: 34 Jahre

- Aktivistin & Autorin,
- engagiert in einer feministischen NGO (non-governmental organisation).

Leitfragen:

- Warum ist der Tradwife-Trend eine Gefahr für die Gleichberechtigung?
- Wie wirkt er auf Rollenbilder und Selbstwertgefühl von jungen Frauen?
- Welche Maßnahmen stärken echte Wahlfreiheit, ohne zu bevormunden (Ausbau der Kinderbetreuungsangebote, Teilzeitrechte)?
- Statistiken (z.B.): Anteil erwerbstätiger Frauen in Teilzeit vs. Vollzeit, Gender-Pay-Gap, Frauenanteil in Beruf und Politik?



Eingangsstatement:

Kernargumente:

Statistiken (zur Untermauerung der Aussagen):

Konkrete Maßnahme (zur Minderung der Gefahren des *Tradwife*-Trends):

Rollenkarte: Professor

Name: **Prof. Dr. Jonas Falk**

Alter: 45 Jahre

- Professor für Soziologie mit dem Schwerpunkt Demokratiebildung/Mediengesellschaft.

Leitfragen:

- Was macht *Tradwife*-Videos algorithmisch erfolgreich?
- Welche Auswirkungen haben Social Media auf politische Grundhaltungen, Teilhabe und Demokratiefähigkeit von Bürger:innen?
- Statistiken (z.B.): Studien zu Algorithmus-Effekten: Popularity Bias, Filterblase und zur politischen Sozialisation junger Menschen in digitalen Medien.



Eingangsstatement:

Kernargumente:

Statistiken (zur Untermauerung der Aussagen):

Konkrete Maßnahme (zur Minderung der Gefahren des *Tradwife*-Trends):

Rollenkarte: Schülerin

Name: **Lina Weber**

Alter: 15 Jahre

- TikTok-Addict,
- liebt die Ästhetik/ *cozy home*-Vibes der *Tradwives*.

Leitfragen:

- Wie viel Inszenierung steckt hinter den Clips?
- Wie erkennt man Werbung und Kooperationen?
- Welche Gefühle/Vergleiche lösen die Videos bei Jugendlichen aus?
- Statistiken (z.B.): Anzahl der Jugendlichen, die Social Media als Informationsquelle nutzen.



Eingangsstatement:

Kernargumente:

Statistiken (zur Untermauerung der Aussagen):

Konkrete Maßnahme (zur Minderung der Gefahren des *Tradwife*-Trends):

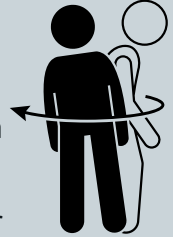
Stop & Swap



Hinter den Kulissen: *Tradwife*-Videos dekodieren

Tradwives Stop & Swap

1. Nehmen Sie eine Karte mit einer Frage zur *Tradwife*-Bewegung.
2. Stellen Sie Ihrem/Ihrer Partner:in diese Frage und hören Sie aufmerksam zu.
3. Beantworten Sie anschließend die Frage Ihres/Ihrer Partners/Partnerin präzise und fundiert.
4. Tauschen Sie die Karten und wiederholen Sie die Schritte 2–3 Mal mit einer neuen Person.



Evaluationsfragen, z.B.:

Welche Frage hielten Sie für die interessanteste?

Gab es eine Frage, die Sie nicht beantworten konnten?

Tradwives



Welche Relevanz besitzt die Ästhetik der 1950er Jahre für Inhalte über *Tradwives*?

Tradwives



Welche Rolle spielt Religion im Leben vieler *Tradwives*?

Tradwives



Welche zentralen Werte vertreten *Tradwives*?

Tradwives



Welche Kritik wird häufig an *Tradwives* gerichtet?

Stop & Swap

Tradwives



**Inwiefern hinterfragen
Tradwives feministische
Konzepte?**

Tradwives



**Welche Produktkategorien
bewerben Tradwives ?**

Tradwives



**Wie realistisch ist der
Lebensstil, den Tradwives
darstellen?**

Tradwives



**Inwiefern spiegelt der Tradwife-
Trend die Herausforderungen
des modernen Arbeitslebens?**

Tradwives



**Welche potenziellen Gefahren
sind mit dem Tradwife-Trend
verbunden?**

Tradwives



**Welche finanziellen Gefahren
bestehen für Tradwives?**

Stop & Swap

Tradwives



Wie vereinbaren *Tradwives* traditionelle Rollen mit modernem Unternehmertum?

Tradwives



Was halten Sie persönlich von *Tradwives*?

Tradwives



Können Sie einen typischen Tag im Leben einer *Tradwife* beschreiben?

Tradwives



Welchen Einfluss üben *Tradwives* auf die Wahrnehmung von Geschlechterrollen aus?

Tradwives



Wie verwenden *Tradwives* Filmsprache, um ihre Botschaft zu unterstreichen?

Tradwives



Welche Emotionen oder Sehnsüchte wecken *Tradwives*?

Produktion einer Parodie

Eine Parodie ist eine satirische oder ironische Nachahmung eines bestehenden Werks, Stils oder Genres, die dessen typische Merkmale übertreibt oder verfremdet, um Lächerlichkeit, Kritik oder Humor zu erzeugen.

Aufgabe: Erstellen Sie ein satirisches Video (40 bis 60 Sek., z.B. Instagram-Reel, TikTok oder YouTube-Short), in dem Sie das *Tradwife*-Narrativ dekonstruieren.



Schritt-für-Schritt-Anleitung

1 Recherche und Brainstorming: Lesen Sie die Infoboxen 1 und 2 (M14). Erörtern Sie erste Ideen unter Verwendung der Planungsbox (M15).

2 Planen der Parodie: Nutzen Sie die Storyboard-Vorlage (M16). Skizzieren Sie 3-4 Einzelbilder, Dialoge/ Voice-Over und Filmsprache.

3 Üben: Üben Sie Ihre Parodie ein, indem Sie sich auf Vortragsweise, Mimik und Körpersprache konzentrieren.

4 Filmen: Lesen Sie „Filmen mit Mobilien Geräten“ (M18). Filmen Sie 2-3 Versuche.

5 Feedback: Überprüfen Sie Ihr Videomaterial und wählen Sie die beste Aufnahme aus. Tauschen Sie dieses Video mit einer anderen Gruppe und verwenden Sie die Checkliste (M19), um Feedback zu geben und zu erhalten.

6 Feinschliff und Präsentation: Sehen Sie sich Ihre Parodie ein letztes Mal an und pflegen Sie das Feedback Ihrer Mitschüler:innen ein (sofern die Zeit es zulässt). Präsentieren Sie Ihre Parodie im Unterricht.

Nützliche Formulierungen

- „Wo bleibt mein Abendessen, mein Schatz?“
- „Bitte reinige meine Schuhe für morgen – ich muss einen guten Eindruck hinterlassen.“
- „Eine gute Ehefrau äußert niemals Unzufriedenheit. Sie ist stets glücklich.“
- „Mach dir keine Sorgen um die Ausbildung, Liebling. Ich verdiene das Geld, während du für unser Zuhause sorgst.“

Sprüche des Ehemanns

Übertriebene Höflichkeit der Ehefrau

- „Ja, denn das ist der einzige Sinn meines Lebens.“
- „Wer benötigt schon Freiheit/Bildung/eine Karriere, wenn wir ... haben?“
- „Selbstverständlich sind deine Socken bedeutender als meine Träume.“
- „Folgen Sie mir für weitere interessante Tipps zu ...“ (etwas äußerst Langweiligem).

Ironie der Ehefrau

- „Selbstverständlich, Schatz!“
- „Wie könnte ich ohne... existieren?“

M19

Satire ist eine Kunstform, die durch Humor, Ironie, Übertreibung oder Spott gesellschaftliche Missstände, Personen oder Institutionen kritisiert und verspottet, oft mit dem Ziel, Besserung anzuregen.

Typische Mittel:

	Übertreibung	Ironie	Sarkasmus	Parodie
Definition	(= Hyperbel), eine Aussage wird bewusst übertrieben, um sie zu verstärken, emotional aufzuladen oder humorvoll wirken zu lassen	Gegenteil von dem, was gemeint ist, wird gesagt oder getan – oft subtil und humorvoll, um Kritik oder Spott zu vermitteln	schärfere, beißende Form der Ironie mit verletzendem Hohn oder Spott, die jemanden direkt bloßstellen oder lächerlich machen soll	verzerrende, übertreibende oder verspottende Nachahmung eines Werks, Genres oder Stils, bei der die äußere Form des Originals beibehalten, der Inhalt aber komisch verändert wird
Beispiel	Tradwife lächelt übermäßig und poliert dieselbe Tasse fünf Minuten.	Tradhusband arrangiert Blumen, während seine Frau ihm Anweisungen zum perfekten Falten von Servietten erteilt	„Toll, wie frei und mächtig sich Frauen fühlen, wenn sie den ganzen Tag nur den Mann bedienen – wer braucht schon Gleichberechtigung, wenn Unterwerfung so glamourös ist?“	Influencerin filmt sich in Schürze beim selbstgemachten Brotbacken und säuselt: „Nichts erfüllt mich mehr als den Haushalt zu versorgen – keine Karriere, nur pure Glückseligkeit!“

1 Einstellungsgröße und Kameraperspektive (siehe App TopShot):

- **Untersicht** > verleiht einer Person Macht (z. B. der Ehemann erscheint wie ein Superheld, wenn er Tee verlangt),
- **Aufsicht** > lässt eine Person schwach oder klein erscheinen (z. B. die Ehefrau wirkt winzig, während sie Möbel poliert),
- **Nah** > zeigt Gesicht oder Objekt klar und deutlich (z. B. ein übertriebenes Lächeln).

2 Montage & Schnitt:

- **Kamerafahrt**: z.B. Kamera folgt einer Person > erzeugt eine dramatische Wirkung,
- **Jump Cuts**: z.B. schnelle Schnitte derselben Handlung (z. B. Schrubben, Bügeln)
- **Standbild**: z.B. Bild wird angehalten > eignet sich für humorvolle Enden,
- **Hashtags**: z. B. #PerfekteEhefrau #SockenTräume #Staubkönigin,
- **Farbfilter**: z.B. schwarz-weiß (retro) oder pinker Glitzer.

3 Tongestaltung:

- **Soundeffekte**: z. B. Glitzergeräusche, wenn Geschirr glänzt,
- **Überdramatische Musik**: z.B. kleine Handlungen (Tee einschenken) wie eine Hollywood-Szene inszenieren.

Planungsbox

Gruppenmitglieder: _____



Arbeitstitel	
Protagonist:in	☐ tradwife ☐ tradhusband
Einsatz von Satire	
Einstellungsgrößen & Kamerawinkel	
Mise-en-Scène	
Montage & Schnitt	
Tongestaltung & Paraverbale Kommunikation	

Storyboard Vorlage



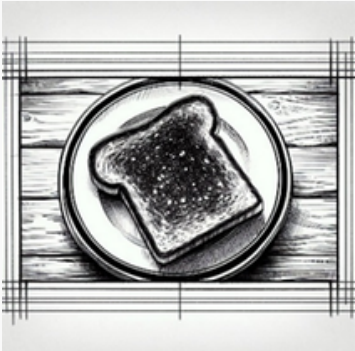
Gruppenmitglieder:



Einstellungs- skizze (jeweils 5-15 Sekunden)	Dialog/ Voice-over	Anmerkungen (z.B. zu filmsprachlichen Gestaltungsmitteln)

Storyboard Beispiel

Perfektes Tradwife-Frühstück

Einstellungs- skizze (jeweils 5-15 Sekunden)	Dialog/ Voice-over	Anmerkungen (z. B. zu filmsprachlichen Gestaltungsmitteln)
	„Guten Morgen, Follower! Heute präsentiere ich euch das ideale Frühstück.“	Selfie-Aufnahme, Hashtags auf dem Bildschirm (#PerfektesLeben#Einfach Toast)
	„Dieses kulinarische Meisterwerk hat mich drei Stunden gekostet.“	Einstellungsgröße: Groß oder Detail, Kameraperspektive: Top Shot oder Vogelperspektive, dramatische Geigenmusik
	Ehemann: „Liebling, ist das alles? Wo bleibt der frische Orangensaft?“	Aufnahmen des Ehemanns aus einer Untersicht oder Froschperspektive, um ihn dominant erscheinen zu lassen
	„Eigentlich träume ich davon, DJ auf Ibiza zu werden. Auf Wiedersehen, traditionelles Leben!“	Standbild, Musikwechsel zu Techno-Beat

Vorbereitung

- Reinigen Sie die Linse vor der Aufnahme mit einem weichen Tuch.
- Laden Sie den Akku auf oder nutzen Sie eine externe Powerbank.
- Aktivieren Sie den Flugmodus, um zu verhindern, dass Benachrichtigungstöne oder Anrufe die Aufnahme stören.

Kamera



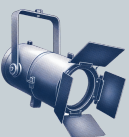
- Halten Sie das Gerät stabil, indem Sie ein Stativ oder einen Gimbal verwenden, es auf einer festen Oberfläche wie Tischen, Stühlen oder Regalen platzieren oder es mit beiden Händen so nah wie möglich an Ihrem Körper halten, während Sie Ihre Ellbogen auf einem Tisch oder einer ähnlichen Fläche abstützen.
- Vermeiden Sie die Nutzung von digitalem Zoom; nähern Sie sich stattdessen physisch Ihrem Motiv, um eine optimale Bildqualität zu gewährleisten.
- Sie können Kamerabewegungen auf einem Bürostuhl oder einem Skateboard aufnehmen; führen Sie eine Körper- oder Hüftbewegung aus, anstatt Ihre Arme zu bewegen.
- Vermeiden Sie hektische Bewegungen; denken Sie eher wie ein/e Fotograf:in.
- Filmen Sie im Querformat, um Aufnahmen zu erstellen, die für Breitbildleinwände geeignet sind (Ausnahme: Hochformat für soziale Medien).
- Nutzen Sie das Display, um die Bildkomposition im Voraus zu überprüfen. Beachten Sie jedoch, dass die endgültige Aufnahme das Bild möglicherweise leicht zuschneidet.
- Belichtung und Fokus manuell anpassen (z. B. auf dem iPad durch 2-3 Sekunden langes Drücken auf das Hauptmotiv).
- Drehen Sie jede Einstellung für mindestens 10 Sekunden.

Audio



- Drehen Sie Ihr Video an einem ruhigen Ort, idealerweise in geschlossenen Räumen, mit minimalen Umgebungsgeräuschen.
- Erwägen Sie den Einsatz eines externen Mikrofons (z. B. eines zweiten Tablets oder des Mikrofons von kabelgebundenen Kopfhörern) für eine klarere Audioaufnahme. Alternativ können Sie eine Decke oder Jacke als Schalldämmung nutzen, um die Geräuschkulisse zu minimieren.

Licht



- Filmen Sie in gut beleuchteten Umgebungen, idealerweise bei natürlichem Licht oder gleichmäßiger künstlicher Beleuchtung; vermeiden Sie starkes Gegenlicht oder direkte Lichtquellen, die in die Linse strahlen.
- Verwenden Sie einen weißen Karton oder eine Tapetenrolle als Reflektor, um auch die von der Lampe oder Sonne abgewandte Seite der Person zu beleuchten.

Checkliste

Ihr Name: _____ Bewertete Gruppe: _____

Kriterien		
1 Satire & Humour	Der Gebrauch von Übertreibung , Ironie und/oder Sarkasmus ist klar und amüsant.	☆☆☆☆☆
	Parodie : Der Stil von Tradwife-Influencerinnen wird auf humorvolle und kritische Weise imitiert.	☆☆☆☆☆
	Die Erzählung ist einfallsreich und einzigartig .	☆☆☆☆☆
	Satirische Wendung ist klar; die Botschaft über <i>Tradwives</i> ist eindeutig.	☆☆☆☆☆
2 Sprache	Verwendung von klarer und flüssiger Sprache.	☆☆☆☆☆
	Die Sprache ist korrekt (Grammatik, Wortwahl und Aussprache).	☆☆☆☆☆
3 Darstellung	Die Darsteller:innen sprechen laut und deutlich .	☆☆☆☆☆
	Sie verwenden angemessene Mimik und Gestik .	☆☆☆☆☆
4 Filmsprachliche Mittel	Verschiedene, sorgfältig durchdachte Einstellungsgrößen und Kameraperspektiven werden benutzt.	☆☆☆☆☆
	Zur Verstärkung der Parodie kommen verschiedene filmsprachliche Mittel zum Einsatz.	☆☆☆☆☆
	Es werden verschiedene Montagetechniken verwendet, die die Aussageabsicht unterstreichen.	☆☆☆☆☆
	Der Ton wirkt unterstützend.	☆☆☆☆☆
5 Länge	Die Parodie hat eine Dauer von 40-60 Sek. und umfasst 4 Einstellungen .	☆☆☆☆☆

Checkliste

Was ich am meisten an der Parodie mag:

Eine Sache, die die Gruppe verbessern könnte:

Weitere Kommentare:

M1: Reverse Prompting

2 Auswertung der Prompts

Typische Tradwife. KI-generiertes Bild mit Nano banana (Google/Gemini) . **Prompt: „Erstelle ein Bild einer typischen Tradwife“** (23.03.2026).

3 Vom KI-Bild zum Video

Definition von Tradwife:

Kurzform für engl. *traditional wife*: verheiratete Frau, die bewusst ein traditionelles Ehe- und Geschlechterrollenmodell lebt und dieses häufig in sozialen Medien inszeniert und bewirbt.

N.B.: Paradox:

Tradwives inszenieren sich als „Hausfrau ohne Job“, aber in Wirklichkeit arbeiten sie oft als Influencerinnen. Sie generieren ein Einkommen durch die Produktion von Videos, verkaufen Produkte und bauen eine Marke um ihr Privatleben auf. Man könnte also auch definieren: **Tradwives: Frauen, die so tun als hätten sie keinen Beruf, aber in Wirklichkeit als Influencerinnen arbeiten.**



M2: Abschlussreflexion Video 1

- Insgesamt wirkt Video 1 eher ruhig, geordnet und bewusst inszeniert. Die Szenen zeigen einen klaren, kontrollierten Alltag in aufgeräumten, hellen Räumen, mit sorgfältig präsentierten Koch- und Haushaltsarbeiten und ohne Eile oder Chaos.
- Am effektivsten sind die ästhetische Bildgestaltung und die Zuspitzung der Alltagsrolle, makellose Wohnumgebungen, schöne, feminine Kleidung sowie der bewusst überspitzte, teils provokante Sprachstil, der Aufmerksamkeit erzeugt.
- Die Creatorin nimmt für ihre Follower:innen eine inszenierte Vorbildfunktion ein, aber mit ironischer Distanz. Sie präsentiert sich als *Stay-at-home-girlfriend*, betont aber zugleich, dass vieles extrem und bewusst überzogen dargestellt ist und dass sie bewusst mit Sprache und Rollenbildern spielt.
- Die Zielgruppe sind vor allem junge Frauen, die sich für Lifestyle, Familie und Tradwife-Content interessieren. Zugleich spricht der Content auch Menschen an, die ästhetische, polarisierende oder bewusst provokante Social-Media-Videos konsumieren.

M2: Videos 2&3: Vertiefende Analyse

Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen den drei Videos

- **Setting:** Alle drei Videos arbeiten mit heller, ästhetischer Ausleuchtung, aufgeräumten Settings und starker Inszenierung; **Video 1:** urbanes, helles Wohnambiente und Urlaubsatmosphäre (Mallorca); **Video 2:** ländliche Farm (Utah), Pioneer-Look des 18. Jahrhunderts, stärkerer Fokus auf Kindern; **Video 3:** stark 1950er-Jahre-homemaker-orientiert, pastel Küche, Vintage-Style.
- **Rolle von Kleidung, Frisur und Make-up:** Bei allen drei Creatorinnen sind Kleidung, Frisur und Make-up zentraler Teil der Inszenierung: idealisierte Weiblichkeit, gepflegt und ästhetisch, niemals „alltagslässig“; **Video 1:** aufreizende Kleider, betont: „Ich mache mich hübsch für ihn“; **Video 2:** Jeanslatzhose und Schürze, „natürliches“ Make-up (in anderen Videos stark stilisiert im 19. Jahrhundert-/Pioneer-Look); **Video 3:** 1950er-Jahre-stilisierte Kleider, Pastelltöne, sehr aufwendige Frisur und Make-up; Styling unterstützt das *Vintage-Homemaker-Image*.
- **Inszenierung: Vorbild oder Alltagsfigur:** Freundlicher, zugewandter Ton in allen drei Videos; **Video 1:** inszenierte Vorbildfigur mit ironischer Distanz; präsentiert den Alltag als *Stay-at-home-Girlfriend*, aber ironisch, bewusst überspitzt und mit humorvoller Distanz; **Video 2:** vor allem als Alltagsfigur mit Vorbildcharakter: sie zeigt „echten“ Farmalltag mit Kindern, Kochen, *Homesteading*, aber stark idealisiert, Ton: ruhig, besinnlich, fast erzählerisch; **Video 3:** klarer als Vorbild und Lehrfigur: Creatorin erklärt, wie man *Tradwife* sein soll, ideologischer Ton, der allerdings im gezeigten Video nicht deutlich wird (in anderen Videos spricht sie explizit zu jungen Frauen, gibt Ratschläge zu Ehe, Unterordnung, Hausfrau-Sein), direktere Kommunikation mit den Zuschauenden.



- **Angesprochene oder verstärkte Emotionen:** Alle drei Videos wecken Sehnsucht nach Sicherheit, Harmonie und einer „heilen Welt“. In Videos 2&3 kommt zusätzlich das Gefühl der Rückbesinnung an vergangene Zeiten hinzu – ein Motiv, das in einer Zeit voller Unsicherheiten und Konflikte besonders wirksam ist. Die ästhetische Gestaltung der Tradwife-Videos wirkt insgesamt beruhigend und führt zu einem Gefühl von Entspannung und Entschleunigung.
- **Zielgruppe:** Gemeinsamer Adressatenkreis: vor allem junge Frauen und junge Erwachsene, die Social Media intensiv nutzen, Interesse an Lifestyle, Familie, Ästhetik und traditionellen Rollenbildern haben; **Video 1:** junge, städtische TikTok-/Instagram-Nutzer:innen, die humorvollen, provokanten, ästhetischen Content mögen; erkennbar an kurzen, trendigen Clips, humorvoller Sprache, urbanem Setting; **Video 2:** Menschen, die sich für *Homesteading*, *Slow Living*, Familie, Natur interessieren; **Video 3:** eher konservativ bzw. religiös interessierte Nutzer:innen, die an expliziten traditionellen Geschlechterrollen, „biblischem Frausein“ und moralischen Ratschlägen interessiert sind.
- **Ausgesparte oder bewusst nicht gezeigte Aspekte:** Die Inszenierung der Videos wird nicht gezeigt; Zuschauer:innen sehen keine Kameras, keine Filmteams, keine Pausen, keine Fehler; außerdem werden konflikthafte, stressige oder negative Aspekte des Alltags weitgehend ausgeblendet; **Video 1:** die wirtschaftliche Seite (Marketing-Agentur) wird nicht thematisiert; **Video 2:** extreme finanzielle Privilegierung der Creatorin wird nicht thematisiert; die Farm-Küche wirkt bescheiden, ist aber luxuriös; **Video 3:** Machtungleichheit, mögliche Abhängigkeiten, psychische Belastungen durch Unterordnung und fehlende berufliche Autonomie werden nicht thematisiert.



M4: Video 1: Erster Eindruck

Was zuerst auffällt:

- Bilder: Hochästhetisch gefilmte Hausfrauen-routine: perfekte Ordnung, hübsch geschminkte Influencerin beim Aufräumen, Kochen/Backen; warme Farben,
- Musik: Sanfte, romantische, *upbeat* Melodie,
- Stimmung: Harmonisch-glücklich, romantisch-idealisiert („alles für ihn“).

Gefühle:

Das Video löst primär positive Gefühle aus: Behaglichkeit, Wohlgefühl, scheinbar perfektes, stressfreies Leben.

Atmosphäre:

Die Atmosphäre wirkt warm, einladend und entrückt – wie ein moderner Werbespot für 1950er-Hausfrauenidylle. Perfektion (saubere Wohnung, glückliche Hausfrau) schafft Sehnsucht nach Einfachheit.

Überholspur: C. Tolstik

Carolina Tolstik, bekannt als @xmalischka, ist eine 27-jährige Influencerin ukrainischer Herkunft aus Dortmund, die seit Aufgabe ihres Berufs als Grundschullehrerin auf Mallorca lebt.

Sie versteht sich nicht explizit als Tradwife, sondern eher als *Stay-at-home-girl* oder Hausfrau mit eigenem, feministischem Ansatz. Sie betont, dass ihre Lebensweise eine freiwillige Entscheidung ist und nicht einem 1950-er-Klischee folgt. Für sie gehört zu Feminismus, dass jede Wahl respektiert wird – einschließlich der Entscheidung, Hausfrau zu sein. Ihre Videos sind humorvoll und überspitzt angelegt und zielen laut ihrer eigenen Aussage vor allem auf Unterhaltung, nicht auf dogmatische Missionierung. Ihr Ziel ist es, Hausfrauen sichtbar zu machen und gleichzeitig als Content-Creatorin finanziell unabhängig von ihrem Ehemann zu leben.



Filmsprache (<u>Video 1</u>)	Wirkungsabsicht 
1 Einstellungsgröße & Kameraperspektive • Einstellungsgröße: Halbtotale (in beiden Stills) • Kameraperspektive: Still 1: leichte Untersicht, Still 2: leichte Aufsicht • Bewegungen im Bild: z. B. Gehen aus dem Bild heraus, Fegen des Balkons • Kameraschwenk über den Frühstückstisch, die Pfanne und die Törtchen • keine direkte Ansprache	> Influencerin wird mit Blick auf ihre häusliche Umgebung eingefangen (sorgt für Vertrautheit) > Untersicht macht sie zur „starken Frau,“; durch die leichte Aufsicht wird das Meer deutlich sichtbar > machen das Video lebendig, aktiv und dynamisch und lenken den Blick gezielt auf typische Hausarbeits- und Alltagsszenen und betonen so das <i>Tradwife</i>-Ideal > wirkt authentischer, da das Publikum eher „mit- als „anschaut“
2 Mise-en-Scène • makellostes, modern und hochwertig eingerichtetes Apartment (?) • trotz der vielen Aktivitäten wirkt die Küche sauber und aufgeräumt • natürliches Sonnenlicht • helle Farben: gelb, beige (Sofa, Boden, Arbeitsfläche) • Rot-Rosa Akzente (Schrift „als Hausfrau“, Wandbild: geöffnete Lippen, Schuhe): Kleidung, Blumen, Schminke • Aussehen: acht verschiedene Outfits (zumeist elegant und weiblich) und Make-up (z.B. rot lackierte Fingernägel, Rouge), offene, lange Haare	> wirkt geordnet und kontrolliert, signalisiert Wohlstand und ein privilegiertes Lebensmodell; kann das Setting erstrebenswert, aber auch inszeniert erscheinen lassen > angenehmes Ambiente für Hausarbeit; Erledigung wirkt entspannt und leicht > warme, frische und einladende Ästhetik, „heile Hausfrauenwelt“ > wirken weich, feminin und romantisiert > erzeugt Abwechslung und visuelle Aufmerksamkeit, betont Weiblichkeit als wechselbares, performatives Rollenbild
3 Ton & Paraverbale Kommunikation • Eingängige, poppige und rhythmische Musik/ Trending Audio mit einem leichten, frechen Klang: <i>Made You Look</i> (Meghan Trainor); Audioverlinkung • Voice-Over synchron zur Handlung (z.B. „Zuerst mache ich mich hübsch für ihn, räume die Wohnung auf und bereite ihm schonmal das Frühstück“) • Keine natürlichen Geräusche, etwa beim Kochen, beim Einräumen des Geschirrs oder beim Fegen	> lebendige, aufmerksamkeitsstarke Wirkung, wirkt selbstbewusst, spielerisch und modern, überdeckt die natürlichen Geräusche (Rühren, Saugen) > schafft eine intime, persönliche Erzählsituation; Kochen und „sich hübsch machen“ als Ausdruck von Liebe, Fürsorge und Weiblichkeit > wirkt stärker ästhetisiert und inszeniert, weniger alltagsnah
4 Montage & Schnitt • Schnelle Schnitte (1–3 Sek.) und Jump Cuts: Schminken → Putzen → Kochen • Einstieg über Text-Overlay „Mein Alltag als Hausfrau“ als Hook, das Neugier auf die folgende Alltagsdarstellung erzeugt • Seamless Loop	> erzeugt Tempo & Dynamik (oder Hektik & Unruhe?) und kann den Alltag effizient, mühe-los und reizvoll erscheinen lassen > löst Erwartungen und Neugier aus, da es einen privaten, persönlichen Alltag verspricht > erhöht Wiedergabedauer und signalisiert dem Algorithmus hohe Relevanz

M5: Video 2: Erster Eindruck

Was zuerst auffällt:

Warme, herbstliche Ästhetik : Goldene Doughnuts im heißen Öl, rustikale Farmküche, sanfte Folk- oder Country-Musik unterlegt die ruhigen Bewegungen; die Stimmung ist einladend, nostalgisch und perfekt inszeniert.

Gefühle:

Das Video weckt Hunger, Geborgenheit und Sehnsucht nach einfachem, selbstgemachtem Herbstglück – ein Gefühl von Erfüllung durch Hausarbeit, Familie und Natur. Kritisch betrachtet kann auch Unbehagen über die unrealistische Perfektion entstehen.

Atmosphäre:

Idyllische Harmonie, gemütlich, authentisch-farmig, fraulich-erfüllt.

Überholspur: H. Neeleman

Hannah Neeleman ist eine amerikanische Influencerin und Unternehmerin. Sie war professionelle Ballerina, wobei sie ihr Studium durch die Teilnahme an Schönheitswettbewerben finanzierte. Sie heiratete Daniel Neeleman, dessen Vater ein Milliardär und Besitzer mehrerer Fluggesellschaften ist. Mit ihrer Familie lebte sie zunächst in São Paulo, Brasilien. Dort entdeckte sie ihre Leidenschaft für die Landwirtschaft. Im Anschluss kehrte sie nach Utah zurück, erwarb mit ihrem Mann eine 133 Hektar große Farm und begann, ihr Leben unter dem Namen *Ballerina Farm* in den sozialen Medien zu dokumentieren. Die Farm und ihre Social-Media-Präsenz zeigen ihr Familienleben, die Arbeit auf dem Bauernhof und den Hausunterricht ihrer Kinder. Sie vertreibt auch landwirtschaftliche Produkte wie Fleisch, Milchprodukte und Backwaren.

Neeleman wird zwar in vielen Medien als Gesicht der *Tradwife*-Bewegung beschrieben, lehnt diese Bezeichnung selber jedoch ab.

M6: Video 3: Erster Eindruck

Was zuerst auffällt:

Retro-feminine Ästhetik: E. Williams in fließendem Kleid, Kochen/Putzen mit perfektem Make-up; sonnige Küche, frische Zutaten. Sanfte, fröhliche Folk-Musik; Stimmung ist harmonisch, erfüllt und nostalgisch.

Gefühle:

Das Reel weckt Sehnsucht nach Einfachheit, Stolz auf Hausarbeit und Geborgenheit in traditionellen Rollen – evtl. mit Bewunderung für Disziplin. Kritisch: Frustration über unrealistische Perfektion und Unterordnung.

Atmosphäre:

Warm-gemütlich, fraulich-glücklich und bewusst anti-karrieristisch und nostalgisch.

Überholspur: E. Williams

Estee Williams ist eine prominente Tradwife, die für ihren Lebensstil bekannt ist, der auf traditionellen Geschlechterrollen, Hausarbeit und biblischer Unterordnung basiert. Sie teilt ihren Alltag mit Hausarbeit, Kochen, Putzen und der Einhaltung konservativer Werte auf Social-Media-Plattformen wie TikTok und Instagram, wo sie eine beträchtliche Anhängerschaft aufgebaut hat. Ihre Geschichte verdeutlicht ihre bewusste Entscheidung für ein „einfaches Leben“, in dessen Mittelpunkt ihre Rolle als engagierte Hausfrau steht, die Familie und Ehe über die Karriere stellt. Williams spricht offen über Praktiken wie das Fragen ihres Mannes um Erlaubnis, bevor sie das Haus verlässt, und das Vermeiden, nach Einbruch der Dunkelheit allein unterwegs zu sein. Dies spiegelt ihren starken Fokus auf traditionelle Ehedynamiken und Unterordnung im christlichen Kontext wider.

Williams lässt sich von der Ästhetik der 1950er-Jahre inspirieren, einschließlich Vintage-Kleidern und -Frisuren. Sie sieht sich als Repräsentantin einer wachsenden Subkultur von Millennial- und Gen-Z-Frauen, die Erfüllung und Identität in der Rolle der traditionellen Hausfrau finden, die eng mit konservativer Politik und christlichen Werten verknüpft ist.



Filmsprache (Video 2)	Wirkungsabsicht 
1 Einstellungsgröße & Kameraperspektive	> stellt die Creatorin in einem häuslichen Umfeld wie im realen Leben dar, was ein Gefühl von Vertrautheit und Identifikation hervorruft > offenbart ein durchdacht gestaltetes Wohnambiente; Wandbild trägt zur Markeninszenierung von @ballerinafarm bei
2 Mise-en-Scène	> gemütliche Atmosphäre; Einrichtung wirkt einfach, ist aber z. T. luxuriös (Herd als Symbol von traditionellen Weiblichkeit kostet rund 20.000 €) > bewusste „In-Szene-Setzung“ zur Schaffung idealisierter Darstellungen von Häuslichkeit; Gegenstände werden als Teil eines erstrebenswerten Lebensstils dargestellt, um Kaufinteresse zu fördern > signalisiert, dass der Haushalt „im Griff“ ist; erzeugt ein Idealbild von Familie und Zuhause > schafft eine behagliche, heimelige Atmosphäre und weckt die Nostalgie nach einer „einfacheren“, vergangenen Epoche > Hybrid-Image: traditionelle Hausfrau (Schürze) und arbeitende Farmerin (Latzhose); in anderen Videos trägt sie lange, schlichte Kleider oder Röcke im Pioneer-Look des 19. Jahrhunderts > vermittelt Natürlichkeit und mühelose Schönheit ohne den Eindruck starker Schminke
3 Ton & Paraverbale Kommunikation	> vermittelt Gelassenheit und Souveränität sowie Wärme, Fürsorglichkeit und Intimität > erzeugt Vertrautheit, Authentizität und Alltagsnähe; durch den persönlichen Sprechertext wird die Kochanleitung emotional aufgeladen und als familiäres Ritual dargestellt > wirkt stärker ästhetisiert und inszeniert; weniger alltagsnah
4 Montage & Schnitt	> erzeugt Dynamik und hält die Aufmerksamkeit aufrecht; Alltag als effizient, mühelos und ästhetisch inszeniert > erhöht das Tempo, spart Langeweile aus und lässt den Alltag verdichtet wirken; erzeugt Tempo & Dynamik (oder Hektik & Unruhe?) > erhöht die Wiedergabedauer und signalisiert dem Algorithmus hohe Relevanz.

Filmsprache (<u>Video 3</u>)	Wirkungsabsicht 
1 Einstellungsgröße & Kameraperspektive • Einstellungsgröße: Nah und Amerikanische Aufnahme der Creatorin • Kameraperspektive: Normalsicht und leichte Untersicht • Creatorin lächelt in die Kamera und spielt mit ihr, etwa beim Schminken oder Ausräumen der Spülmaschine, Zeigen des Essens • viele Bewegungen im Bild (Hausarbeit, „Kreiseln“ mit Ehemann)	> Gefühl von Vertrautheit und Nahbarkeit (im Video werden zusätzlich Halbtotale verwendet um häusliches Umfeld zu zeigen) > lässt sie nahbar und kompetent wirken > erzeugt Intimität und Authentizität; lässt den Alltag als nahbar und mühelos erscheinen > erzeugen Lebendigkeit, Dynamik und den Eindruck eines aktiven, geschäftigen Alltags
2 Mise-en-Scène • sauberes, makellos gepflegtes und sorgfältig gestaltetes Zuhause mit ordentlichen und einladenden Innenräumen • farblich abgestimmte und sorgfältig angeordnete Requisiten: Küchenutensilien wie die türkisfarbene Mikrowelle und Pfannenwender harmonieren mit dem Türkis des Kleides • sanftes, natürliches Licht strömt durch das Fenster • Kleid im Vintage-Stil mit pastellfarbenem Blumenmuster (inklusive passender Schürze) sowie <i>Colour-Branding</i> (Retro-Farbpalette) • sorgfältig frisiertes Haar, roter Lippenstift, dicker schwarzer Eyeliner und Ohrringe	> signalisiert, dass der Haushalt „im Griff“ ist; angenehme und behagliche Atmosphäre als erstrebenswertes Idealbild > detailliert geplante, bewusste Inszenierung einer heimeligen Atmosphäre und eines idealisierten Häuslichkeitsbildes > schafft eine behagliche, heimelige Atmosphäre > feminine Bekleidung, wobei die Schürze für Häuslichkeit steht; weckt die Nostalgie nach einer einfacheren, vergangenen Zeit > stark inszenierte, selbstbewusste Weiblichkeitsdarstellung; nostalgische, individuelle und bewusst inszenierte Ästhetik im Vintage-Stil, der an die 1950/60er Jahre erinnert
3 Ton & Paraverbale Kommunikation • Musik: <i>Summer Day</i> von Timtaj, melodisch, <i>upbeat</i> und <i>feel-good</i>-orientierte Instrumentalmusik • keine natürlichen Geräusche (z.B. im Supermarkt oder beim Staubsaugen)	> erzeugt eine warme, optimistische und sommerliche Stimmung; inszeniert den Alltag heiter, leicht und emotional ansprechend > wirkt stärker ästhetisiert und inszeniert; weniger alltagsnah
4 Montage & Schnitt • eher zügig bis mittelschnell geschnitten mit Jump Cuts • Overlays: Text, z. B. „I do a full face of make up and wear house dresses daily“, „I try and do 1-2 loads of laundry a day so I don't get behind“ • „TikTok“-Logo, Schriftzug „TikTok“ und Kanalname „@esteecewilliams“ • Seamless Loop	> erzeugt Tempo & Dynamik (oder Hektik & Unruhe?) und kann den Alltag effizient, mühelos und reizvoll erscheinen lassen > Alltagsroutine wird als disziplinierte, erstrebenswerte und persönliche Lebensform dargestellt > unterstützt Plattformzugehörigkeit, Markenbildung, Wiedererkennbarkeit und eine professionell kuratierte Selbstinszenierung > erhöht die Wiedergabedauer und signalisiert dem Algorithmus hohe Relevanz.

M7 Tradwife-Narrative

Verzernte Realität vs. Authentizität

Die analysierten Videos vermitteln ein stark idealisiertes Bild häuslicher Arbeit und verschleiern deren tatsächlichen Aufwand:

- **Zeitintensive Tätigkeiten:** Aufwendige Essenszubereitung (Video 1: Frühstücks- und Mittagsvorbereitung; Video 2: traditionelles Backen) sowie parallele Kinderbetreuung und Hausarbeit werden gezeigt, jedoch ohne sichtbare Belastung.
- **Ästhetisierte Arbeitsumgebung:** Trotz intensiver Tätigkeiten bleibt die Küche durchgehend sauber, aufgeräumt und visuell ansprechend inszeniert (Videos 1–3). Dadurch entsteht der Eindruck, Hausarbeit sei mühelos und problemlos zu bewältigen.
- **Inszenierte Weiblichkeit und Freizeit:** Es wird Zeit für sorgfältiges Make-up und feminin-stilisierte, für Hausarbeit teils unpraktische Kleidung suggeriert (v. a. Videos 1 und 3). In Video 2 wird H. Neeleman („Mrs. America 2023“) als scheinbar natürliche „Naturschönheit“ dargestellt. Ergänzend zeigen die Videos Momente von Muße und Entspannung (z. B. Balkon-Szene in Video 1, spielerische Familienszenen in Video 2, Bad am Ende von Video 3).
- **Ausblendung von Belastungen:** Negative Aspekte des *Homemaking* bleiben weitgehend unsichtbar. Tätigkeiten erscheinen leicht, freudvoll und ohne Erschöpfung. Herausforderungen wie finanzielle Abhängigkeit, körperliche und mentale Belastung, Stress, Langeweile oder soziale Isolation werden nicht thematisiert. Medienberichte deuten jedoch auf gegenteilige Erfahrungen hin (vgl. Theilen 2024: Laut Aussagen aus dem Umfeld von H. Neeleman kommt es phasenweise zu starker Erschöpfung).

Fazit:

Das selektive und stark inszenierte Storytelling erzeugt die Illusion eines nahezu märchenhaften, idealisierten Alltags. Die Videos fungieren weniger als authentische Einblicke denn als ästhetisierte Idealbilder, die gezielt auf Aufmerksamkeit und Viralität ausgerichtet sind.

Emotionale Manipulation:

Emotionen und parasoziale Beziehung bei Tradwife-Influencerinnen:

- **Dominante Emotionen:** Die Videos lösen Gefühle von Geborgenheit, Harmonie und Nostalgie aus (Videos 2&3); durch ästhetisch inszenierte Szenen (perfekte Küche, liebevoll zubereitete Mahlzeiten, harmonische Familienmomente) entsteht der Eindruck einer „heilen Welt“, die Sehnsüchte nach Einfachheit und klaren Rollen anspricht.



(KI-generierte Infografik, erstellt mit notebookLM, 2026)

- **Identifikation und Bewunderung:** Die Influencerinnen wirken nahbar und authentisch, sodass Zuschauende das Gefühl entwickeln „Das will ich auch“; der Lifestyle erscheint als besonders erfüllend, während Belastungen bewusst ausgeblendet werden.
- **Aufbau parasozialer Beziehungen:** Durch private Einblicke, direkte Ansprache, emotionale Sprache und Interaktionen (Kommentieren, Liken) erscheinen die Influencerinnen als persönliche Bezugspersonen und erzeugen das Gefühl von Nähe – obwohl die Beziehung einseitig bleibt.
- **Wirkung der emotionalen Bindung:** Follower:innen hinterfragen Inhalte seltener und lassen sich leichter in Lebensentwürfen, Rollenbildern und Konsumentscheidungen beeinflussen; die Inszenierung von „Natürlichkeit“, häuslicher Wärme und scheinbar freiwilliger Hingabe verstärkt diese Wirkung zusätzlich.



Geschlechterrollen:

Inszenierung weiblicher Rollenbilder: Frauen werden überwiegend als fürsorglich, dekorativ und dienend dargestellt, mit starkem Fokus auf die Bedürfnisse des Ehemanns. In Video 1 formuliert die Creatorin etwa: „Zuerst mache ich mich schön für ihn“, „Ich bereite ihm das Frühstück zu“ oder „Ich überlege, was ich für ihn backen kann“ („Alles für meinen Prinzen“). Gleichzeitig relativiert sie diese Darstellung, indem sie ihre Inhalte als überspitzt und humorvoll beschreibt und auf ihre finanzielle Unabhängigkeit sowie ihre Tätigkeit als Influencerin verweist (vgl. Jordan 2024).

- **Inszenierung männlicher Rollenbilder:** Männer erscheinen primär als Versorger, die von der Erwerbsarbeit nach Hause kommen und dort umsorgt werden (z. B. Ehemann in Video 2 beim Servieren der Doughnuts; Verabschiedung zur Arbeit in Video 3). Aspekte partnerschaftlicher Aufgabenteilung oder Gleichberechtigung bleiben weitgehend unsichtbar; alternative Lebensentwürfe für Frauen werden nicht thematisiert.
- **Choice-Feminismus:** Einige Influencerinnen (z. B. C. Tolstik in Video 1 durch Hashtags wie #emanzipation, #feminismus, #gleichberechtigung) rahmen ihre Lebensweise als bewusste, selbstbestimmte Entscheidung. Gleichberechtigung wird dabei vor allem als individuelle Wahlfreiheit interpretiert. Neeleman betont zudem, sich nicht als „traditionelle Frau“ zu verstehen, und beschreibt die Beziehung zu ihrem Ehemann als partnerschaftlich („Co-CEO“ statt „Oberhaupt der Familie“, vgl. Theilen 2024).
- **Antifeministische Positionen:** Demgegenüber vertritt E. Williams (Video 3) eine explizit kritische Haltung gegenüber modernem Feminismus (vgl. Solé 2023). Ihr Selbstbild basiert auf Unterordnung, Dienst am Ehemann und der Rückkehr zu klassischen Geschlechterrollen.

Monetarisierung:

Grundsätzlich generieren Influencer:innen Einnahmen auf unterschiedliche Weise:

- **Plattformprogramme:** Auf Plattformen wie YouTube werden vor oder in den Beiträgen Werbeeinblendungen ausgespielt; TikTok zahlt im *Creator Rewards* Programm je nach Anzahl der Aufrufe und Qualität eines Videos.
- **Affiliate-Marketing:** Produkte und Dienstleistungen werden über spezielle Links beworben. Die Zahlung erfolgt entweder pro Klick (PPC) oder pro Verkauf (CPA) als Provision.
- **Gesponserte Beiträge:** Unternehmen zahlen dafür, dass ein bestimmtes Produkt oder eine Dienstleistung in einem Beitrag genannt wird.
- **Markenkooperationen:** Influencer:innen verweisen auf ihrer Seite auf eine Marke oder Dienstleistung bzw. integrieren die Produkte als *Product Placement* direkt in ihre Inhalte.
- **Merchandise:** Influencer:innen verkaufen eigene Produkte oder komplette Kollektionen über eigene Kanäle oder in Zusammenarbeit mit Partner:innen.

Die Infografik gibt einen Überblick darüber, wie viel Umsatz Influencer:innen auf Instagram gemacht haben:



Quelle: INFLZR Magazin: So viel kannst du als Influencer:in verdienen, auf: <https://www.inflzr.de/infografik-so-viel-kannst-du-als-influencerin-verdienen/> (Zugriff: 27.04.2026).



Die Infografik basiert auf einer Erhebung der Private Hochschule Göttingen (2018-2022) und gibt durchschnittliche Verdienst-Richtwerte nach Follower-Kategorien an. Die Angaben sind damit als orientierende, branchenbasierte Schätzwerte zu verstehen, nicht als exakt repräsentative amtliche Statistik.

Die nachfolgenden Fallbeispiele aus Videos 1-3 illustrieren, wie *Tradwife*-Influencerinnen durch unterschiedliche Geschäftsmodelle ihre Reichweite in Einkommen umwandeln. Dabei zeigt sich eine deutliche Differenzierung zwischen klassischem Affiliate-Marketing, eigenem E-Commerce und netzwerkbasierten Strategien.

Video 1: Wissensvermittlung & Beratung

- **Reichweite:** Instagram: 28.400 Follower; TikTok: 26.500 Follower (Stand: 27.05.2026),
- **Affiliate-Marketing:** Direkte Monetarisierung durch Amazon-Affiliate-Link für eigene Publikation (Buch „Die Kraft der Weiblichkeit“).
- **Dienstleistungen:** Erweiterung des Geschäftsmodells durch ein eigenes Beratungsunternehmen (Viral University), das Expertise im Bereich Social Media vermarktet.

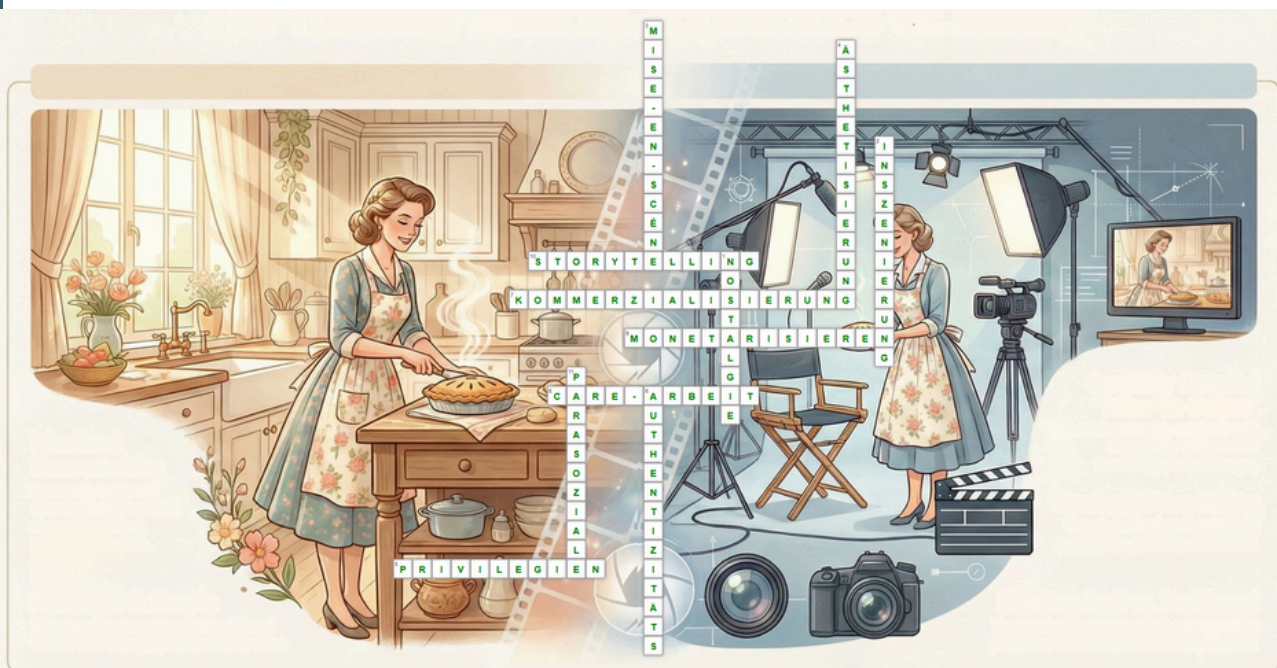
Video 2: E-Commerce & Eigenmarken

- **Reichweite:** Instagram : 10,4 Mio. Follower; TikTok: 10,5 Mio. Follower (Stand: 27.05.2026),
- **Plattform-Einnahmen:** Signifikante monatliche Erträge durch Plattform-Engagement (geschätzt ca. 28.700 bis 39.400 US-Dollar allein via Instagram; Quelle: *HypeAuditor*),
- **Direktvertrieb eigener Produkte** (*Ballerina Farm*): Portfolio umfasst landwirtschaftliche Erzeugnisse, Küchenutensilien und Lifestyle-Artikel; geschätzter Firmenwert im Millionenbereich (Welt 2024).

Video 3: Netzwerk-Professionalisierung & Affiliate-Marketing

- **Reichweite:** Instagram: 108.000 Follower; TikTok: 197.600 Follower (Stand: 27.05.2026),
- **Affiliate-Marketing:** z.B. gezielte Verlinkung von Hochzeits-Dienstleistern (Fotografen, DJs; 17.01.2023) und Produktempfehlungen (Mode, Bücher; 01.02.2024) in Instagram Beiträgen zur direkten Verlinkung kommerzieller Partner.

LearningApp „Kreuzworträtsel: Tradwife-Trend“



M8: Kritische Reflexion

1 Reflexion

Grundsätzlich ist es eine persönliche Entscheidung, zu Hause zu bleiben, um sich um Haushalt und Kinder zu kümmern. Problematisch am Tradwife-Trend ist jedoch, dass Tradwives sich als „Hausfrau ohne Job“ inszenieren, obwohl sie in Wirklichkeit häufig als Influencerinnen arbeiten (wie zuvor erläutert). Außerdem werden die negativen Auswirkungen des Trends häufig verdeckt oder verschwiegen: etwa die finanzielle Abhängigkeit vom Partner sowie der Einstieg in antifeministische und rechtspopulistische Ideologien, die traditionelle Rollenbilder und gesellschaftliche Homogenität verherrlicht. Auf diese negativen Folgen wird nachfolgend genauer eingegangen.

2 Filmstills

1: „Finanziell von einem Mann abhängig zu sein bedeutet nicht, dass du unfähig bist. Es zeigt vielmehr vollständiges Vertrauen in deinen Partner, dass er für dich sorgt.“

Bedürfnisse oder Gefühle, die angesprochen werden: Der Post spricht den Wunsch an, sich versorgt, geschätzt und von finanziellen Verantwortungen entlastet zu fühlen, vor allem bei Followerinnen, die sich überfordert von Geld- und Karrierefragen fühlen. Er wendet sich außerdem an das romantische Ideal vollständigen Vertrauens.

Warum die Inhalte problematisch sein können: Die Influencerin verpackt finanzielle Abhängigkeit als Tugend und Zeichen emotionaler Reife, nicht als Verletzlichkeit. Ihr Ziel ist es, ökonomische Unterordnung als stärkend und moralisch überlegen erscheinen zu lassen und damit die ungleichmäßige Machtverteilung, die sich ergibt, wenn ein Partner alle Ressourcen kontrolliert, in Beziehungen zu legitimieren. Dies kann Frauen in Beziehungen fesseln, in denen sie kaum Verhandlungsmacht besitzen oder sich nicht mehr aus eigener Kraft lösen können, insbesondere in Fällen von emotionalem, finanziellem oder körperlichem Missbrauch.

2 Spazieren durchs Deutsche Land

Bedürfnisse oder Gefühle, die angesprochen werden: Der Content wirkt zunächst apolitisch und spricht das Bedürfnis nach Entschleunigung (#entschleunigung) und Entspannung in der Natur an und wirkt wie ein Lifestyle-Beitrag.

Warum die Inhalte problematisch sein könnten: Bei genauerer Betrachtung lassen sich Anhaltspunkte für rechte Codes identifizieren (z.B. die Hashtags #deutschewälder, #deutscherwald, #germanforest, #germannature, #german und #germanhousewife, die Großschreibung von „Deutsch“, der Name Freya). Zudem erinnert die Schrift auf dem Filmstill an Frakturschrift, die in der rechten und neurechten Szene als stilistisches Identifikationsmerkmal genutzt wird und historisch mit Nationalsozialismus, nostalgischem Konservatismus sowie rechtspopulistischer Inszenierung assoziiert ist.

3 #femininenotfeminist

Der Hashtag #femininenotfeminist signalisiert eine bewusste Ablehnung des modernen Feminismus zugunsten von „traditioneller Weiblichkeit“. Influencerinnen wie E. Williams nutzen es, um zu argumentieren, dass Feminismus Frauen schade, weil er beruflichen Ehrgeiz und Unabhängigkeit fördere – auf Kosten von Familie, Schönheit und emotionaler Erfüllung.

Positionierung:

- **Gegen Feminismus:** Dieser wird als „giftig“, „vermännlichend“ und verantwortlich für Unzufriedenheit und gesellschaftlichen Niedergang (z.B. niedrige Geburtenzahlen) dargestellt.
- **Für „Femininität“:** Unterwürfigkeit, Hausarbeit und männliche Führung werden als stärkend und natürlich verherrlicht.



M8: Kritische Reflexion

4 Infografik

siehe nächste Seite

Überholspur

1. Wie viele junge Frauen können sich laut der im Podcast genannten Untersuchung ein Leben als Tradwife vorstellen?

Die Studie des Bundesinstituts für Bevölkerungsforschung, auf die sich der Podcast bezieht, zeigt, dass etwa ein Fünftel (rund 19-20 Prozent) der befragten Frauen im Alter von 20 bis 30 Jahren eine eher traditionelle Rollenvorstellung vertreten und einem Tradwife-Ideal relativ nahe stehen.

Daneben gibt es eine deutlich größere mittlere Gruppe, die sich nicht klar zwischen stark traditionellen und stark gleichstellungsorientierten Rollenbildern positioniert, sondern ambivalent bleibt oder eher auf partnerschaftliche Arbeitsteilung setzt, aber nicht vollständig gegen das Tradwife-Muster ist.

2. Welche Merkmale haben die jungen Frauen, die sich eher ein Tradwife-Leben vorstellen können?

Die Studie zeigt, dass Frauen mit Tradwife-ähnlichen Einstellungen eher religiös, verheiratet, häufig Mütter und überwiegend einem mittleren oder niedrigen Bildungsniveau zuzuordnen sind. Zudem stehen sie weniger stark für eine partnerschaftliche Arbeitsteilung und geben eher an, dass Kleinkinder unter der Vollzeiterwerbstätigkeit der Mutter leiden, Frauen stärker auf Familie als Karriere setzen und ein Kind für ein „erfülltes Leben“ notwendig ist – also Merkmale, die sich klar von gleichstellungsorientierten Rollenbildern abgrenzen.

3 Warum wird das Phänomen der Tradwives im Podcast als „süßes Gift“ der Nostalgie beschrieben?

Der Begriff „süßes Gift“ verweist darauf, dass die Tradwife-Ästhetik zunächst angenehm, entschleunigt und harmonisch wirkt: sie verspricht klare Rollen, häuslichen Wohlstand und emotionale Sicherheit, was in Krisenzeiten sehr attraktiv ist. Gleichzeitig wird kritisch betont, dass diese Inszenierung veraltete Rollenbilder, politische Rückschritte bei der Gleichberechtigung und Anschlüsse an rechte Narrative verschleiert – also attraktiv verpackte gesellschaftliche Risiken transportiert, die von vielen jungen Hörer:innen nicht als problematisch eingeordnet werden.



Die "heile Welt" der Social-Media-Tradwives: Nostalgie & Inszenierung



Hinter der idyllischen Fassade: Die Gefahren des Tradwife-Trends

**DIE FINANZIELLE FALLE:
ABHÄNGIGKEIT & ARMUTSRISIKO**



Statistisch höchst riskant:
Lebenslange Versorgung durch Ehepartner ist unsicher: Jede dritte Ehe scheitert.

Kein automatischer Unterhaltsanspruch:
Nach Scheidung und ab 3. Geburtstag des Kindes wird erwartet, dass die Frau wieder selbst sorgt.



Erosion der Erwerbsbiografie:
Beruflicher Wiedereinstieg nach 10-20 Jahren Hausfrauen-Dasein extrem schwer.



Altersarmut ist weiblich.
2021 war jede fünfte Frau über 66 armutsgefährdet. Alterseinkünfte von Frauen fast ein Drittel niedriger.



Teure private Vorsorge:
Nur sehr wohlhabende Paare können sich ausreichende private Vorsorge leisten.



**ANTI-FEMINISMUS
& DIE "WOMANOSPHERE"**

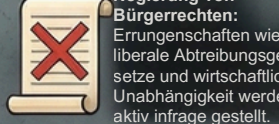


Einzug in die „Womanosphere“:
Teil eines antifeministischen Netzwerks, das Unterwerfung und Rückzug ins Private propagiert.



Abwertung alternativer Lebensentwürfe:
Tradwives werten berufstätige, kinderlose oder nicht-heterosexuelle Frauen ab.

Negierung von Bürgerrechten:
Errungenschaften wie liberale Abtreibungsgesetze und wirtschaftliche Unabhängigkeit werden aktiv infrage gestellt.



Komplexitätsreduzierung als Lockmittel:
Verspricht in Krisenzeiten eine einfache Welt mit klaren Hierarchien, besonders ansprechend für Überforderte.



**EIN TROJANISCHES PFERD
FÜR RECHTSPOPULISMUS**



Vom Backen zur Radikalisierung:
Algorithmen führen von harmlosen Inhalten in wenigen Klicks zu extrem rechten Inhalten oder „Remigration“.



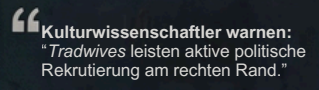
Ethno-zentrische Idyllen:
Darstellungen zeigen oft weiße, christliche Familien als Propaganda für ein nationalistisches „Heimat“-Ideal.



Politische Instrumentalisierung:
Tradwives als lautstarke Unterstützerinnen rechter Bewegungen; Nutzung des „deutsche Mutter“-Motivs gegen Einwanderung.

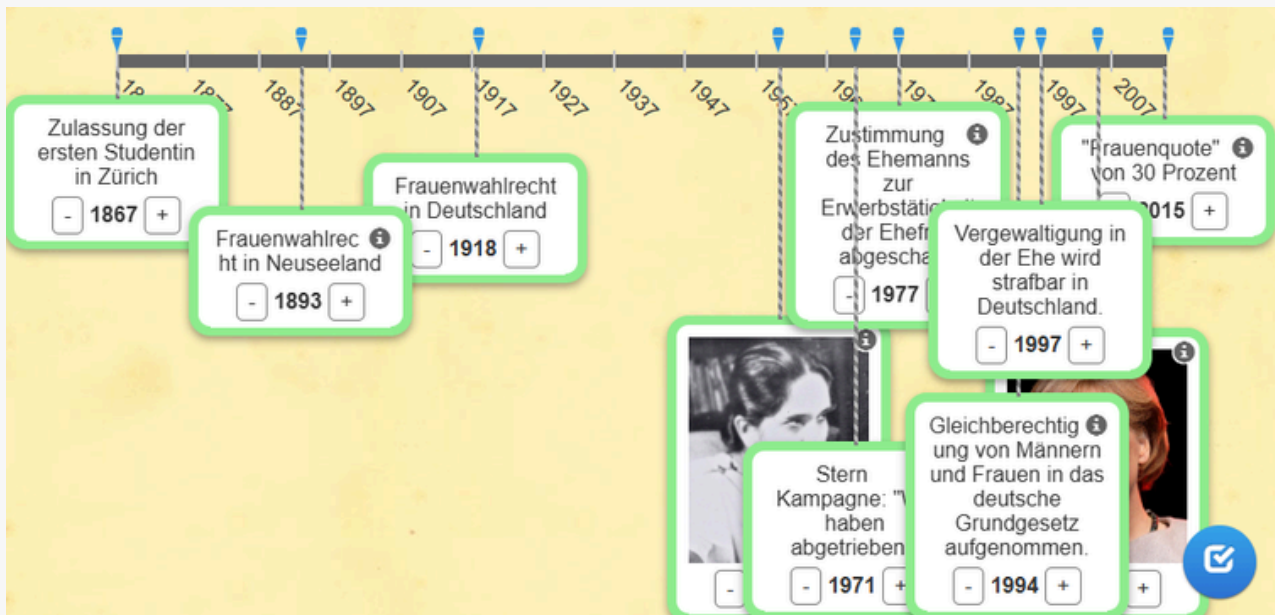


Kulturwissenschaftler warnen:
„Tradwives leisten aktive politische Rekrutierung am rechten Rand.“



(KI-generierte Infografik, erstellt mit NotebookLM und angepasst mit Canva, 2026)

Interaktives Quiz: Frauenrechtsbewegungen



M9 Feminismus: Abschlussreflexion

Abgelehnte Errungenschaften

Tradwives lehnen vor allem Errungenschaften der zweiten Welle ab, wie finanzielle Unabhängigkeit durch Erwerbsarbeit, Abtreibungsrecht und Gleichberechtigung im Beruf. Sie sehen den Feminismus als Ursache für die „doppelte Belastung“ von Frauen (Haus- und Berufsarbeit) und propagieren stattdessen Unterordnung unter den Mann, traditionelle Rollen (Hausfrau, Mutter) und Verzicht auf Karriere.

Klassismus und soziale Herkunft

Die *Tradwife*-Ideologie berücksichtigt Klassismus kaum und ignoriert ihn oft: Der idealisierte Lebensstil (Vollzeit-Hausfrau) ist nur für privilegierte (meist weiße, mittlere/obere) Schichten machbar, da der Mann allein die Familie ernähren muss. Frauen aus unteren Klassen werden ausgeblendet, was den Vorwurf der Elitär- und Klassismus-Verstärkung provoziert.

Offene Bereiche der Geschlechtergleichstellung

Trotz gesellschaftlicher Fortschritte bestehen weiterhin strukturelle Ungleichheiten, die durch aktuelle Daten belegt sind:

- **Gender-Pay-Gap:** Frauen verdienen pro Stunde durchschnittlich 16% weniger als Männer (Destatis 2026).
- **Gender-Care-Gap:** Frauen leisten wöchentlich rund 9 Stunden mehr unbezahlte Sorgearbeit (z. B. Kinderbetreuung, Pflege, Hausarbeit) als Männer, was einem Gap von etwa 44% entspricht (Destatis 2024/2025).
- **Führungspositionen:** Der Anteil der Frauen in den Vorständen der 40 DAX-Unternehmen liegt bei rund 25,5% (Statista 2025).

Ein **Backlash** zeigt sich aktuell z.B. durch die *Tradwife*-Bewegung, die diese Defizite bagatellisiert oder ignoriert.

Teaser zur Talkshow

- **Thema:** Die kritische Auseinandersetzung mit dem „Tradwife-Hype“ und dessen Auswirkungen auf Gleichberechtigung und demokratische Werte im Kontext digitaler Rollenbilder.
- **Teilnehmende:** Eine Influencerin, eine 15-jährige Schülerin, eine Feministin und ein Professor.
- **Sprachliche Mittel zur Steigerung der Neugier:** **Antithese:** Gegenüberstellung von „Cozy-Ästhetik“ (sanft, ansprechend) und „gesellschaftlicher Realität“ (hart, sachlich); **Suggestivfragen:** Die Frage im Zitat („Schöne Fassade, harte Folgen?“) provoziert eine klare Haltung beim Leser; **Dramatisierung:** Die Zuspitzung auf „Gefahr für unsere Demokratie“ schafft eine hohe Relevanz und Dringlichkeit; **Ellipsen & Kontraste:** Kurze, prägnante Phrasen wie „Schöne Fassade, harte Folgen“ erzeugen einen Spannungsbogen, der den Leser zum Weiterschauen animiert.

Moderator Julian Vogel

Teaser-Text vor Sendungsbeginn: Perfekte Häuslichkeit, alte Rollen – neuer Trend? Der *Tradwife*-Hype spaltet Feeds und Familien. – In unserer Sendung treffen eine Influencerin, eine 15-jährige Schülerin, eine Feministin und ein Universitätsprofessor aufeinander. Zwischen Cozy-Ästhetik und gesellschaftlicher Realität sprechen wir über Wahlfreiheit, ökonomische Abhängigkeiten, Algorithmen – und darüber, wie Sichtbarkeit Normen setzt. – „Schöne Fassade, harte Folgen: Wird der *Tradwife*-Hype zur Gefahr für Gleichberechtigung – und damit für unsere Demokratie?“ Wir müssen reden.

Eingangsstatement: „Schöne Fassade, harte Folgen: Wird der *Tradwife*-Hype zur Gefahr für Gleichberechtigung – und damit für unsere Demokratie?“ – Vier Perspektiven sind vertreten: eine Influencerin, eine 15-jährige Schülerin, eine Feministin und ein Universitätsprofessor. Gemeinsam wollen wir persönliche Erfahrungen, empirische Befunde und mögliche gesellschaftliche Folgen klar benennen.

Ich bitte Sie alle um ein kurzes Eingangsstatement zu Ihrem Standpunkt – danach starten wir in die Debatte.

Einstiegsfragen zu Beginn der Show:

- Worum geht es Ihnen persönlich beim Thema *Tradwife*-Trend: Inspiration, Kritik oder etwas Drittes?
- In einem Satz: Welche Hauptfolge sehen Sie für Gesellschaft und Demokratie?
- Welche Annahme über den Trend würden Sie gern gleich zu Beginn korrigieren?

Vertiefende Fragen im Verlauf (rollenbezogen):

An die Influencerin:

- Welche Aspekte Ihres Alltags zeigen Sie bewusst nicht – und warum?
- Wie trennen Sie persönliche Überzeugungen von Werbung und Kooperationen auf Ihrem Kanal?
- Was würden Sie jungen Followerinnen raten, bevor sie sich für ein Leben als *Homemaker* entscheiden?

An die Schülerin:

- Was genau fasziniert dich an diesen Videos – Ästhetik, Ruhe, klare Rollen?
- Wo merkst du bei dir selbst Vergleichsdruck oder Zweifel: „So perfekt bin ich nicht“?
- Wie gehst du mit Werbung oder Affiliate-Links um – erkennst du sie zuverlässig?
- Welche Informationen brauchst du, um später frei entscheiden zu können (Ausbildung, Geld, Care-Aufteilung)?

An die Schauspieler/ Feministin:

- Wo sehen Sie die deutlichsten strukturellen Risiken des Trends (Einkommen, politische Teilhabe)?
- Wie lässt sich individuelle Wahlfreiheit sichern, ohne traditionelle Modelle pauschal abzuwerten?
- Welche politischen oder praktischen Maßnahmen werten Care-Arbeit auf, ohne Abhängigkeiten zu verfestigen?

An den Universitätsprofessor:

- Welche Mechanismen der Plattformen machen *Tradwife*-Inhalte besonders sichtbar?
- Gibt es Hinweise, dass häufige Sichtbarkeit Rollenbilder und Werte langfristig verschiebt?
- Was sollten Schulen (bzw. die Politik) tun, um Medien- und Demokratiekompetenz zu stärken?



Influencerin Hannah Berger

„Ich habe mich bewusst für ein traditionelles Familienmodell entschieden – nicht aus Zwang, sondern aus Überzeugung: Für mich bedeutet das Freiheit, Sinn und Stabilität. Ich zeige online, wie erfüllend Care-Arbeit sein kann, und wünsche mir Respekt dafür, statt Etiketten oder Abwertung. Lasst uns darüber sprechen, wie individuelle Lebensentwürfe nebeneinander bestehen können, ohne neuen Druck oder alte Klischees zu erzeugen.“

Kernargumente:

- emanzipiertes Verständnis von Gleichstellung sollte auch die bewusste Entscheidung für traditionelle Lebensentwürfe und Rollenverteilungen respektieren,
- Aufwertung unbezahlter Care-Arbeit,
- für viele Followerinnen fungiert der Tradwife-Lifestyle als Gegenentwurf zur modernen, oft als belastend empfundenen Schnelllebigkeit.

Kompromissidee:

Mehr Anerkennung von Care-Arbeit, Reality Checks: Transparenz über Finanzen, Rentenpunkte, Werbung/ Kooperationen auf dem Profil.

Schülerin Lina Weber

„Ich mag Tradwife-Videos, weil sie Ruhe und Orientierung geben – es ist schön zu sehen, wie liebevoll ein Zuhause gestaltet sein kann. Für mich ist das eher Inspiration als Politik; ich träume manchmal von einer eigenen Familie und einem gemütlichen Alltag. Gleichzeitig frage ich mich, ob das nur die halbe Wahrheit ist und ob solche Ideale auch Druck erzeugen. Ich wünsche mir, dass wir heute helfen, Vorbilder, Wünsche und Realität besser zu unterscheiden.“

Kernargumente:

- Influencerinnen scheinen glücklich und zufrieden – das möchte ich auch,
- Videos helfen mir, mich zu entspannen,
- aber: erste Zweifel: Inszenierung, Algorithmus-effekt, soziale Vergleichsdynamik.

Kompromissidee:

- Reality-Check in der Schule: Inszenierung von Tradwives kritisch hinterfragen, Finanzwissen, Berufsbilder und Lebensentwürfe.

Schauspielerinnen Nadia Yilmaz

„Ich begrüße selbstbestimmte Lebensentscheidungen, sehe beim Tradwife-Trend aber die Gefahr, traditionelle Rollen zu romantisieren und damit strukturelle Benachteiligungen zu verfestigen. Freiheit braucht ökonomische Unabhängigkeit und Schutz vor Normdruck.“

Kernargumente:

- stilisierte Darstellung traditioneller Rollenbilder in sozialen Medien kann junge Nutzerinnen in eine berufliche und finanzielle Prekarität führen,
- Wir brauchen nicht weniger, sondern mehr Gleichstellung (v.a. den Ausbau struktureller Angebote zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf),
- ökonomische Unabhängigkeit ist Grundvoraussetzung für politische Mitgestaltung und demokratische Teilhabe.

Kompromissidee:

Aufwertung und Absicherung von Care-Arbeit (z.B. Rentenpunkte, Elterngeld) plus Ausbau von Betreuung und flexibler Arbeit.

Professor Dr. Jonas Falk

„Algorithmen verstärken ästhetische, emotional positive Inhalte – so verschiebt sich die Wahrnehmung dessen, was „normal“, ist. Für die Demokratie brauchen junge Menschen Medienkompetenz, Transparenz der Plattformen und Räume für kontroversen Dialog.“

Kernargumente:

- Durch Bevorzugung homogener, emotional aufgeladener Inhalte verstärken Algorithmen Sichtbarkeit spezifischer Rollenbilder, wodurch diese als soziale Normen verfestigt werden,
- Social-Media-Plattformen müssen stärker reguliert werden,
- Schulen brauchen systematische Medien- und Demokratiebildung.

Kompromissidee:

- Medienkompetenz zur Stärkung demokratischer Urteilskraft
- Plattformen regulieren: Werbekennzeichnung, Creator:innen-Transparenz, Diversity-Nudges

Quellenverzeichnis

Aufgabe S. 11: „Typische Tradwife“ in Anlehnung an: Staatsinstitut für Schulqualität und Bildungsforschung München (ISB), Manipulation in den sozialen Medien – Teil 2: Analyse von Kurzvideos der sog. Tradwife-Bewegung: Material M1. Online verfügbar unter: https://www.lehrplanplus.bayern.de/sixcms/media.php/71/FOSBOS_12_D_Manipulation_Tradwives_Handreichung.pdf (Letzter Zugriff: 23.03.2026).

Beaufils, Constance & Chung, Heejung & Yuan, Shiyu (2025): *Tradwife: Between myths and realities*. King's College London: Global Institute for Women's Leadership. Online verfügbar unter: <https://www.kcl.ac.uk/giwl/assets/giwl-tradwife-report.pdf> (Letzter Zugriff: 26.02.2026).

Good, Jessica J., & Sanchez, Diana T. (2010): *Doing Gender for Different Reasons: Why Gender Conformity Positively and Negatively Predicts Self-Esteem*. In: *Psychology of Women Quarterly*, 34(2), 203–214. Online verfügbar unter: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1111/j.1471-6402.2010.01562.x> (Letzter Zugriff: 03.03.2026).

Jordan, Christin (2024): *Traditionelles Frauenbild bei TikTok: Zurück in die 1950er*. Tagesschau. Online verfügbar unter: <https://www.tagesschau.de/inland/gesellschaft/tradwives-social-media-100.html> (Letzter Zugriff: 26.03.2026).

Solé, Elise (2023): *Cooking, cleaning and controversy: How the 'tradwife' movement went viral*. Yahoo News. Online verfügbar unter: <https://www.yahoo.com/news/cooking-cleaning-controversy-tradwife-movement-001758828.html> (Letzter Zugriff: 26.03.2026).

Sykes, Sophia & Hopner, Veronica (2024): *Tradwives: Right-Wing Social Media Influencers*. In: *Gender & Society*. Online verfügbar unter: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/08912416241246273> (Letzter Zugriff: 26.02.2026).

Theilen, Julian (2024): „Ballerinafarm“: Sie backt und gebärt – und macht das zum Millionenbusiness. In: *Welt* (18.09.2024). Online verfügbar unter: <https://www.welt.de/iconist/trends/article252769050/Ballerinafarm-Sie-backt-gebaert-und-macht-das-zum-Millionenbusiness.html> (Letzter Zugriff: 26.03.2026).

Travers, Mark (2024): *A Psychologist Explains The Dangers Of The 'Tradwife' Movement*. In: *Forbes* (06.01.2024). Online verfügbar unter: <https://www.forbes.com/sites/traversmark/2024/01/06/a-psychologist-explains-the-dangers-of-the-tradwife-movement/> (Letzter Zugriff: 26.02.2026).

Woolf, Antonia & Tzani, Calli & Ioannou, Maria et al. (2025): *Social media's dangerous fantasy : How the 'trad wife' movement fuels inequality and gender-based violence*. In: *Assessment and Development Matters*. (Vol. 17, No. 2. pp. 36–41). Online verfügbar unter: <https://pure.hud.ac.uk/en/publications/social-medias-dangerous-fantasy-how-the-trad-wife-movement-fuels-/> (Letzter Zugriff: 03.03.2026).

Hinweise zur KI-Nutzung

Dieses Unterrichtsmaterial wurde zum Teil unter Verwendung von KI-Systemen erstellt. Im Einzelnen wurden folgende Tools eingesetzt:

- Perplexity (Perplexity AI, verschiedene Modellversionen im Zeitraum März bis Juni 2026): vorrangig zur Recherche, Faktenchecks und zur Identifikation von Quellen und weiterführenden Materialien.
- ChatGPT (OpenAI), verschiedene Modellversionen im Zeitraum März bis Juni 2026): vorrangig zur Erstellung von Textentwürfen, zur Formulierung von Arbeitsaufträgen, Reflexionsfragen und weiteren didaktischen Elementen.
- Weitere KI-Tools: zur Generierung einzelner Bilder, Illustrationen und Infografiken. Diese sind jeweils in den direkten Bildunterschriften als KI-generiert gekennzeichnet.

Sämtliche Inhalte wurden von der Autorin inhaltlich geprüft, fachlich eingeordnet und didaktisch adaptiert.



Evaluation

Liebe Lehrkraft,

wir freuen uns, dass Sie sich für Filmbildung interessieren und wir Sie bei der Vorbereitung Ihres Unterrichts unterstützen können. Um uns dabei zu helfen, unsere Materialien noch besser an Ihre Wünsche anpassen zu können wäre es sehr hilfreich, wenn Sie uns unter [Edkimo](#) Feedback geben würden.

Herzlichen Dank!
FILM+SCHULE NRW

