



Leseprobe

Dr. Bianca Kellner-Zotz

Happy Family

Warum die Sucht nach Aufmerksamkeit Familien unter Druck setzt und wie wir uns davon befreien können

Bestellen Sie mit einem Klick für 12,00 €



Seiten: 368

Erscheinungstermin: 14. März 2022

Mehr Informationen zum Buch gibt es auf

www.penguinrandomhouse.de

Inhalte

- Buch lesen
- Mehr zum Autor

Zum Buch

Paare feiern Motto-Hochzeiten, Schwangere fordern WLAN im Kreißsaal, Eltern verschicken Save-the-date-Karten zum ersten Schultag ihrer Kinder und schon Zweijährige bekommen zum Geburtstag aufwändige Einhorn-Kuchen samt Themen-Party. Das Spektakel ist zum Normalfall geworden. Wir inszenieren unser Familienleben auf Facebook, Instagram und WhatsApp und tun so, als sei dieser anstrengende Alltag leicht wie eine Seifenblase. Oft sind Mütter das Zentrum dieses meist gut gemeinten, sozialen Überbietungswettbewerbes – bis die Blase platzt. Denn dieses »Aufmerksamkeitsregime« setzt Familien unter Druck und lenkt vom Wesentlichen ab: dem entspannten und ziellosen Zusammen-Sein, das die Familie zum letzten Rückzugsort in dieser hektischen Welt macht. Dr. Bianca Kellner-Zotz zeigt, wie wir dem Stress entkommen und uns das Familienleben zurückerobern.



Autor

Dr. Bianca Kellner-Zotz

Dr. Bianca Kellner-Zotz ist Kommunikationswissenschaftlerin, Autorin, Journalistin, Hochschuldozentin und Mutter von zwei Kindern. In ihrer Dissertation hat sie sich wissenschaftlich mit dem Thema »Das Aufmerksamkeitsregime – wenn Liebe Zuschauer braucht« auseinandergesetzt, das sie nun einem breiten Publikum, allen voran Eltern, zugänglich machen möchte.

DR. BIANCA KELLNER-ZOTZ

Happy Family

Warum die Sucht nach Aufmerksamkeit
Familien unter Druck setzt und wie
wir uns davon befreien können

GOLDMANN

Inhalt

Vorwort	9
Wir sitzen fest - in der Stressfalle	15
Frauen an die Front	16
Medien konstruieren Wirklichkeit	19
Corona ändert alles? Fehlanzeige	21
Kollektiver Selbstverwirklichungsdruck	23
Im Sog der Aufmerksamkeitsspirale	24
Familie braucht keine Zuschauer? Von wegen!	29
Was hat die Medialisierung der Gesellschaft mit Familie zu tun?	32
Verdammt zum Glücklichein	34
Das Dilemma moderner Elternschaft: Anything goes ..	36
Was wir sein wollen	39
Immer auf die Mütter:	
Warum sie nach Aufmerksamkeit gieren	43
Mutter - ein Kampfbegriff	44
Bloß keine Hausfrau!	47
Die neuen Heldinnen der Nation: Karrierefrauen	50
Mütter am Rande des Nervenzusammenbruchs	56
Das Ideal: Eine gelungene Work-Life-Balance	58
Watch us - wir sind glücklich!	61
Verliebt, verlobt, verheiratet:	
Echte Liebe muss man sehen	67
Schritt 1: Perfect Match	67

Schritt 2: Perfekter Antrag	76
Schritt 3: Perfekte Hochzeit.	84

Einzigartig, unvergesslich, öffentlich:

Das Projekt Mutterschaft	103
Der öffentliche Bauch	108
Der Wunsch: Die Schwangerschaft zelebrieren	113
Die Geburt als unvergessliches Erlebnis	115
Babyschooting	123
Mütter gegen Mütter: Der interfamiliäre Wettbewerb. . .	126

Kleine Stars in der Manege:

Erziehung braucht eine Bühne	135
Fördern, bis der Arzt kommt	139
Erziehung in Happen: Bitte leicht verdaulich	141
König Kind - bloß nicht vom Sockel stoßen.	144
Unattraktiv: Erziehungsarbeit ohne Aufmerksamkeitspotenzial.	149
Bildung, Bildung, Bildung.	160
Zwischen Kompetenzwettbewerb und Edutainment - die Medialisierung der Schule	176
Öfter mal was Neues: Freizeitstress als Performance. . .	196

Du bist, was du erlebst:

Storytelling ist das halbe Leben	213
Power statt ausruhen - das Familienwochenende	221
Wenn einer eine Reise tut ... dann gibt's was zu erzählen: Der Familienurlaub	234

Heute, Kinder, wird's was geben:

Ein Event muss her	249
Kitafest, erster Schultag, Ballettaufführung - ein Höhepunkt jagt den nächsten	252

Wenn Kommunion und Firmung Show sind - die Medialisierung der Kirche	265
Gestern Topfschlagen, heute Model-Show oder Science-Lab: Kindergeburtstage	271
Home Sweet Home:	
Wohnst du noch oder präsentierst du schon?	289
Urban, individuell, repräsentativ: Der Traum vom durchgestylten Familiennest	291
Die Küche als Bühne	299
Wider das Aufmerksamkeitsregime:	
Es geht auch anders	315
Es gibt keine unschuldigen Bilder	318
Warum tun wir, was wir tun?	320
Wie wir aufhören können zu tun, was wir tun - Mediennutzung	326
Wie wir aufhören können zu tun, was wir tun - familiäre Praktiken	333
Was wir anfangen könnten, neu zu tun	336
Der Weg zum Glück?	339
 Anmerkungen	 343
Register	363

Vorwort

Paare feiern Mottohochzeiten, Schwangere fordern WLAN im Kreißsaal, Eltern verschicken Save-the-Date-Karten zum ersten Schultag ihrer Kinder. Schon Zweijährige bekommen zum Geburtstag aufwändige Einhornkuchen, die in stundenlanger Arbeit ebenso akribisch vorbereitet werden wie die dazugehörige Party – inklusive eines zum Thema passenden Bespaßungsprogramms. Das Pensum an Aktivitäten setzt sich während des Urlaubs im Kinderhotel fort, damit nur ja keine Langeweile aufkommt. Warum ist das so? Warum glauben wir, ständig etwas Besonderes oder Aufregendes erleben oder organisieren zu müssen? Und noch viel wichtiger: Geht es uns dabei wirklich gut?

Familien lieben, heiraten, erziehen, reisen, feiern und wohnen heute anders als vor 40 Jahren – und sind dabei furchtbar gestresst. Das trifft vor allem auf die Mütter zu, denn sie sind die Trägerinnen des sozialen Wandels. Der (mediale) Mütterdiskurs vermittelt ihnen, dass sie einen schönen Körper, eine erfüllte Beziehung, eine tolle Karriere, kluge Kinder und eine abwechslungsreiche Freizeit haben können – und müssen. Die Realität sieht freilich anders aus und kostet viel Kraft.

Mütter wünschen sich deshalb Aufmerksamkeit und Wertschätzung für ihr tägliches Multitasking. Um diese Aufmerksamkeit zu bekommen, nutzen sie – in der Regel unbewusst – die Strategien moderner Massenmedien. Sie inszenieren sich und ihr Familienleben auf Instagram, Facebook und WhatsApp und tun so, als wäre ihr durchgetakteter Alltag ein einziger vergnüglicher Liebesreigen. Das Gegenteil ist der Fall: Die Sehnsucht nach

Aufmerksamkeit setzt die Mütter unter Druck, das ständige Vergleichen steigert ihre Unzufriedenheit und lenkt sie vom Wesentlichen ab: dem gemeinsamen ziellosen Zusammensein, das Familie zum letzten verbliebenen Rückzugsort in dieser hektischen Welt macht.

»Genauso ist es!« Das habe ich in den vergangenen fünf Jahren während der Arbeit an meiner Dissertation *Das Aufmerksamkeitsregime – Wenn Liebe Zuschauer braucht* und nach ihrem Erscheinen immer wieder gehört. Von Freunden und Bekannten (in der Regel Mütter), Kollegen (in der Regel Mütter), Journalisten (in der Regel Mütter), Vortragsbesuchern (in der Regel Mütter) und Lesern meiner Dissertation¹ (in der Regel Mütter). Der große Zuspruch hat mich sehr gefreut. Und zu diesem neuen Buchprojekt motiviert. Denn so sehr sich viele (Mütter) für das Thema und die Befunde begeistern konnten, so schwer taten sie sich mit der Form der Dissertation. Nun: Eine Doktorarbeit ist meist eine trockene Angelegenheit. Sie braucht ein tragfähiges Theoriegerüst, ein durchdachtes Methodendesign und viele Hundert Seiten Platz, um die Argumentation nachvollziehbar entwickeln zu können.

Die Zielgruppe dieses Buches sind Familien, deren Interesse sich auf etwas anderes richtet: Alltagsbeispiele, Erfahrungsberichte, Einblicke, in denen sie sich wiederfinden und selbst entlarven, über die sie schmunzeln können. Vielleicht öffnet ihnen das Buch die Augen. Vielleicht ermöglicht es ihnen, sich abzugrenzen, um ein stressfreieres, gelasseneres, bewussteres – also weniger medialisiertes – Leben zu führen. Denn das ist die zentrale Botschaft: Die Medialisierung der Familie setzt Mütter, Väter und Kinder unter Stress. Der Imperativ der Aufmerksamkeit kostet wertvolle Lebenszeit und befeuert sogar in vergleichsweise banalen Lebensbereichen einen ungesunden interfamiliä-

ren Wettbewerb, etwa wenn es um die Organisation von Kindergeburtstagen oder die Auswahl des Urlaubsortes geht. Ja, selbst bei der Gestaltung unserer Küche denken wir mehr an ihre Funktion als Eventlocation denn an das alltägliche Kochen. Wir leben im Außen. Das stresst.

Vielleicht fragen sich manche, warum hier mit Partnerwahl, Heiratsantrag, Hochzeit und Schwangerschaft Stationen im Lebenslauf auftauchen, die oftmals vor der eigentlichen Familiengründung liegen. Zum einen spiegelt sich darin das immer noch recht dominante Leitbild der Mittelschichtfamilie und deren Normalbiografie. Zum anderen prägen die Erfahrungen, die wir in jungen Jahren gemacht haben, die Erwartungen, die wir später an unser Familienleben haben. Wenn die Paarliebe öffentlich gezeigte Symbole setzt und auf Instagram dokumentiert ist, wird die Elternliebe ähnliche Ausdrucksformen brauchen. Wer Heiratsantrag und Hochzeit zum Event stilisiert, wird später höhere Ansprüche an einen gelungenen Kindergeburtstag haben. Dieser Prozess setzt sich natürlich fort und verstärkt sich: Unsere Kinder werden sich Partys ohne Mottos, Farbkonzepte und Fotoreportagen gar nicht mehr vorstellen können – und folgerichtig bei ihrem Tinder-Account oder beim »Engagement Shooting« vor der Hochzeit auf ein außergewöhnliches Setting setzen.

In den vergangenen Jahren konnte ich beobachten, wie die zunehmende Nutzung der Social-Media-Plattformen den Wettstreit um die emotionalsten Hochzeitsfotos, den schönsten Babybauch und die originellste Geburtstagstorte anheizte. Corona hat daran nichts geändert, in einigen Bereichen wirkte die pandemiebedingte Zwangspause sogar als Beschleuniger. Aus Mangel an Alternativen mussten oftmals die Kinder dafür herhalten, die Aufmerksamkeitssucht der Eltern zu bedienen.

Man sah viele Posts wie diese bei Instagram: Tochter mit Geige (»Leider gibt es keine Aufführung in der Musikschule, aber sie übt trotzdem fleißig«), Tochter küsst Mutter, die in Lektüre vertieft auf der Couch liegt (der Blick der beiden geht natürlich Richtung Kamera), Tochter posiert in Faschingsoutfit vor dem Spiegel (»Sie hätte ihr Kostüm so gerne allen gezeigt!«). Freundinnen und Bekannte fühlen sich bemüßigt zu kommentieren (»Oh, wie süß!«, »Genauso schön wie die Mama!«) und überlegen ihrerseits fieberhaft, mit welchem Motiv sie mehr Niedlichkeitspunkte sammeln können. Das geschieht vielfach unbewusst, weil wir diese Praktiken gar nicht mehr hinterfragen. Wir hängen am Aufmerksamkeitstropf und merken es gar nicht.

Vieles deutet darauf hin, dass im Zuge von Corona ein enormer Nachholbedarf an »normalem« Leben besteht. Manche Soziologen ziehen einen Vergleich zum Vorabend der Wilden 1920er Jahre^{2,3}, die auf die Verheerungen des Ersten Weltkriegs folgten. Die Menschen lechzen nach Erlebnissen, Unterhaltung, Spaß. Es steht zu befürchten, dass damit ein weiterer Medialisierungsschub einhergeht, schlichtweg deshalb, weil wir gar nicht anders können. Wir halten es für selbstverständlich, unsere Lebensweise auszustellen, zu bewerben, zu dokumentieren. So haben wir es aus den Medien gelernt, so wird es uns in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft vorgelebt, so machen es unsere Idole und die unserer Kinder, unsere Kollegen, Nachbarn und Lieblingsfeinde. Und jetzt ergeben sich endlich wieder Gelegenheiten, Besonderes, Außergewöhnliches, Originelles zu tun. Lange konnte man nicht wirklich zeigen, wie erfolgreich das eigene Bilderbuchdasein ist, das dürfte eine zusätzliche Quelle für Unzufriedenheit und Frust gewesen sein.

Dieses Buch will kein Spaßverderber sein. Familie soll Spaß machen, sie soll das pure Leben sein. Aber sie braucht keine Zu-

schauer, um uns glücklich zu machen. Im Gegenteil: Der Druck, Familie stetig neu inszenieren zu müssen, setzt uns unter ungesunden Stress. Dieses Buch will einen Weg weisen: raus aus der Stressfalle.

Wir sitzen fest – in der Stressfalle

Ein modernes Mittelschicht-Frauenleben ist ein einziger Sprint. Schule (möglichst Abitur), Ausbildung (möglichst Studium inklusive diverser Auslandsaufenthalte, Dutzender Praktika und Einserdurchschnitt), verantwortungsvoller Job, um den 30. Geburtstag dann ein vielversprechender Partner (sowohl in sexueller als auch karrieretechnischer Hinsicht), Wohneigentum, ein Hund und schließlich ein oder zwei Kinder. Das liest sich nicht nur anstrengend. Dazu kommt der Fluch der »Multioptionsgesellschaft«¹: Es ist ja so viel möglich, und man will alles machen. Bloß nicht zu früh auf irgendetwas festlegen.

Unser atemloses Leben hat viel mit den medialen Vorbildern zu tun, denen wir nacheifern (während wir uns einbilden, gänzlich selbstbestimmt zu agieren). Ich kann mich noch gut erinnern, wie ich nach einer Alptraumschwangerschaft mit mehreren stationären Aufenthalten im Geburtsvorbereitungskurs saß und der Hebamme und den anderen Teilnehmerinnen todernst erklärte, dass ich die Niederkunft nicht zuletzt deshalb herbeisehnen würde, weil ich dann wieder mobil sei (wegen vaginaler Blutungen hatte ich mehrere Monate auf der Couch bzw. vor dem Fernseher gelegen). Dann könne ich wieder zur Uni gehen, zum Sport, ins Einkaufszentrum, ins Theater. Die Hebamme enthielt sich jeden Kommentars. Sie muss mich für völlig verrückt gehalten haben. Die anderen werdenden Mütter, alles Erstgebärende, nickten dagegen zustimmend. Sie waren demselben Irrglauben aufgesessen.

Schließlich lief Heidi Klum schon acht Wochen nach der Entbindung wieder für Victoria's Secret und beeindruckte mit ihrem »Hammer-Body«². Ursula von der Leyen hat sieben Kinder, war Ärztin und Ministerin. Das toppten nur Brangelina. Dazu kommt: Ich glaubte tatsächlich, Säuglinge würden 16 bis 20 Stunden am Tag schlafen (auch im Hörsaal), nach dem Trinken sofort wieder einschlummern, und das Stillen käme einem sinnlichen Akt gleich, der um zwei Uhr morgens eine innige Verbindung zwischen Mutter und Kind initiiert (An alle Schwangeren: Werfen Sie die *Hebammen-Sprechstunde* aus dem Fenster!).

Frauen an die Front

Wenn man den Diskurs zum Fachkräftemangel verfolgt, fällt auf, dass in jüngster Zeit immer wieder ein Lösungsansatz genannt wird: Teilzeitkräfte – damit sind meist Frauen gemeint – sollen auf Vollzeit aufstocken. Entweder gelten weibliche Teilzeitangestellte als Opfer, die wegen der Erziehung ihrer Kinder ihre Arbeitszeit reduziert und damit unwiderruflich in der Teilzeitfalle respektive schlecht bezahlten B-Jobs ohne Karriereaussichten gelandet sind. Oder es wird ihnen (meist implizit) vorgeworfen, aus Egoismus oder Bequemlichkeit (zu) wenig zu arbeiten.

Meine eigenen Erfahrungen passen nicht zu diesen Diskurslinien. Vielmehr treffe ich immer mehr in Teilzeit arbeitende Mütter, die ausgebrannt und überfordert sind. Frauen, die mit Ende 30, Anfang 40 das Gefühl haben, sich ständig zerreißen und aufopfern zu müssen, um Familie, Job und Haushalt unter einen Hut zu bekommen. Viele können sich schlichtweg nicht vorstellen, noch mehr Erwerbsarbeit zu leisten, ohne dabei einen anderen Lebensbereich zu vernachlässigen.

Dazu ein Einblick in meinen eigenen Alltag: Damit ich am Montag um 08.45 Uhr ein Seminar geben darf, stehe ich um 05.30 Uhr auf (man will ja in Ruhe duschen). Ich sortiere Wäsche, programmiere die Maschine für einen ersten Waschgang, räume den Geschirrspüler aus und wieder ein, räume auf, füttere den Kater (und die Nachbarskatze), bereite meinen Kindern ihre Brotzeit vor, wecke sie auf, frage Englisch- und Lateinvokabeln ab. Um 07.15 Uhr verlasse ich mit meinen Kindern das Haus, um meinen Beitrag zum Gelingen des morgendlichen Berufsverkehrschaos zu leisten. Um 13 Uhr bin ich wieder zu Hause. Ich ent- und belade die Waschmaschine, bevor ich schnell einen Pfannkuchenteig zusammenrühre. Um 13.20 Uhr steht Tochter Nummer 1 vor der Haustür, um 14 Uhr Tochter Nummer 2. Essen, Hausaufgaben. Dazwischen immer wieder Wäsche, Geschirrspülen, aufräumen, Termine koordinieren (Schule, Zahnarzt, Geburtstage, Telefonkonferenz), einkaufen, E-Mails checken und beantworten. Dann wieder kochen. Wenn mein Mann – der immer vor mir zur Arbeit geht – nach Hause kommt, ist es in der Regel nach 19 Uhr. Mit den Kindern lesen, den kommenden Tag planen. Gegen 21.30 Uhr sitze ich auf der Couch. Ich bin seit 16 Stunden auf den Beinen.

Sorry, aber das ist ein völlig egoismusfreier Vollzeitjob. Und doch mag ich es so. Denn ich habe Zeit mit meinen Kindern verbracht, für meine Familie gesorgt und trotzdem mit einer sinnvollen Tätigkeit Geld verdient. Das ist nicht bequem, aber erfüllend.

Die Mitglieder der Bundesregierung – und eigentlich auch alle anderen Politiker – werden nicht müde zu erklären, Frauen (von Männern war wenig die Rede) aus der »Teilzeitfalle« befreien zu wollen. Mittlerweile haben Arbeitnehmer(innen) das Recht, von einer Teilzeit- auf eine Vollzeitstelle zurückzukehren. Es mag An-

gestellte geben, die das freut, zum Beispiel Mütter und Väter, deren Kinder aus dem Haus sind. Ich habe jedoch ganz andere Erfahrungen gemacht. Ich kenne keine einzige Mutter mit Kindern im schulpflichtigen Alter, die freiwillig von einer Teilzeit- auf eine Vollzeitstelle aufstocken möchte.

Dafür kenne ich Mütter, die das tun müssen, weil sie das Geld brauchen. Ich kenne Mütter, die nach der Geburt des ersten Kindes mit 20 Stunden wieder eingestiegen sind, dann aber reduziert haben, weil das Kind mehr Fürsorge nötig hatte und sich der Haushalt auch nicht von selbst machte. Ich kenne Mütter, die verzweifelt sind, weil sie keine gute Teilzeitstelle finden, denen aber ständig angeboten wird, Vollzeit zu arbeiten. Ich kenne Mütter, die sich dafür entschuldigen, »nur« 30 Stunden arbeiten zu gehen. Ich kenne Mütter, die Vollzeitstellen annehmen und oft fehlen, weil die Kinder krank sind. Ich kenne in Teilzeit beschäftigte Mütter, die dann für die eigentlich Vollzeit beschäftigten Mütter einspringen müssen und sich ärgern, dass sie schlechter bezahlt werden, obwohl sie wohlweislich einen Vertrag mit weniger Stunden unterschrieben haben.

Ich kenne junge Frauen, die Lehramt studieren, weil sie in diesem Beruf die Chance haben, nach der Geburt eines Kindes mit ganz wenigen Stunden wieder einzusteigen. Und ich kenne Mütter mit pubertierenden Kindern, die regelmäßig von ihrem Chef gefragt werden, wann sie denn endlich aufstocken, die Kinder bräuchten sie jetzt doch nicht mehr. Eine meiner Interviewpartnerinnen sagte: »Entscheidend ist doch, dass man einen Arbeitgeber findet, der es einem ermöglicht, flexibel zu sein und nur an bestimmten Tagen oder eine bestimmte Anzahl von Stunden zu arbeiten.« Keine der von mir befragten Mütter fühlte sich in der Teilzeitfalle gefangen, sondern von Politik, Wirtschaft und Gesellschaft unter Druck gesetzt, immer mehr zu arbeiten.

Medien konstruieren Wirklichkeit

Medienrealität ist eine Realität erster Ordnung.³ Sie überformt unser Bild von der Welt selbst dann, wenn wir zu wissen glauben, dass die Hochglanzbilder ein Photoshop-Produkt sind (im Gegensatz zur Nachbarin, der armen Kreatur). Unser Unterbewusstsein trickst uns aus. Wir integrieren die Blaupausen – das kann der inszenierte Baby-Bauch von Beyoncé oder die Ostergrußkarte der Arbeitskollegin samt Hasenohrenfoto der lieben Kleinen sein – in unsere Denk- und Handlungsmuster. Und das hat Folgen. Wie weitreichend diese sind, ist mir erst bewusst geworden, als ich mich mit den Erscheinungsformen unserer medialisierten Gesellschaft beschäftigt habe. Plötzlich war mir klar, warum ich tue, was ich tue. Warum ich mit meinen Kindern von Termin zu Termin hechle. Warum ich ständig unter Strom stehe. Ich saß in der Stressfalle – und ich war nicht allein.

Beispiel eins: Während eines Mittagessens erzählte ich einer Kollegin von Müttern, die die extrem aufwändigen Fußball-, Piraten- und Elfenkuchen für die Geburtstagsfeier ihrer Kinder auf Facebook posten. Eine mir unbekannte Frau am Nebentisch schaltete sich in das Gespräch ein und bekannte, wie genervt sie von diesem Kindergeburtstagswettbewerb sei. Das koste sie einen Haufen Geld und noch mehr Zeit, aber schließlich machten das alle so.

Beispiel zwei: Im Urlaub lernten mein Mann und ich ein älteres Ehepaar kennen, das uns berichtete, für den ersten Schultag des Enkelsohns eine Einladung bekommen zu haben. Die Schwiegertochter erwarte, dass Oma und Opa mit zur Schule kämen. Anschließend sei ein Tisch in einem guten Restaurant reserviert, am Nachmittag werde zu Hause weiter gefeiert. Die irritierte Großmutter gestand, wie übertrieben sie diese Veran-

staltung finde: »Früher haben die Mütter die Kinder am ersten Schultag zum Unterricht gebracht und nach ein paar Stunden wieder abgeholt. Was soll denn der ganze Zirkus?« Gute Frage. Was soll der ganze Zirkus? Warum feiern deutsche Hochzeitspaare ihren Start ins Eheleben mit 100 Gästen in einer spanischen Finca? Warum braucht es durchgestylte Mottoschwimmkurse, um Babys an das Element Wasser zu gewöhnen? Und warum buchen Eltern für ihre Kinder im gemeinsamen Urlaub einen Kochkurs auf Italienisch?

Diese Fragen habe ich nicht nur mir selbst gestellt, sondern auch über 40 Experten aus den unterschiedlichsten Bereichen, darunter eine Familienanwältin, ein Paartherapeut, eine Frauenärztin, eine Hebamme, zwei Erzieherinnen, drei Lehrer, zwei Familienforscher, zwei Sozialpädagoginnen, zwei Hochzeitsplanerinnen und zwei Architekten. Sie alle kommen in diesem Buch zu Wort. Ebenso wie die Mütter selbst – und deren Mütter. Drei Mütter-Großmütter-Tandems haben sich lange mit mir unterhalten und mir einen Einblick in ihr Familienleben gegeben. Die Auswahl ist natürlich nicht repräsentativ, schon allein aufgrund der Anzahl. Tatsächlich war es nicht einfach, Mütter zu finden, die zu einem Interview bereit waren (Großmütter waren wesentlich aufgeschlossener – ein interessanter Befund). Zu groß war ihre Angst, es könnte sich rausstellen, dass sie etwas falsch machen (wieder ein Befund). Während meiner Recherchen ist mir aufgefallen, dass viele Stadt-Mütter verkopfter und gestresster wirken als die Land-Mütter. Deshalb habe ich die drei Tandems nach Wohnort ausgesucht: Krankenschwester Katrin lebt in einem kleinen niederbayerischen Dorf, Forstwissenschaftlerin Saskia im Münchner Umland und Sportwissenschaftlerin Sabine im Stadtgebiet München. Der unterschiedliche formale Bildungsgrad (Katrin hat Hauptschulabschluss, Saskia und Sabine

haben studiert) ist eher Zufall bzw. korreliert mit dem bekannten Stadt-Land-Gefälle in den Bildungsabschlüssen.⁴ Da Studien zu dem Schluss kamen, dass Akademiker-Mütter unzufriedener sind als Mütter mit formal niedrigeren Qualifikationen, konnte ich diesen Aspekt bei der Auswertung mit berücksichtigen. In den Interviews zeigten sich die vermuteten Unterschiede, aber es gab vor allem zahlreiche Parallelen, auch im Hinblick auf die Lebenswelt der Großmütter. Besonders beeindruckend waren die Diskrepanzen zwischen dem Familienalltag heute und dem vor 40 Jahren: Das hat mir zu denken gegeben.

Das gilt gleichermaßen für die umfangreiche Ratgeberliteratur, die vielen Zeitungs- und Zeitschriftenartikel sowie Fernsehsendungen, die sich mit Partnerschaft, Familie und Erziehung beschäftigen. Wie gut gemeint all diese Formate sein mögen, sie orientieren sich zwangsläufig an den Gesetzen der Mediengesellschaft, müssen also schon im Titel Neues, Außergewöhnliches, Einzigartiges, Unterhaltsames liefern. Wenn sie uns dann noch versprechen, unser Leben leichter und schöner zu machen – etwa, weil wir nach der Lektüre von Pamela Druckermans Bestseller⁵ die Erziehungsgeheimnisse französischer Mütter kennen –, dann sehen wir in der medial konstruierten Realität plötzlich eine Art Bedienungsanleitung für gelingendes Familienglück. Beim Versuch, der Anleitung zu folgen, geraten wir schnell unter Druck und leiden schließlich ähnlich wie beim Aufbauen eines Billy-Regals.

Corona ändert alles? Fehlanzeige

Als im Frühjahr 2020 die Coronakrise sämtliche Lebensbereiche der deutschen Gesellschaft erfasste, sah es kurzzeitig so aus, als

ob sich auch die Routinen in den Familien verändern würden. Kindergärten und Schulen waren geschlossen, viele Mütter und Väter arbeiteten im Homeoffice und kümmerten sich parallel dazu um ihre Kinder. Die meisten Inszenierungsanlässe – Ballettaufführungen, Schulfeste, Urlaubsreisen – fielen aus, der Blick war auf die Infektionszahlen gerichtet. Darüber hinaus spürte man bei vielen Eltern eine Form des Durchatmens. Die Zwangspause war willkommen. Nicht vom Musikgarten zur Nachhilfe oder ins Fußballtraining rennen zu müssen, mal Zeit für Aktivitäten innerhalb der Familie zu haben (zum Beispiel Kartenspielen), empfanden nicht wenige als Erleichterung.

Aber schon nach wenigen Wochen gab es Anzeichen dafür, dass die erlernten Praktiken zurückkehrten. Über WhatsApp wurden Fotos aus dem Lockdown verschickt – Bilder der Harmonie, Solidarität, Kreativität. Kaum stieg das Thermometer über 20 Grad, waren auf Facebook Posts von Kleinkindmüttern mit Sonnenbrille, Louis-Vuitton-Handtasche und Bugaboo-Kinderwagen zu sehen. Und zwangsausgeladene Geburtstagsgäste pflasterten die Garagentore und Hofeinfahrten der Jubilare mit überdimensionierten Glückwunschschildern, wahlweise zum 18., 30. oder 80. Wiegenfest.

Passend zu Ostern versteckten Freunde und Bekannte zum »Runden« 60 Bierflaschen im Garten eines schwäbischen Geburtstagskindes. Ein oberbayerischer Jubilar fand am Morgen eine mehrere Meter lange Erdbeersahne-Rolle in seinem Vorgarten. Gefreut haben sich beide weniger – der eine hat die Osteriersuche noch nie gemocht, und der andere konnte schon nach zwei Tagen keine Erdbeersahne mehr sehen. Natürlich waren und sind alle diese Gesten gut gemeint und in vielen Bereichen wirklich gelungene, liebevolle Überraschungen. Aber sie zeigen, wie stark unser Wunsch ist, etwas Originelles, Plakatives auf die Beine

zu stellen. Eine einfache Geburtstagskarte reicht nicht, es muss schon etwas Besonderes sein, selbst unter widrigen Bedingungen.

Kollektiver Selbstverwirklichungsdruck

Familien stehen heute unter gewaltigem Druck. Egal, für welches Lebensmodell sich Eltern entscheiden – mit oder ohne Trauschein, ein Kind oder vier Kinder, die Mutter Hausfrau oder Alleinverdienerin –, sie können es nicht »richtig« machen. Politik und Wirtschaft träumen von Vollzeit arbeitenden Müttern und Vätern, die die Sozialkassen füllen und gleichzeitig den Nachwuchs fördern, um ihn auf die Herausforderungen der globalisierten Welt vorzubereiten. Dazu kommt, dass die Gründung einer Familie nur eine von vielen Möglichkeiten ist. Man könnte sich auch als Vorstandsvorsitzende eines Elektronikkonzerns oder/und beim Töpfern im Himalaja selbst verwirklichen.

Wer trotzdem Kinder hat, steht unter »Selbstverwirklichungsdruck«⁶, muss sich selbst und anderen beweisen, dass man ein erfülltes Leben führt und glücklich ist. Vor allem die bildungsorientierte Mittelschicht spürt diesen Druck und arbeitet sich an den gesellschaftlichen Erwartungen ab. Familie mutiert zum Mammutprojekt, Erschöpfung ist vorprogrammiert. Doch warum machen es sich Mütter (und manche Väter) zusätzlich schwer, indem sie etwa extrem aufwändige Geburtstagsorten für ihre Kinder backen und diese fürs Netz ablichten?

Wenn von überforderten Eltern die Rede ist, wird in der Regel der Wirtschaft (familienfeindliche Arbeitsbedingungen, 24/7-Smartphone-Erreichbarkeit, Mietenwahnsinn usw.) der schwarze Peter zugeschoben. Oder der Politik, die es versäumt, genügend Betreuungsplätze zu schaffen. Von den Massenme-

dien ist selten die Rede, obwohl wir uns vor den psychologischen Folgen einer exzessiven Smartphone-Nutzung unserer Kinder fürchten, Magermodels in Frauenzeitschriften für die Bulimie weiblicher Teenager verantwortlich machen. Wir vergessen, dass wir selbst Akteure einer Mediengesellschaft sind, der die Selbstinszenierung zur neuen Natur geworden ist. Wir fotografieren unser Essen und posten es auf Instagram; wir drehen ständig neue Snapchat-Videos, weil die »alten« nach 24 Stunden gelöscht werden; wir bauen Hochglanz-Designerküchen in unsere Wohnungen, obwohl wir keine Zeit zum Kochen haben; wir feiern Strandhochzeiten wie Model Shanina Shaik und pflastern die Wände mit Profiaufnahmen von uns und unseren Lieben.

Im Sog der Aufmerksamkeitsspirale

Wir tun all diese Dinge, weil wir uns an der Logik der Massenmedien orientieren. Nicht nur, aber auch, weil wir uns davon Aufmerksamkeit versprechen – die Währung der Massenmedien und die Währung einer auf Erfolg getrimmten Gesellschaft. Familie wird heute nicht zuletzt deshalb anders gelebt als vor 30, 40 Jahren, weil uns die Medien beeinflussen – direkt, in Form neuer digitaler Kommunikationsformen, und indirekt.

Medienformate, Darstellungsformen, Berichterstattungsmuster, die einer spezifischen Medienlogik folgen – immer reißerischere Überschriften, immer schnellere Aktualisierung von Online-Artikeln, immer intimere Einblicke in das Leben von Prominenten, immer schnellere Schnitte in YouTube-Videos –, konstruieren eine Wirklichkeit, die wir in unsere Einschätzungen, Bewertungen und Verhaltensoptionen einfließen lassen. Mit weitreichenden Folgen. Wenn wir plötzlich glauben, dass ein gelungenes Familienleben

nur möglich ist, wenn eine originelle Freizeitbeschäftigung die nächste jagt, dann bleibt kaum Zeit, um die Familie als Rückzugsort zu erhalten.

Moderner Familienstress hat viel mit neuen Programmen zu tun, die wir aus den Massenmedien übernommen haben. So musste sich der öffentlich-rechtliche Rundfunk beispielsweise den unterhaltungsorientierten Formaten der Privatsender annähern, um höhere Einschaltquoten zu erzielen. Damit einher gingen Strategien der Aufmerksamkeitsmaximierung. Noch schönere Moderatorinnen, noch streitlustigere Talkrunden, mehr Silbereisen, weniger Report aus Mainz. Diese Inhalte leben von Ungewöhnlichem, Spannendem, Aufregendem – und wir saugen sie auf. Der Wunsch, ein besonderes Leben zu führen und den eintönigen Alltag zu verknappen, setzt uns unter einen Inszenierungsdruck, der eine Aufmerksamkeitsspirale auslöst und Familien in Konkurrenz zueinander bringt. Das ist mehr als kontraproduktiv. Wo gegenseitiges Verständnis herrschen und Solidarität gelebt werden sollte, achtet man plötzlich darauf, die Nachbarn zu übertrumpfen. Aber je mehr Energie wir auf die Organisation des abwechslungsreichen Schaufensterlebens investieren, desto weniger bleibt für das, was Familie ausmacht: Liebe, Intimität, Gemeinsamkeit, Vertrauen. Das bedeutet aber erfreulicherweise im Umkehrschluss, dass diese Prozesse reflektiert und eventuell sogar aufgehalten werden können.

Kind mit Schultüte, Kind auf Fahrrad, Kind im Planschbecken: Täglich posten Tausende Eltern Fotos ihrer Sprösslinge auf Facebook und Instagram. In einer (nicht repräsentativen, aber dennoch aufschlussreichen) Umfrage unter mehr als 6 000 Müttern aus zehn Ländern gaben über zwei Drittel (67 Prozent) der befragten deutschen Mütter an, schon einmal ein Foto vom Nachwuchs ins Internet gestellt zu haben.⁷

Die meisten Bilder sind süß, ja, aber sind sie harmlos? Der Cyberkriminologe Thomas-Gabriel Rüdiger spricht von elterlichem »digitalen Narzissmus«, der zur Gefahr für Kinder werden könnte, etwa wenn Pädophile explizit nach solchen Motiven suchen, »um sich daran zu ergötzen«⁸. Der Medienethiker Oliver Zöllner wünscht sich mehr Privatsphäre für Kinder⁹ und stellt eine zentrale Frage: »Wo ist der große Gewinn dabei, Bilder von seinen Kindern zu posten?«

Ich bin überzeugt davon: Der Gewinn heißt Aufmerksamkeit. In der modernen Mediengesellschaft hat sich Aufmerksamkeit zu einer zentralen Ressource entwickelt, bezahlt wird mit Klicks und Likes. Wie wir die bekommen, das zeigen uns die Massenmedien Tag für Tag, live und in Farbe. Wir haben gelernt, dass es gerade die originellen, ausgefallenen, spektakulären Inhalte sind, die Beachtung finden. Darüber hinaus – und hier kommt ein zweiter Gedanke ins Spiel – haben wir die massenmedialen Selektions-, Präsentations- und Interpretationsmuster unbewusst in unser Denken und Handeln integriert. Ausgewählt, hochgeladen und kommentiert werden nur Inhalte, die für Aufmerksamkeit sorgen. Wen interessiert schon, dass die Gorillas im städtischen Zoo zehn Stunden am Tag schlafen. Aber »Oralsex im Affenhaus«¹⁰ sorgt für Millionen Klicks. Das wissen wir, deshalb orientieren wir uns an Superlativen.

Auch die eigentlich durch Privatheit und Intimität gekennzeichnete Familie kann sich diesem Trend nicht entziehen. Sie transformiert ihre Leitbilder, ihre Lebensweise und damit sich selbst. Es mag zunächst absurd erscheinen, einen Zusammenhang zwischen der Logik der Massenmedien und einem Kindergeburtstag im Kletterpark herzustellen. Unter den Bedingungen der Medialisierung ist es jedoch wahrscheinlich, dass Eltern – und im Nachgang die Kinder – bei der Planung die-

ses »Events« kaum mehr an Topfschlagen und Sackhüpfen denken.

Natürlich ist es ein uraltes menschliches Grundbedürfnis, wahrgenommen und geschätzt zu werden. Der Stellenwert, den wir der Anerkennung durch unsere Mitmenschen zuschreiben, hat sich in den vergangenen Jahrzehnten jedoch stark erhöht. Aufmerksamkeit hat sich zu einem Selbstzweck entwickelt, zu einer neuen »Währung«¹. Denn wir leben heute nicht nur in einer Überfluss-, sondern auch in einer Mediengesellschaft. Und der geht Aufmerksamkeit über alles.

Familie braucht keine Zuschauer? Von wegen!

Die Idee einer zunehmenden Medialisierung der Gesellschaft geht auf einen relativ einfachen Gedanken zurück: Wir alle sind mit Massenmedien aufgewachsen. Wir haben gelernt, wie sie »ticken«. Und wir haben die Erfahrung gemacht, dass die Medien etwas können, das hilfreich sein kann: Sie stellen Öffentlichkeit her, sie generieren Aufmerksamkeit. Wer etwas verkaufen will, wer etwas bekannt machen will, wer Unterstützung haben will, braucht mediale Aufmerksamkeit, um Breitenwirkung zu erzielen. Sonst weiß keiner, dass es ein neues iPhone gibt, dass am Dienstag der Gemeinderat tagt oder dass Freiwillige für ein Benefizkonzert gesucht werden.

Die Medien haben ganz eigene Regeln, die darüber entscheiden, ob etwas berichtenswert ist oder nicht¹. Diese Regeln, diese Logik, haben wir verinnerlicht. Wir wissen (oder zumindest erahnen wir), dass es einzigartige, exklusive, originelle, dramatische Ereignisse öfter in die Medien schaffen. Dass es hilft, wenn ein Promi vorkommt oder alles schön bebildert ist. Wenn wir also selbst Aufmerksamkeit erzielen wollen, orientieren wir uns an dieser Logik, wir passen uns an die Bedingungen der Mediengesellschaft an. Das kann völlig unbewusst geschehen, denn die Medienlogik hat sich zum Betriebsmodus einer auf Sichtbarkeit fixierten Gesellschaft entwickelt.

Wirtschaft und Politik unterhalten hochprofessionelle Presseabteilungen, deren Aufgabe es ist, auf die Vermittlungsleistung

der Massenmedien zuzugreifen und – das versteht sich – die öffentliche Meinung auf diese Weise zu beeinflussen. Problematisch ist, dass dabei das Kräfteverhältnis immer ungleicher wird. Auf einen Journalisten kommen mittlerweile sechs PR-Profis²; während die Redaktionen weiter schrumpfen, rüstet die Öffentlichkeitsarbeit auf. Sie wissen, dass die Chance auf Berichterstattung ihrer Themen umso größer ist, desto mehr sie sich an die Mediengesetze halten.

Beispiel Wirtschaft: Ein Bestattungsunternehmen schafft es in der Regel nicht in die Zeitung, das Geschäft mit dem Tod ist wenig attraktiv. Es sei denn, man passt sich an die Medienlogik an und macht etwas Spektakuläres. Ein Bestatter aus Hamm ließ deshalb Plakate mit dem Appell »Probeliegen. Denn es betrifft jeden« kleben. Die Werbung zeigte Wirkung: Die *Süddeutsche Zeitung* (und nicht nur die) brachte die Geschichte.³ Beispiel Politik: Hessens FDP-Vorsitzender Jörg-Uwe Hahn lädt Zeitungen und Fernsehstationen ein, die ihm zum Auftakt des Wahlkampfs beim Plakatieren zusehen sollen. Beispiel Wissenschaft: »Universitäten umwerben gezielt mediengewandte Wissenschaftler, denn nichts steigert den Bekanntheitsgrad mehr als häufige Präsenz in der Öffentlichkeit«. (An dieser Stelle sei erwähnt, dass der Virologe Christian Drosten für seinen *NDR*-Podcast zu Corona den Grimme-Preis bekommen hat.) Beispiel Bildung: Lehrer beklagen sich einhellig darüber, dass Schulleiter immer mehr Veranstaltungen anregen, damit ihre Schule regelmäßig in der Presse erwähnt wird. Positiv natürlich.

In komplexen, ausdifferenzierten Gesellschaften bemühen sich andere Funktionssysteme also um mediale Aufmerksamkeit, während die Massenmedien selbst am »Aufmerksamkeitstropf« hängen. Ohne Leser, Zuschauer, User, Follower fällt ihr Erlösmodell in sich zusammen. Als Koppelprodukt richten sich Zei-

tungen, Fernsehsender und soziale Netzwerke gleichermaßen an Rezipienten und werbetreibende Wirtschaft. Letztere interessiert sich in erster Linie für Kontakte. Je mehr potenzielle Kunden sie über ein Medium erreichen können, desto mehr sind Unternehmen bereit, für Anzeigen zu bezahlen.

Dazu kommt: Mit der Ausdifferenzierung des Mediensystems in den vergangenen 40 Jahren – Einführung des Privatrundfunks, Siegeszug des Internets, Etablierung sozialer Netzwerke – haben sich seine Strukturen verändert. Es sind neue Akteure aufgetaucht (zum Beispiel Google), die die etablierten Medien (zum Beispiel den öffentlich-rechtlichen Rundfunk) dazu zwangen, ihre Ressourcen umzuschichten (zum Beispiel Online-Redaktionen aufzustocken, Print-Redaktionen zu verkleinern), neue Strategien (zum Beispiel suchmaschinenoptimierte Überschriften) zu entwickeln⁴ und Aufmerksamkeitsmaximierung zu betreiben.⁵

Je stärker eine Gesellschaft von konkurrierenden Medien durchdrungen ist, je stärker sich also das Aufmerksamkeitsregime festsetzt, desto lauter (und provokanter) muss man sein, um eine Talkshoweinladung zu bekommen. Der krakeelende Thilo Sarrazin und Peer Steinbrück als SPD-Kanzlerkandidat mit ausgestrecktem Mittelfinger haben sich vielleicht nicht beliebt gemacht – aber sie haben sich ins Gespräch gebracht, denn Skandalberichterstattung, das hat ein Team von Kommunikationswissenschaftlern um Volker Gehrau herausgefunden,⁶ erreicht praktisch jeden.

Ein Quotenhit waren 2020 Fotos von Influencern, die »einen ungewöhnlichen Blick hinter die Kulissen ihrer Bilder« gaben. Ohne Photoshop etc., quasi ganz authentisch. Eine Gegenbewegung zum durchgestylten Perfektionismus? Wohl kaum. Denn auch dieses Setting folgt nur dem Anspruch der Medienlogik:

immer hübsch außergewöhnlich, mal was Neues. Und selbst auf diesen Fotos, die ja angeblich so naturnah und völlig ungestellt daherkommen, kann zumindest ich nur schöne Menschen erkennen.⁷

Was hat die Medialisierung der Gesellschaft mit Familie zu tun?

Schön und gut, könnte man sagen, das mag ja alles sein. Aber Familien schreiben keine Pressemitteilungen, sie wollen nichts verkaufen und nicht gewählt werden. Richtig. Und dennoch wissen Mütter, Väter und Kinder um die Medienlogik, weil sie durch das massenmediale Dauerfeuerwerk ununterbrochen auf Unterhaltung und Selbstinszenierung getrimmt werden, seit frühester Kindheit, bis zu zehn Stunden am Tag. Darüber hinaus – und das scheint mir ein ganz wesentlicher Gedanke zu sein – ist Familie als Lebensmodell heutzutage erklärungsbedürftig.

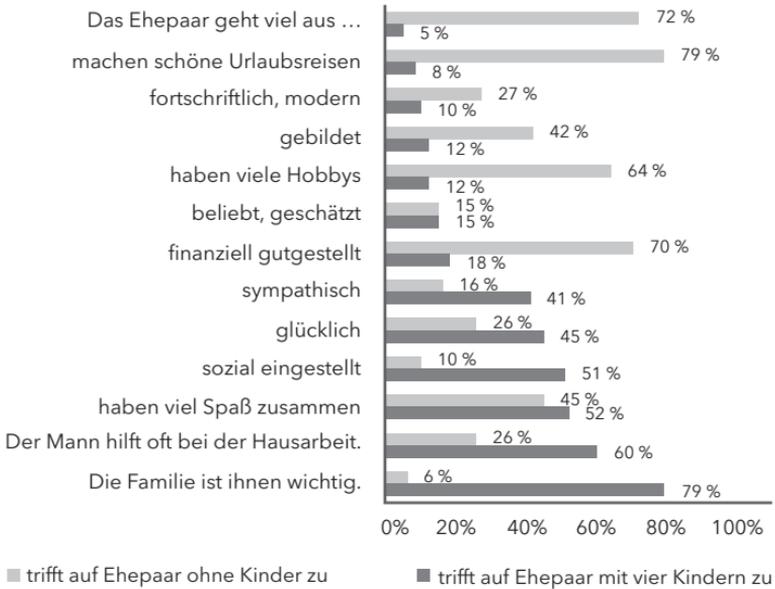
2010 lebte in Deutschland zum ersten Mal weniger als die Hälfte der Bevölkerung in einer Familie.⁸ 2019 gab es in Deutschland 11,6 Millionen Familien, 1996 waren es noch 13,2 Millionen.⁹ Nur noch in knapp 28 Prozent der deutschen Haushalte leben Eltern mit ihren minderjährigen Kindern (1996 waren es noch 35,3 Prozent),¹⁰ in München sind bereits mehr als die Hälfte Ein-Personen-Haushalte¹¹. Will heißen: Familie ist nicht mehr selbstverständlich, sie wird nur mehr von einer Minderheit gelebt und gerät damit ins Hintertreffen (das haben nicht zuletzt die wenig frauen-, kinder- und familienfreundlichen Maßnahmen der Coronapolitik offenbart).

Kinder erscheinen zunehmend als Luxus, da sie ausschließlich einen emotionalen Wert haben (Lebensrisiken sichern wir

mit Kranken- und Rentenversicherung ab) und extrem teuer sind. Eltern, die für Kinder zumindest vorübergehend aus dem Erwerbsleben ausscheiden oder keiner Vollzeitbeschäftigung nachgehen, verzichten auf Einkommen und bekommen später ein niedrigeres Altersruhegeld. Aber: Kinder verheißen eine lebenslange tiefe Bindung, die keine andere Person garantieren kann, und steigern über ihren Statusnutzen (wir denken an das geigende Kind auf Instagram) und ihren emotionalen Nutzen die soziale Anerkennung.¹²

Wobei der Statusnutzen an Bedeutung verliert und kinderreiche Familien sogar zunehmend stigmatisiert werden. Die Familienleitbild-Studie des Bundesinstituts für Bevölkerungsforschung kam zu dem Schluss, dass kinderreiche Familien aus Sicht der Allgemeinheit in Deutschland als »asozial« gelten. Diese Einschätzung nahm innerhalb von nur vier Jahren von 72 auf 82 Prozent zu. »Das negative Image kinderreicher Familien ist in Deutschland sehr verbreitet.«¹³ So geht die Mehrheit der Bevölkerung davon aus, dass Paare ohne Kinder moderner und gebildeter, aktiver und unternehmungslustiger und außerdem finanziell bessergestellt sind als eine Familie mit vier Kindern¹⁴. Die Ergebnisse zeigen aber auch, dass 45 Prozent der Befragten glauben, dass das kinderreiche Paar glücklich ist, während nur 26 Prozent der Meinung sind, dass das auf das kinderlose Paar zutrifft.

Das Image von kinderreichen/kinderlosen Paaren (Anteil der Befragten in Prozent)



(eigene Darstellung; Quelle: *Bild am Sonntag* 2011; Frage: »Welche von diesen Eigenschaften treffen wahrscheinlich auf ein Ehepaar mit vier Kindern (ohne Kinder) zu?«
Datenbasis: repräsentative Befragung der deutschen Bevölkerung ab 16 Jahre, Institut für Demoskopie Allensbach)

Verdammt zum Glückhsein

In einer auf Arbeit und Leistung ausgerichteten Gesellschaft wird die Entscheidung für ein Kind zu einer folgenreichen. Weniger Geld, geringerer Status, eingeschränkte Freiheit. Wer all das weiß und trotzdem eine Familie gründet, muss sich dafür rechtfertigen. Die Multioptions- und Entscheidungsgesellschaft verlangt von ihren Mitgliedern, sich jeden Schritt sorgfältig zu überlegen – wer mit den Widrigkeiten der Elternschaft überfordert

oder unglücklich ist, hat sich das selbst zuzuschreiben. Wer unglücklich ist und nicht zeigen kann, wie viel Liebe Partner und Kinder ihm schenken, hat versagt. Der Wert von Kindern und Familie bemisst sich danach, wie stark das zweite oben genannte Grundbedürfnis gestillt werden kann: Anerkennung. Und die bekommt in einer medialisierten Gesellschaft nur der, dem es gelingt, Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen. Der es schafft, sein Glück, die Liebe in Szene zu setzen.

Dafür liefern uns die Medien Leitbilder. Forscher des Bundesinstituts für Bevölkerungsforschung haben herausgefunden, dass Menschen dazu neigen, sich ihre Zukunft in der Familie in »Skript-artigen Vorstellungen« als »Szenen« auszumalen¹⁵. Das ist kein Wunder. Wie etwa eine Traumhochzeit choreografiert sein muss, erklären uns Hollywood (siehe Jennifer Lopez in »Wedding Planner«) oder der deutsche Hochzeitsplaner Frank »Froonck« Matthée auf Vox. Ein Motto muss die Feier haben, eine originelle Location und ein minutiös geplantes Programm. Alles muss stimmen.

Die Soziologin Arlie Russell Hochschild versucht in ihrem Buch *The Outsourced Self*¹⁶, herauszufinden, warum rund 10 Prozent der amerikanischen Brautpaare einen professionellen Dienstleister beauftragen, um ihre Hochzeit zu planen. Eine von Hochschild befragte junge Frau – Akademikerin, karriereorientiert, gut situiert – legte die komplette Organisation in die Hände eines Wedding Planers und feierte schließlich mit 150 geladenen Gästen in einem angemieteten Herrenhaus. Neben Blumenarrangements, einer Salsa-Band und einem Fotografen sorgte der Hochzeitsplaner für ein »unique theme«, das sich konsequent durchzog. Die Trauung der Mutter 50 Jahre zuvor hatte dagegen einen wesentlich einfacheren Rahmen: selbst gemachter Kuchen und Punsch im Eingangsbereich der Kirche.

Das Dilemma moderner Elternschaft: Anything goes

Moderne Paare haben den Anspruch, alles unter einen Hut zu bringen: erfüllende Liebesbeziehung, zwei tolle Jobs, Urlaub, Freizeit, Kind. Die Soziologin Michaela Kreyenfeld geht davon aus, dass ein Kind in der Vorstellung junger Akademiker zum perfekten Lebenslauf gehört¹⁷. In der Regel folgt die Familiengründung auf einen erfolgreichen Berufseinstieg und ein paar Jahre Partnerschaft ohne Trauschein (aber voller Wellness-Wochenenden und exotischer Urlaubsreisen). Damit rundet das Kind das Bild von der gelungenen »Normalbiografie« ab. Gelingt es nicht, dieses Drehbuch zu leben, etwa aufgrund eines unerfüllten Kinderwunsches, geraten viele Paare in eine Krise.¹⁸ Im Extremfall haben sie bereits ein Haus mit zwei Kinderzimmern gebaut und müssen feststellen, dass diese ungenutzt bleiben werden. Dann platzt der Mittelschichttraum.

Alles haben wollen – das könnte ein Symptom der medialisierten Gesellschaft sein. Gerade die junge Generation leidet unter dem Gefühl, alles gleichzeitig machen zu müssen. In einem Beitrag der *Süddeutschen Zeitung* beschreibt eine Studentin Anfang 20 ihre Erwartungen an Familie und Glück:

Auch mir würde es nicht reichen, irgendwann nur zu Hause bei meinen Kindern zu sein. Ich will beides haben, Familie und Arbeit. Mein Mann und ich müssten uns die Arbeit im Haushalt auf jeden Fall teilen – und er seinen Job so flexibel gestalten können, dass das auch wirklich funktioniert. [...] Generell hat es unsere Generation einfach schwer, sich festzulegen. [...] Es gibt so viele Möglichkeiten. Genau das ist das Problem: Uns steht die Welt offen. Ich kann eigent-

lich tun und lassen, was ich will, und doch gibt es diesen Druck, möglichst jung möglichst viel möglichst Außergewöhnliches zu machen.¹⁹

Nur wer durch seine besonderen Leistungen auffällt, bekommt Anerkennung. Eine Familie zu gründen und durch Partnerschaft und Kinder daran gehindert zu werden, sämtliche Optionen auszutesten, erscheint weniger erstrebenswert. Wenn man sich für eine Familie entscheidet, muss sichergestellt sein, dass nur wenige Abstriche zu machen sind. In der Konsequenz verzichtet man lieber auf ein (weiteres) Kind.

So wie Lisa Rüffer, eine freie Journalistin aus München. Sie und ihr Mann durchlebten nach der Geburt ihrer Tochter eine anstrengende Babyzeit. Das Leben in München ist teuer, beide mussten und wollten weiterhin arbeiten, das Kind schrie ganze Nächte durch. Rüffer wünschte sich ein zweites Kind, allein der Gedanke daran stürzte sie jedoch in eine »Existenzkrise«. Sie glaubt, dass ihre Partnerschaft daran zerbrochen wäre. Sie glaubt auch, dass sie sich vielleicht für ein zweites Kind entschieden hätte, wenn

die Rahmenbedingungen andere gewesen wären. Wenn wir in einer Gesellschaft leben würden, in der Kinder zum Beispiel ein Grundeinkommen erhalten, das alle als eine sinnvolle Investition verstehen. In der Vollzeit arbeiten für Mütter und Väter bedeutet, nicht mehr als 30 Stunden pro Woche im Büro zu sitzen, und zwar gänzlich vom schlechten Gewissen entkoppelt. [...] Ich werde nicht mehr erleben, dass es zu solchen Veränderungen kommen wird, zumindest nicht als Mutter eines kleinen Kindes. Was mir bleibt, ist jedoch die Liebe, die man nur mit Kind erfährt. Und dafür reicht auch eins.²⁰

