

# (Selbst-)Darstellung von Mädchen auf Instagram und Co.

Text von K.Kuba

## Posen, Posen ..

Häufig sieht man auf Insta die selben Posen: das zur Seite ausgestellte Bein, der vermeintlich zufällige Blick über die Schulter, die Hände in den Haaren. Zu lächeln ist immer wichtig. Gute Laune kommt gut an und liefert ein scheinbar perfektes Leben. Mit dem richtigen Bild und den entsprechenden Likes steigt das Gefühl dazuzugehören. Dr. Maya GÖTZ hat die Selbstinszenierung von Mädchen auf Instagram erforscht. Über 300 Posts von erfolgreichen Influencerinnen wurden dabei untersucht. In der Studie mit fast 900 Teilnehmerinnen zeigte sich, dass Gestik und Mimik prominenter Influencerinnen oft nachgeahmt werden. Häufig wurden auch Filter verwendet, um Brüste größer, Lippen voller und Figuren schlanker zu machen.

Schminktipp kommen nahezu ausnahmslos von Frauen. Bei Kylie Jenner und Caro Daur dreht sich beinahe alles ums Aussehen. Das wichtigste scheinen Klamotten und Schminktipp zu sein. Diesen Tipps folgen Millionen. Tausende imitieren Posen, besuchen dieselben Orte und kaufen die gehypten Produkte.

Die neuen weiblichen Stars sind auf Social Media zuhause, wo sich richtig viel Geld verdienen lässt.

Erfolgreich sind insbesondere Frauen, die langbeinig, dünn und langhaarig sind. Wer dies kopiert, kann scheinbar auch im echten Leben eine Menge Likes ergattern.

Sexy Posen gehören scheinbar dazu und verkaufen sich wie man an Katja Krasavice (3,6 Millionen Follower) erkennt. Man nennt es schönfärberisch Bodypositivity, manche finden es einfach nackt oder billig.



Dass Frauen so viel mehr können als hübsch zu sein zeigt sich in den Instaposts selten. Doch es gibt solche Influencerinnen auch. Mit der Maurermeisterin Julia Schäfer oder der Installateurin Sandra Hunke zeigen Handwerkerinnen, was sie draufhaben. Die Reichweite ist im Vergleich allerdings (noch?) gering. Frauen im Blaumann verkaufen sich offensichtlich nicht.

# Zeit für ein neues Frauenbild?

Mehr Erfolg haben da schon die Mama-Influencerinnen auf Instagram. Sie zeigen ihr Mutterglück genauso wie durchwachte Nächte oder Babyparties. Wer Klicks und Likes als digitale Währung begreift, fühlt sich in voremanzipatorische Zeiten zurückgeflast.

Frauen als erfolgreiche Wissenschaftlerinnen oder Managerinnen gibt es im echten Leben, jedoch kaum auf der Selbstdarstellungsplattform Instagram. Schlanke 26 000 Follower:innen hat der Account der Wissenschaftlerin Amelie, die Einblick in ihren Forschungsalltag gibt.

## Zurück an den Herd?

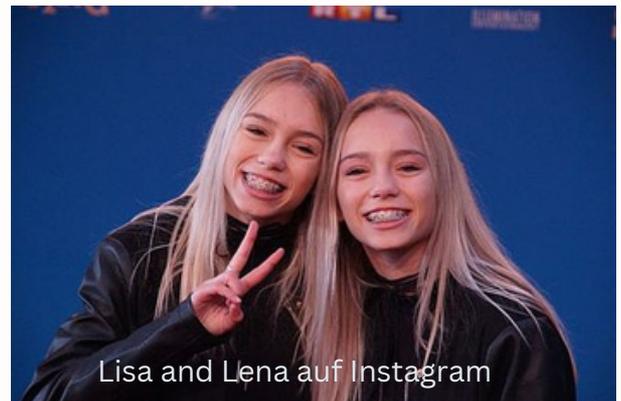
Mehr Likes ergattern andere. Emmas Lieblingsstücke oder Backen mit Christina - hier stehen die Frauen am Herd bzw. am Backrohr. Das gefällt den Follower:innen!



Emmas Lieblingsstücke auf Instagram

Das Ergebnis der Malisa-Studie zeigt eines ganz klar: um als männlicher Influencer Erfolg zu haben, sollte man Talent haben und bestenfalls Fußballer oder Sänger sein. Toni Kroos führt hier das Ranking der erfolgreichsten Instagrammer vor Mesut Özil an. Kicker sind hier voran.

Bei Frauen hingegen reicht es unter Umständen schon schön zu sein. Hier wird nicht mehr nach Talent entschieden, sondern nach Optik. Ob das Aussehen dabei durch Filter oder den Schönheitschirurg verbessert wurde, ist nebensächlich.



Lisa and Lena auf Instagram

## Freunde für immer

Lisa und Lena sind auf Instagram eine erfrischende Ausnahme. Sie bedienen ihre 19,4 Millionen Follower:innen, indem sie sich als Freundinnen fürs Leben zeigen. Sie sind die netten Mädels von nebenan und einfach süß.

Bei ihnen geht es nicht um nackte Haut oder Talent. Sie wirken echt und ungefiltert. Zudem nutzen sie ihren Status und sind kritisch. Ihre ersten Schritte in den Sozialen Medien haben sie auf TikTok gemacht. Diese Plattform haben sie aus Datenschutzgründen verlassen. Auch über ihre Adoption sprechen sie offen. Den Sprung ins Filmbusiness haben sie 2023 geschafft. Als Skatergirls sind sie demnächst auf der Leinwand zu sehen.