

ANNA SEETHALER

## Hannah Neeleman

### »Queen der Tradwives«?

Als »a married woman, especially one who posts on social media, who stays at home doing cooking, cleaning, etc. and has children that she takes care of. Tradwife is short for traditional wife«, definiert das Cambridge Dictionary seit 2025 den Begriff ›tradwife‹.<sup>1</sup> Hannah Neeleman sei eine »tradwife«, so *Der Spiegel*, sogar »the queen of the trad wives«, so das *Sunday Times Magazine*.<sup>2</sup> Doch Neeleman lehnt das Label ab – sie sei zwar traditionell, wenn es um die Konstellation aus Mann, Frau und deren Kinder ginge, würde aber ebenso viele neue Wege gehen.<sup>3</sup> Ob und wie freiwillig Neeleman eine ›tradwife‹ ist, wurde seither in Online-Magazinen und Kommentaren unter zahlreichen Postings der Influencerin diskutiert.<sup>4</sup> Und eine Königin? In einem Post zum Besuch der Ausstellung »Princess Diana & The Royals« 2024 in Las Vegas hebt Neeleman die Nähe zwischen sich und Lady Di, einer der medienwirksamsten Vertreter:innen des britischen Königshauses, hervor: Ballett-Hintergrund, Blumen-Affinität, Liebe zu Mode, Schönheit, ihren Kindern wie ihren Fans – und das gleiche Hochzeitsdatum, nur um Jahre versetzt.<sup>5</sup> Ihrer über 10 Millionen starken Gefolgschaft in den sozialen

1 »Tradwife«, *Cambridge Dictionary Online* o.D., <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/tradwife> (Zugriff: 07.11.2025).

2 Vgl. Charlotte Lüder, »Melken und Missionieren«, *Der Spiegel* 24.01.2025, <https://www.spiegel.de/netzwelt/tradwives-auf-instagram-und-tiktok-wie-die-mormonen-den-erfolg-steuern-und-davon-profitieren-a-8feca5f9-59e5-4f7d-a750-0254d92d4678> (Zugriff: 07.11.2025); Megan Agnew, »Meet the queen of the ›trad wives‹ (and her eight children)«, *The Sunday Times Magazine* 20.07.2024, <https://www.thetimes.com/magazines/the-sunday-times-magazine/article/meet-the-queen-of-the-trad-wives-and-her-eight-children-plfr5ocgk?msoclid=odb6f116b80962ea13e4e76eb9ea6350> (Zugriff: 07.11.2025).

3 Vgl. ebd.

4 Vgl. bspw. Kimberley Aguirre, »Ballerina Farm influencer slams ›attack‹ on family. What to know about ›tradwife‹ controversy«, *Los Angeles Times* 02.08.2024, <https://www.latimes.com/entertainment-arts/story/2024-08-02/ballerina-farm-controversy-explained-tradwife-article-hannah-neeleman> (Zugriff: 07.11.2025); Lüder, »Melken und Missionieren«.

5 Vgl. Hannah Neeleman [@ballerinafarm], »Mrs. World Pt1« [Video] *Instagram*, <https://www.instagram.com/stories/highlights/17968742717688322/> (Zugriff: 07.11.2025).

Medien erzählt Neeleman ein ›traditionelles‹ Rollenbild in einer tugendhaften Familie ohne offene politische Bekenntnisse und Aufforderungen – ganz wie es sich einer Königin geziemt. Und wie Lady Di wird Hannah Neeleman zu einem Star mit und in diesen Medien ihrer Gegenwart.

### »I wear many hats«

Es wird vermarktet, verkauft, verdient – was Neeleman auf ihrer Website nicht verschweigt: »I wear many hats – mom, wife, cook, business owner, content creator, lover of god and all things butter.«<sup>6</sup> Ihre Selbstauskunft scheint ebenso offen wie die Einblicke in ihr Leben auf einer Farm in Utah. Doch welche Botschaft vermittelt Neeleman ihrem Publikum und ihren Kund:innen mit diesen Worten – und welche narrativen Strategien setzt sie dabei ein?

### »mom«

»All I ever wanted was to be a mother«<sup>7</sup> – ein Wunsch, der Neeleman bisher neunmal in Erfüllung gegangen ist mit Henry (\*2012), Charles (\*2013), George (\*2015), Frances (\*2017), Lois (\*2019), Martha (\*2020), (\*2022), Flora (\*2024) und Greta Jean (\*2026). In ihren medialen Auftritten konstruiert sie eine sinnstiftende Erzählung ihrer Mutterschaft. Dieses Narrativ basiert auf einer Selbstinszenierung, die religiöse Sinnzuschreibungen, familiäre Harmonie und weibliche Selbstbestimmung miteinander verschränkt. Auch wenn Neeleman keineswegs von geplanten Schwangerschaften spricht – für die Zeitpunkte vertraue sie auf Gott<sup>8</sup> –, wird eine souveräne Selbstverwirklichung etabliert. Bei der Mrs. American-Wahl 2023 beantwortet Neeleman die Frage, wann sie sich am stärksten gefühlt habe, mit einem Verweis auf die Geburten ihrer Kinder: »I have felt this feeling seven times now as I bring these sacred souls to the earth. [...] The feeling of motherhood and bringing them to the earth is the most empowering feeling I have ever felt.«<sup>9</sup> Rhetorisch

6 Hannah Neeleman, »About Us«, *BallerinaFarm*, Website, Letzte Aktualisierung: 20.10.2025, <https://ballerinafarm.com/pages/about-us> (Zugriff: 07.11.2025).

7 Hannah Neeleman [@ballerinafarm], »All I ever wanted was to be a mother« [Foto], *Instagram* 25.7.2020, [https://www.instagram.com/p/CDDAnacgYYC/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/CDDAnacgYYC/?img_index=1) (Zugriff: 07.11.2025).

8 Vgl. Agnew, »Meet the queen«.

9 Hannah Neeleman [@ballerinafarm], »Final onstage question for Top 3« [Video], *Instagram* 26.08.2023, <https://www.instagram.com/reel/CwbAFD1gn9f/> (Zugriff: 07.11.2025).

und visuell ausgefeilt zeichnet Neeleman in der Darstellung ihrer Mutterschaft und Kindererziehung ein Familienbild voll Geborgenheit, Einfachheit und (Selbst-)Bestimmung. Geburten erscheinen in Bild und Video als fast idyllische Ereignisse: Hausgeburten im Familienkreis, begleitet von einer Hebamme, ohne ärztliche Intervention oder Schmerzmittel. Komplikationen werden nicht erzählt; dass zwei Geburten im Krankenhaus stattfanden, wird zwar nicht verschwiegen, doch die Gründe dafür bleiben unerwähnt. Das Nicht-Erzählte trägt wesentlich zum Bild einer idealisierten und vor allem selbstbestimmten Mutterschaft bei: Unterstützung von außen durch Nanny oder Haushaltshilfe bleibt unsichtbar und wird nur vereinzelt in Nebensätzen erkennbar. Ausführlicher werden Geschwisterbeziehungen als solidarisch, fürsorglich und entlastend für die Eltern inszeniert: »The children are wild, hardworking and the best of friends.«<sup>10</sup> Ein besonders illustres Beispiel ist dabei die Geburt des siebten Kindes Mabel, bei welchem der zweite Sohn Charles die Nabelschnur durchtrennt.<sup>11</sup> Mit eiserner Disziplin, so wird es erzählt, schafft Neeleman es, sich ausreichend um sich selbst zu kümmern und bereits wenige Tage nach einer Geburt wieder zu einem Schönheitswettbewerb anzutreten.<sup>12</sup> Die Kernfamilie als funktionierende Keimzelle der Gesellschaft ist ein Bild, das durch die Arbeitsteilung zwischen Söhnen und Töchtern zunehmend verstärkt wird. Nicht explizit wird die unterschiedliche Werteerziehung der Kinder kommuniziert, aber in einigen Posts sind es die Töchter, die sich gerne freiwillig um die Mutter kümmern, und jüngst selbst ein Kochvideo drehen, während die Söhne auf der Farm sind.<sup>13</sup> Als »fruchtbar« und »gesegnet«<sup>14</sup> wird die Familie als Keimzelle von Gesellschaft und Glauben in der Selbstbeschreibung symbolisch überhöht.

### »wife«

Die Eheschließung sei die beste Entscheidung, die sie je traf, so Neeleman, und rahmt die seit 2011 andauernde Ehe retrospektiv als stimmige Erzählung auf allen Medienplattformen. Als »Co-Owner, Co-Parents,

10 Neeleman, »About Us«.

11 Hannah Neeleman [@ballerinafarm], »Homebirth« [Video], *Instagram*, <https://www.instagram.com/stories/highlights/17928087263262122/> (Zugriff: 07.11.2025).

12 Vgl. Neeleman [@ballerinafarm], »Mrs. World Pt1«.

13 Vgl. Hannah Neeleman [@ballerinafarm], »We were certain that our new protein flavour...« [Video], *Instagram* 06.11.2025, <https://www.instagram.com/p/DQtLdmNEWmr/> (Zugriff: 07.11.2025); Neeleman [@ballerinafarm], »All I ever wanted was to be a mother«.

14 Neeleman, »About Us«.

Co-Ceos«<sup>15</sup> bezeichnet Neeleman sich und ihren Ehemann Daniel in einer gleichberechtigten Beziehung mit nach Können und Begabungen verteilten Aufgaben, die nur so das Unternehmen, die Familie, auf Erfolgskurs halten könnten. Fröhliche und liebevolle Bilder des Paares mit und ohne Kinder oder Farm legen als Einblicke auf Website und Social-Media-Kanälen beider Neelemans Zeugnis ab vom harmonischen Alltag familiärer Verbundenheit. Sieht Susan Sontag bereits in Fotografien die Macht, die Institution Familie zu festigen, ist die Präsentation von (Bewegt-)Bildmaterial auf sozialen Plattformen der nächste, performative Schritt.<sup>16</sup> Mit Bildern hinter der Kamera stützt Ehemann Daniel die Erzählung seiner Frau Hannah und komplettiert mit seinen Einblicken in die Arbeit auf der Farm Hannahs Bild der Arbeit im Haus. Ihre Energie und Geduld hebt der Ehemann anerkennend hervor, ihr perfekter Körper und die dennoch beibehaltene Bescheidenheit wird von den Jurys ihrer Schönheitswettbewerbe honoriert – zuletzt zehn Tage nach der Geburt ihres achten Kindes.<sup>17</sup> Angereichert wird der Blick auf Neeleman durch eine Zutat, die bei kaum einer im Ringlicht der Social-Media-Öffentlichkeit präsentierten Idylle fehlen darf: eine Verschwörungstheorie. 2024 veröffentlichte das *Sunday Times Magazine* einen Artikel, der das sonst selbstbestimmte Narrativ Neelemans um eine katastrophistisch vereinfachte Außenperspektive ergänzte: Hannah Neeleman sei gegen ihren Willen eine Ballerina mit Farm und habe nicht die Möglichkeit, dies zu kommunizieren. Zwar fehlt den Forderungen nach einer Befreiung von Neeleman, im Gegensatz zur »#FreeBritney«-Bewegung, ein eigener Name, doch ist die Bewegung beachtenswert, da Neeleman selbst versuchte, das Narrativ mit einer Videobotschaft zu korrigieren – die um sie besorgten Fans jedoch mit ihrem Versuch zur Entkräftigung lediglich den Verdacht bestärkte.<sup>18</sup>

### »cook«

Eng gebunden an die Rolle als Ehefrau ist für Neeleman ihre Karriere als Köchin: in weniger als 15 Jahren vom Tiefkühlessen zum eigenen Rezept

15 Hannah Neeleman [@ballerinafarm], »What I've been thinking lately...« [Video], *Instagram* 31.07.2024, <https://www.instagram.com/p/C-GeBacSJx2/> (Zugriff: 07.11.2025).

16 Susan Sontag, *Über Fotografie*, München: Hanser 2017 [1977], S. 15.

17 Vgl. Hannah Neeleman [@ballerinafarm], »I did my first pageant when I was 18...« [Video], *Instagram* 27.10.2023, <https://www.instagram.com/p/Cy48F-VO1kK/> (Zugriff: 07.11.2025) sowie als Kommentar des Ehemannes bspw. Daniel Neeleman [@hogfathering], »Hannah amazes me« [Video], *Instagram* 14.11.2023, <https://www.instagram.com/p/Czndsg6ADRP/> (Zugriff: 07.11.2025).

18 Vgl. Neeleman [@ballerinafarm], »What I've been thinking lately...«.

in der *New York Times*.<sup>19</sup> Erzählt wird diese Entwicklung als Befreiung und als amerikanischer Traum, gekoppelt an das Eheleben: »Hardly had the ink dried on our marriage certificate when it occurred to me I didn't know how to cook.«<sup>20</sup> Neelemans Kochvideos prägen das Bild ihrer Social-Media-Accounts. Doch vermittelt werden damit nicht nur Rezepte und Einblicke in die Herkunft der Produkte aus dem eigenen Garten und Farm Store. Die wichtigste Zutat in zahlreichen Kochvideos ist Neelemans Ruhe, ihre Begeisterung und die Botschaft: Gesunde und regionale Gerichte aus der eigenen Küche und dem Garten verbreiten positive Emotionen – und sind dabei noch gut für die Familie und die Umwelt. Der zuverlässig ähnliche Aufbau der Videos verstärkt den Eindruck der Simplizität der Gerichte, die, »from scratch« gekocht, die Familie um den Tisch versammeln und sättigen. Ohne Anspruch auf Perfektion bleibt für Neeleman wie für ihr Publikum Raum zum Aus- und Probieren, mit von Lust gezeichnetem Gesichtsausdruck. Die Freude, die Neeleman beim Vorkochen transportiert, ist Teil des Versprechens hinter dem Rezept sowie den vorbereiteten Zutaten-Paketen im Online-Shop von Neelemans Marke *Ballerina Farm*. Die Erweiterung der Produktpalette ist in den Rezeptempfehlungen zu erkennen: Anfangs bereits bereitliegendes Fleisch wird neuerdings zunächst aus der Plastikverpackung gerissen, wobei die darauf abgedruckte Marke *Ballerina Farm* ebenso gut sichtbar ist wie der noch am Gemüse haftende Dreck. 2025 finden weitere Produkte ihren Weg in Kochvideos und Verkauf, die vermeintlich noch gesünder bei weniger Zeitaufwand leben lassen: »Farmer Protein« und »Farmer Hydrate« ergänzen in Pulverform empfohlene Rezepte und verringern nebenbei den Arbeitsaufwand.

Im Kern steckt in Neelemans Koch-Videos der amerikanische Traum: Pioniere in der Natur.<sup>21</sup> Den kargen Bergen Utahs trotzts Neeleman im eigenen Garten nahrhafte Produkte ab und erschafft mit bloßen Händen Gerichte, die begeistern, die Familie am gemeinsamen Tisch sättigen und weltweit inspirieren. Die Erzählung ihrer autarken Farm und Freude an der Sisyphe-Arbeit des Kochens wird beinahe unmerklich konterkariert von den Produkten ihrer Marke: Neeleman verkauft mit ihrem Team hinter der Marke *Ballerina Farm* neben Weckgläsern, Schürzen und Seifen auch Produkte wie Protein- und Elektrolyte-Pulver, Backwerk,

- 19 Vgl. Julia Moskin/Hannah Neeleman, »Ballerina Farm's Beef Stroganoff Recipe«, *New York Times Cooking* 03.12.2024, <https://cooking.nytimes.com/recipes/1026373-ballerina-farms-beef-stroganoff> (Zugriff: 07.11.2025).
- 20 Hannah Neeleman [@ballerinafarm], »Hardly had the ink dried...« [Bild], *Instagram* 23.03.2022, [https://www.instagram.com/p/CbddVJpPm4\\_/](https://www.instagram.com/p/CbddVJpPm4_/) (Zugriff: 07.11.2025).
- 21 Vgl. Heike Paul, *The Myths That Made America. An Introduction to American Studies*, Bielefeld: transcript 2014, S. 43–78; S. 137–186; S. 368–407.

Fleisch: eine Palette an Waren für Nachahmer:innen ebenso wie für diejenigen, die sich die Küche »from scratch« von Neeleman (und ihrem Team) abnehmen lassen möchten. Verlass ist auf Neeleman in jedem Fall: als Vorbild für das Verhalten in der und Herkunftsgarant der Produkte für die Küche zuhause.

### »business owner«

»[Y]ou start a family and start a business«<sup>22</sup> sei die Überzeugung, mit der sie aufgewachsen sei und nach der sie ihr eigenes Leben gestalte – so Hannah Neeleman, 2025 auf der Liste der Times 100 Creators und mit einem Feature im *Business Insider*.<sup>23</sup> Der wichtigste Business-Partner? Co-parent und co-owner: Ehemann Daniel. Die wichtigsten (Mit-)Arbeitenden? Die Kinder.<sup>24</sup> Ein Interview, ein Posting einer Betriebsfeier sowie diverse ausgeschriebene Stellen auf der Website verraten die hohe Anzahl der Mitarbeitenden – im ideologischen Entwurf, den Neelemans Posts und Stories verfolgen, erhalten diese jedoch selten ein Gesicht.<sup>25</sup> Zum Bild des Unternehmens gehört vor allem die Illusion eines Familienbetriebs: »We wanted a business where we could work together as a couple and involve our eight children. I didn't want to have to put them in day care or leave them with a nanny.«<sup>26</sup> Wie es zum umfangreichen Webshop der Marke *Ballerina Farm* mit Produkten und Hilfsmitteln für Küche und Haushalt sowie zur Erweiterung des Angebots durch Veranstaltungen auf der Farm kam, erzählt die Businessfrau Zeitschriften in Interviews und Live-Publikum auf Podien. Doch Neeleman verkauft nicht nur Waren, es sind vor allem Werte, die mit jeder Lieferung an die Kund:innen rausgehen: Das Versprechen von Familienidylle und Autarkie wird zum marktfähigen Produkt. Konterkarierende Inhalte, wie eine

22 Neeleman, »About Us«.

23 Vgl. Shannon Carlin, »Hannah Neeleman 2025 TIME100 Creators List«, *TIME* 09.07.2025, <https://time.com/collections/time100-creators-2025/7299125/hannah-neeleman/> (Zugriff: 07.11.2025); Kim Schewitz, »A Day in the Life of Ballerina Farm's Hannah Neeleman«, *Business Insider* 18.10.2025, <https://www.businessinsider.com/hannah-neeleman-ballerina-farm-day-in-life-2025-10> (Zugriff: 07.11.2025).

24 Vgl. Neeleman, »About Us«.

25 Vgl. Schewitz, »A Day in the Life of Ballerina Farm's Hannah Neeleman«; Hannah Neeleman [@ballerinafarm], »Still dreaming of our Ballerina Farm company party« [Video], *Instagram* 08.02.2025, <https://www.instagram.com/p/DFyyKtvqHwu/> (Zugriff: 07.11.2025); o.A./Ballerina Farm, *Aktuelle Stellenangebote*, Letzte Aktualisierung: 30.10.2025, <https://ballerinafarm.bamboohr.com/careers> (Zugriff: 07.11.2025).

26 Schewitz, »A Day in the Life of Ballerina Farm's«.

»subscription for binkies from amazon«<sup>27</sup> und klar als solche erkennbare Werbevideos sind in der Unterzahl, ist doch jedes einzelne Video und Foto von attraktiv werbender Bildsprache geprägt, begleitende Texte auf der Website, im Newsletter wie in den sozialen Medien von affektivem Vokabular bestimmt. Es sind Werte wie Naturverbundenheit, Gelassenheit, Dankbarkeit und natürlich Familiensinn eingebettet in das Narrativ des amerikanischen Traums – die Aufsteigerin aus einer großen Familie mit Geldsorgen finanziert sich selbst das Studium an der renommierten Juilliard mit Schönheitswettbewerben.<sup>28</sup> So erzählt Neeleman ihre Geschichte als scheinbar bei genug Anstrengung nachahmbar. Was nur am Rande aufscheint: Ehemann Daniel stammt aus einer ebenso großen Familie mit Unternehmergeist, allerdings mit anderem finanziellen Hintergrund: Sein Vater gründete erfolgreich Fluglinien<sup>29</sup> – das Nachahmen kann dem Publikum ohne Erbe also nur bedingt gelingen. Im Fokus steht nichtsdestotrotz das »self-made«-Business, der selbst gemachte Besitz in den Bergen Utahs. Fernab nächster Nachbarn oder Städte behauptet sich die Familie gegen die raue, aber mit der richtigen Herangehensweise nahrhafte Natur – von Gott gegeben und nicht von Menschen genommen: »we're on His errand.«<sup>30</sup> Denn auch die Vorgeschichte des Landes wird ausgespart. Angeknüpft wird, mit Walter Benjamin gesprochen, an eine »Vorstellung von Vergangenheit, welche die Geschichte zu ihrer Sache macht«,<sup>31</sup> einen Mythos amerikanischer Geschichte: Verfahren voller Pionier-Geist, Siedler in und ›Macher‹ von Amerika, die es zu dem großartigen Land werden ließen, an dem heute wieder gearbeitet werden müsse.<sup>32</sup> Amerika als Land der unbegrenzten Möglichkeiten, die es nur zu entdecken und nutzen gälte – ein Narrativ, das vor allem im Nicht-Erzählen Früchte trägt. Ausgeblendet wird, wem das Land vor den jungen Farmbesitzer:innen gehörte und auf welchem historischen Grund wiederum diese Ursprungserzählung fußt. An die Vergangenheit und den Beginn des Business' wird nicht mit Worten angeknüpft, sondern über eine Bildsprache, die Inhalte indirekt erzählen: Ebenso wie die

27 Hannah Neeleman [@ballerinafarm], »Some house snippets« [Video], *Instagram* 26.09.2025 [Story] (Zugriff: 26.09.2025).

28 Vgl. Neeleman, »About Us«.

29 Roshan Fernandez, »He Started JetBlue. Can David Neeleman Succeed With New Budget Airlines?«, *The Wall Street Journal* 21.03.2025, <https://www.wsj.com/business/airlines/jetblue-founder-breeze-airways-neeleman-southwest-bff144b8> (Zugriff: 07.11.2025).

30 Agnew, »Meet the queen«.

31 Walter Benjamin, »Über den Begriff der Geschichte«, in: *Gesammelte Schriften I.2*, hrsg. v. Rolf Tiedemann/Hermann Schweppenhäuser, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1974 [1940], S. 691–704, hier S. 693.

32 Vgl. Spencer Goidel/Kirby Goidel/Paul M. Kellstedt, »Nostalgia in Politics«, *Public Opinion Quarterly* 4 (2024/88), S. 1121–1140.

Marke *Ballerina Farm* als erste ihrer Art entstand, ist um die namensgebende Farm herum nur leeres Land zu sehen, keine Menschen oder deren Spuren.<sup>33</sup> Der Unique Selling Point ist die Kombination aus Unbekanntem und Bekanntem: eine einzigartige Urheberin und eine populäre Geschichte, die die Nostalgie aufflammen lässt.

### »content creator«

Hannah Neeleman möchte teilen und zwar täglich »a glimpse into our rural farm and family life«<sup>34</sup>. Der Content, den sie kreierte, reicht von dezidiert Werbung bis hin zu »some house snippets«<sup>35</sup> und wird präsentiert durch den begrenzten Rahmen ihrer Profile in den sozialen Medien Instagram und TikTok, eines Newsletters und ihrer Website. In all den Aspekten ihrer Botschaften schwingt ein Authentizitätsanspruch mit. Neeleman erscheint als Autorin, Regisseurin und Protagonistin in Personalunion. Die Erstellung der Inhalte ist einer der »hats«,<sup>36</sup> der für Neeleman nach denen als Mutter, Ehefrau, Köchin und Geschäftsfrau steht. Anfangs private und religiös gefärbte Gedanken mit direkten Verlinkungen zur Website der Kirche Jesu Christi der Heiligen der Letzten Tage in Neelemans erstem Blog wurden zwischenzeitlich abgelöst von massenfähigeren Inhalten im Dienst der Vermarktung ihrer Produkte.<sup>37</sup> Weitere Entwicklungen sind zu erwarten, denn erst 2025 hat Neeleman ihren Kommunikationskanälen eine Plattform mit Newsletter für mehr Einblicke in Alltag und Rezepte hinzugefügt – für zahlende Abonnent:innen mit exklusiver Vorschau auf neue Produkte und einem eigenen Ort »where we can connect, share, and learn from each other«<sup>38</sup>. Susan Sontag zufolge ist bereits 1977 alles dazu da, um auf einem Foto zu landen – heute, so scheint es, ist wiederum Fotografiertes (und Gefilmtes) dazu da, geteilt zu werden.<sup>39</sup> Neelemans auf verschiedenen Plattformen nicht vereinheitlichter Content unterstreicht die Selbstbehauptung der persönlichen Einblicke in den Alltag. Ihre zuverlässig ähnlichen Bildausschnitte in ruhigen Farben ohne Musik vermitteln familienfreundlich

33 Vgl. Lüder, »Melken und Missionieren«.

34 Neeleman, »About Us«.

35 Neeleman [@ballerinafarm], »Some house snippets«.

36 Vgl. Neeleman, »About Us«.

37 Vgl. Hannah Neeleman, *We Took The Train*, Weblog 2013–2019, <https://wetookthetrain.blogspot.com/2013/01/> (Zugriff: 07.11.2025).

38 Hannah Neeleman, »About«, *The Goose Gazette*, Weblog, Letzte Aktualisierung: 09.07.2025, <https://hannahneeleman.substack.com/about>, (Zugriff: 07.11.2025).

39 Vgl. Sontag, *Über Fotografie*, S. 33.

und reizarm Stabilität und Ruhe, welche auch von klassischer Influencer-Ästhetik wie schnellen Schnitten nicht gebrochen wird. Durch fehlendes Communitymanagement bietet Neeleman wenig Angriffsfläche, akkumuliert nur zunehmend »content capital«, einen Begriff, mit dem Kate Eichhorn unter Bezugnahme auf Pierre Bourdieus Feldtheorie den Aufstieg zum Online-Star durch die reine Menge an präsentiertem Material beschreibt.<sup>40</sup> Distanzen werden durch digitale Einblicke in den persönlichen Alltag aufgelöst und Neeleman als Kunstfigur mit einer nahbaren Aura umgeben, wenn die Einblicke aus ihrem Zuhause mit nur einem Klick direkt in das ihres Publikums kommen. Die sozialen Medien sind der Nährboden, das Familienleben in ein wirtschaftliches Werbeprodukt zu verwandeln. Bilder, die den einfachen Farm-Alltag zu stören scheinen, wie Auftritte bei Schönheitswettbewerben oder Werbepartnerschaften, können durch Neelemans eigene oder die supportiven Postings ihres Ehemanns und weiterer Familienmitglieder gerechtfertigt werden – alle Auftritte dienen dazu, ihre Geschichte möglichst vielen zu erzählen, die sich davon inspiriert fühlen mögen.

Ein Grund für die Reichweite von Neelemans Content ist die breite Verträglichkeit. Klar religiöser Inhalt, der noch Neelemans ersten Blog durchzieht, fehlt auf Instagram und TikTok.<sup>41</sup> Mit wachsendem Küchencontent scheint Neeleman auch ihr Erfolgsrezept für die Eigenvermarktung gefunden zu haben: Zeige viel, lasse noch mehr weg. Dass Medien, denen Neeleman ihr Gesicht leiht, ein reaktionäres Frauenbild fördern, ist erst auf den zweiten Blick zu erkennen, wie im Fall des *Evie Magazine*. 2024 posiert Neeleman als Covergirl des »New American Dream« neben einem Interview über Wahrheit und Schönheit mit Eva Vlaardingerbroek.<sup>42</sup> Die augenscheinliche Abwesenheit von spaltendem Material schlägt sich in der zunehmenden Größe des Publikums nieder. Ein Millionen-Publikum

40 Kate Eichhorn, *Content*, Cambridge, MA: The MIT Press 2022, S. 85–88.

41 Vgl. Hannah Neeleman, »in a manger«, *We Took The Train*, Weblog 13.12.2025, <https://wetookthetrain.blogspot.com/2013/12/in-manger.html> (Zugriff: 07.11.2025).

42 Vgl. o.A., »Ballerina Farm And The New American Dream«, *Evie Magazine* 26.11.2024, <https://www.eviemagazine.com/post/ballerina-farm-and-the-new-american-dream> (Zugriff: 07.11.2025). Kommentare zur politischen Ausrichtung und zum Einfluss der Zeitschrift finden sich bei *Deutschlandfunk* – vgl. Annika Brockschmidt, »Zwei Frauenmagazine propagieren ein rechtes Weltbild«, *Deutschlandfunk Kultur* 10.09.2025, <https://www.deutschlandfunkkultur.de/alt-right-frauenmagazine-in-den-usa-evie-und-the-conservateur-100.html> (Zugriff: 07.11.2025); Anh Tran, »Evie Magazine. Rechte Botschaften als Frauenzeitschrift verpackt«, *Deutschlandfunk* 28.10.2025, <https://www.deutschlandfunk.de/evie-magazine-rechte-botschaften-als-frauenzeitschrift-verpackt-100.html> (Zugriff: 07.11.2025).

auf Instagram und TikTok zeichnet in den Kommentaren ein tendenziell positives, wenngleich nicht ganz ungespaltenes Bild: Zuspruch für den Lebensstil wird gekontert von kritischen Kommentaren, die Neelemans aufrichtige Darstellung ihres Lebens anzweifeln, in ihr eine Bedrohung für die Rechte und Freiheiten von Frauen oder Neeleman selbst in Gefahr sehen. In jedem Fall generiert der Content, den Neeleman kreiert, Affekte, und die Reaktionen zeigen die hohe Anteilnahme eines Publikums am Leben der Stars, sei es noch so »privat«.

### »lover of god and all things butter«

Neeleman ist mit ihrer Ursprungs- wie selbst gegründeten Familie Angehörige der mormonischen Kirche Jesu Christi der Heiligen der Letzten Tage und lässt sich in ihren Entscheidungen von ihrem Glauben leiten.<sup>43</sup> Berichtet ihr erster Blog noch von gelebter Religiosität und weist Verlinkungen zur Website ihrer Kirche auf, sind ihre reichweitenstarken Auftritte in jüngerer Zeit in den sozialen Medien beinahe frei davon. Kirchgänge werden nur im Subtext der Instagram-Postings genannt als unaufgeregter Teil des Alltags.<sup>44</sup> Vereinzelt wird der religiöse Rahmen deutlicher sichtbar, wie 2018, als sie einem Aufruf der Kirchenführung folgend ein »Social-Media-Fasten« praktizierte.<sup>45</sup> In öffentlichen Darstellungen anderer Medien wird Neelemans vom Glauben geprägtes Leben expliziter benannt: nicht nur Interviewende bezeichnen Neeleman als »Mormonin«. Sie selbst wird häufig mit Aussagen zitiert, in denen sie die Verantwortung für ihr Leben in Gottes Hände legt.<sup>46</sup> In der Kirche Jesu Christi der Heiligen der Letzten Tage gehen junge Gläubige üblicherweise zwischen 18 und 25 Jahren als Missionare in die Welt – Neeleman präsentiert ihr Leben im Glauben in ihren Videos auf Instagram und TikTok vor allem implizit, gründet und pflegt so aber eine Gemeinschaft, der sie in den sozialen Medien vor allem Werte vorlebt, die im öffentlichen Diskurs anschlussfähig sind – Gemeinschaft, Verantwortung, Demut, Frieden, Hingabe, Nächstenliebe – und die sie in eine Erzählung humanitären und familiären Ideals einbettet, ganz ohne religiösen Bezug.

43 Vgl. Schewitz, »A Day in the Life of Ballerina Farm's«.

44 Vgl. Hannah Neeleman [@ballerinafarm], »Sunday morning church prep« [Video], *Instagram* 26.09.2022, <https://www.instagram.com/p/Ci9MSEBjYxY/> (Zugriff: 07.11.2025).

45 Hannah Neeleman [@ballerinafarm], »One year ago! I am taking a 10 day social media fast...« [Foto], *Instagram* 20.10.2018, [https://www.instagram.com/p/BpJAb1hFeN\\_/](https://www.instagram.com/p/BpJAb1hFeN_/) (Zugriff: 07.11.2025).

46 Vgl. Agnew, »Meet the queen«.

Nach der Liebe zu Gott steht zuletzt nur eines: Butter. Die Klimax der Aufzählung als Witz – oder als Code? Vermeintlich ist es ein Rückbezug zu Neeleman als bodenständige Köchin. Butter als Schmiermittel und Geschmacksträger, eine Allzweckwaffe und Bereicherung für jedes Gericht. Zugleich aber bleibt Butter bis heute das Gegengewicht zur veganen, umwelt- und herzkranzgefäßschonenden Margarine-Bewegung – somit also ein Code als Bekenntnis zu mehr Tradition? Als Juilliard-Absolventin ist Neeleman Leistungssportlerin und praktiziert auch 14 Jahre nach ihrem Abschluss noch Ballett, eine Sportart, die – professionell betrieben – wie viele Hochleistungssportarten eine enorme Disziplinierung des Körpers erfordert, in der Ernährung wie im Training. Folgerichtig ist eines der derzeit am meisten beworbenen Produkte das »Farmer Protein« – im Herbst 2025 in limitierter Auflage auch in der saisonalen Geschmacksrichtung »Pumpkin Spice« erhältlich –, ein Nahrungsergänzungsmittel, das in konzentrierter Pulverform keine Fette, dafür aber Molkenprotein, Kollagen und Kolostrum enthält und scheinbar am anderen Ende der Ernährungsskala steht, weit weg von einer Zutat wie Butter. Was wie ein Widerspruch in ihren Empfehlungen scheint, kann bei Neeleman als Botschaft oder Doppelmoral gelesen werden. Als persönliche Vorlieben verkauft werden konservative Werte, hinter deren Fassade wiederum kapitalistisch abgerechnet wird.

### »daily rhythms that make a house a home«

Weder als ›tradwife‹ noch als ›feminist‹ würde Neeleman sich selbst bezeichnen: »We try so hard to be neutral and be ourselves and people will put a label on everything. This is just our normal life.«<sup>47</sup> Doch was macht Neeleman mit ihrem normalen Leben so erfolgreich, was macht sie zum Star? Während andere Persönlichkeiten für ihr politisches oder künstlerisches Schaffen bekannt sind, entzieht sich Neelemans Selbstinszenierung scheinbar dem Gestus des Exzeptionellen. Es ist diese Selbstdarstellung zwischen familiärer Idylle, Unternehmerinnen-Erzählung und ›traditioneller‹ Weiblichkeit, die als affektiver Anker fungiert – positiv wie negativ. In einer Gegenwart mit Kriegsbildern in den Nachrichten erzählt Neeleman eine Geschichte von friedlichem Alltag, in einem Medium der Reizüberflutung schafft sie ruhige Bilder, in Jahren pandemischer Enge präsentiert sie eine Farm in natürlicher Weite. Mit wenigen Worten und starker Bildsprache, welche ihre Follower:innen gleichermaßen anzieht wie abstößt, schafft es Neeleman, Kontinuität und ein Fortschreiben zu suggerieren, indem sie an die Ursprungsmythen der amerikanischen Gesellschaft rührt: Pionierin, Wegbereiterin, Friedensbringerin. Zentral für

47 Ebd.

die Fruchtbarkeit dieser Erzählung ist die Leerstelle, die Herkunft des Bodens, auf dem Neelemans Geschichte gedeihen kann. Mit Roland Barthes gesprochen ist dem Publikum nicht wichtig, »was es glaubt, sondern was es sieht«<sup>48</sup> – eine ästhetische Inszenierung in den sozialen Medien. Neelemans Erzählung des »New American Dream« als vermeintlich apolitisch und vom Kapitalismus unberührt gezeichnete Utopie ist ein performativer Selbstwiderspruch. In vorgeblich unpolitischem Kontext transportiert Neeleman implizit politische Positionen. Denn eine Gesellschaft unterliegt immer Ordnungen und sich nicht dazu zu verhalten, ist eine Haltung. Schon die Inszenierung einer »guten alten Zeit« im digitalen Feed ist wie die Geschichte selbst nach Walter Benjamin Gegenstand einer Konstruktion aus der Jetztzeit.<sup>49</sup> Die Bilder verweisen auf eine vor-moderne Lebensweise, werden aber über die modernsten Plattformen verbreitet. Indem antikapitalistisch anmutende Narrative in die Bildsprache des Luxus-Lifestyles übersetzt werden, entsteht eine Konstellation, in der kapitalistische und reaktionäre Werte eine gemeinsame Ästhetik finden: Nostalgie als Ware. Denn monetarisieren lässt sich im digitalen Zeitalter auch Häuslichkeit, solange der Content stimmt. Die (Selbst-)Inszenierung von Neeleman und ihrer Marke *Ballerina Farm* zeigt, wie kapitalistische Medienlogiken reaktionäre Gesellschaftsideale reproduzieren, ästhetisieren und normalisieren.<sup>50</sup> Neeleman ist in der Gegenwart erfolgreich, weil sie gelungen eine Geschichte erzählt und internalisierte Erzählungen bedient. Es sind die »daily rhythms that make a house a home«<sup>51</sup> – und Neeleman zum Star.

48 Roland Barthes, *Mythen des Alltags*, Berlin: Suhrkamp 2010 [1957], S. 16.

49 Benjamin, »Über den Begriff der Geschichte«, S. 701.

50 Vgl. zum politischen Einfluss des Gefühls der Nostalgie Goidel/Goidel/Kellstedt »Nostalgia in Politics«.

51 Neeleman, »About Us«.