

Schreibtische in der Krise. Social-Media-Postings aus dem #Homeoffice als visueller Kommentar zum Corona-Lockdown

Nadine Kulbe

Zu den ersten Social-Media-Postings zu Beginn des deutschen Corona-Lockdowns im März 2020¹ gehörten Fotografien aus dem #Homeoffice.² Das Virus hatte dafür gesorgt, dass, wer konnte (oder musste), auf zunächst unbestimmte Zeit von zu Hause aus arbeitete. Versetzen mit kommentierendem Text und Hashtags wie #homeoffice, #homeofficechallenge, #stayhomechallenge oder #wirbleibendaheim wurde die neue Arbeitssituation in den sozialen Medien kommuniziert und damit auch auf die Notwendigkeit sozialer Distanzierung (#socialdistancing) reagiert, um die Ausbreitung von SARS-CoV-2 zu verlangsamen (#flattenthecurve). Die Postings bei Instagram, Twitter oder Facebook geben ausgewählte Einblicke in gegenwärtige individuelle Alltage, ihre Besonderheiten und Herausforderungen, Vorteile und Annehmlichkeiten. Sie rücken aber auch die oft gleichen, meist vertrauten und erwartbaren, oft aber auch überraschenden Objekte in den Mittelpunkt.

-
- 1 Dieser Beitrag widmet sich mit seinem Fokus auf die bildbasierte Social-Media-Kommunikation aus dem #Homeoffice nur einem kleinen Ausschnitt der Coronavirus-indizierten Visualisierung und nähert sich dem Thema qualitativ. Quantitativ untersuchten beispielsweise Fung et al. 2017 die auf Bildern beruhende, der Prävention dienende Kommunikation auf Social Media-Kanälen während der Zika-Epidemie in Südamerika.
 - 2 Der im deutschen Sprachgebiet inzwischen häufig verwendete Begriff »Homeoffice« ist ein Scheinanglizismus. In diesem Beitrag wird er daher mit Hashtag genutzt, um die Distanzierung vom falschen Anglizismus deutlich zu machen, aber auch, um auf die Verwendung des Begriffes in Sozialen Medien symbolisch Bezug zu nehmen.

Abb. 1: Instagram-Posting aus dem #Homeoffice von »dieselseb«, 18. März 2020: ein typisches Beispiel mit Laptop, Papier, Stiftebox, Tasse



#Homeoffice als Teil der Lockdown-Kultur

Das räumlich-situative Ineinanderfallen von Arbeit und Privatleben ist kein Corona-Phänomen. Es reicht, was das 19. und 20. Jahrhundert betrifft, von der Landwirtschaft über die Heimindustrie/Heimarbeit bis hin zum mobilen Arbeiten oder der Teleheimarbeit der Gegenwart (Krentel et al. 2015). In den letzten Jahrzehnten wurde es vor allem vor dem Hintergrund einer Work-Life-Balance (Hochschild 2002) und der zunehmenden Entgrenzung der Berufsarbeit im Zuge der Digitalisierung aller Lebenswelten (Müller 2018) kritisch diskutiert. Die Trennung von Arbeit und Privatleben wie auch die Einführung des Acht-Stunden-Arbeitstages in Deutschland ist im Übrigen ein Ergebnis der politischen Arbeit der Sozialdemokratie und des Arbeitskampfes von freien Gewerkschaften Ende des 19. und Anfang des 20. Jahrhunderts, die sich mittlerweile wieder für ein gesetzlich verankertes Recht auf mobiles Arbeiten zu Hause starkmachen.

Im Folgenden geht es nicht um eine kritische Betrachtung der Vor- und Nachteile des mobilen Arbeitens im Lockdown. Anzumerken gäbe es diesbezüglich vieles, denkt man zum Beispiel an prekäre selbstständige oder solosebstständige Tätigkeiten, an Arbeiten, die nicht im Büro oder am Schreibtisch erledigt werden können, sowie an die Belastung durch während der #Homeoffice-Phase »nebenbei« zu erledigende Care-Tätigkeiten und des »Homeschoolings« der Kinder. Der Beitrag widmet sich den visuellen Repräsentanzen des #Homeoffice im Lockdown, die über soziale Medien³ veröffentlicht oder bei kulturwissenschaftlichen Sammlungsprojekten⁴ eingereicht wurden. Die Aus-

3 Als visuelles Argument verwende ich im Folgenden Screenshots von Postings. Zur Kulturtechnik des Screenshots vgl. Frosh 2019.

4 Vgl. das Blogprojekt »alltag in der krise« des Instituts für Kulturanthropologie, Europäische Ethnologie Freiburg: <https://alltaginderkrise.org/fotos-aus-dem-corona-alltag>; das interaktive Projekt »Corona-Alltag« des Landesmuseums Württemberg, Museum für Alltagskultur Schloss Walden-

wahl von Bildern und Postings, die im Folgenden herangezogen werden, ist weder repräsentativ noch systematisch. Sie zeigt vor allem Beobachtungen aus der frühen Phase der Pandemie. Grundlage der Untersuchung ist eine Auswahl von etwa 40 Social-Media-Postings bei Twitter und Instagram, die in der zweiten Märzhälfte 2020 veröffentlicht worden sind. Auswahlkriterium war die Verwendung von Fotografien, die Arbeitsplätze zeigen, bzw. des Hashtags #Homeoffice. Ergänzt wurden diese um ca. zehn Einreichungen bei Sammlungsprojekten mit #Homeoffice-Bezug sowie um ebenso viele Social-Media-Postings am Beginn der zweiten Corona-Welle im Spätherbst 2020.

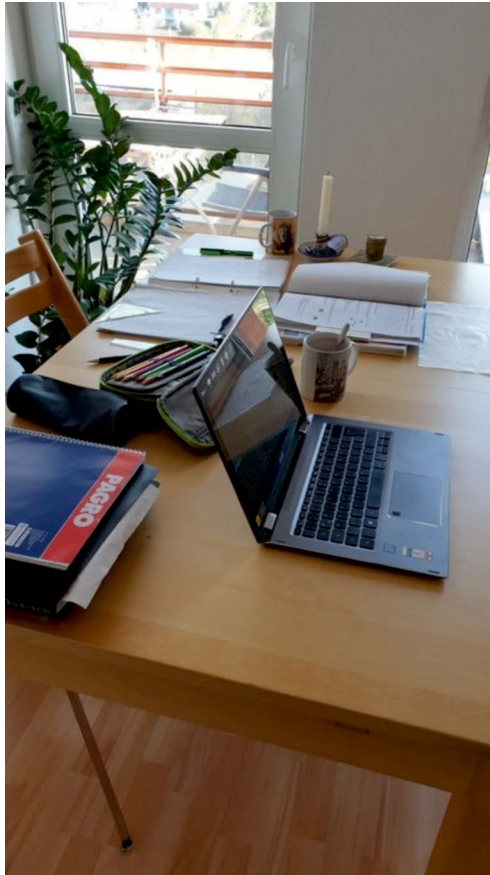
Aufgrund meiner eigenen beruflichen Verortung am Institut für Sächsische Geschichte und Volkskunde (ISGV) in Dresden, einem kulturanthropologisch und landesgeschichtlich ausgerichteten Forschungsinstitut, das auch Social-Media-Kanäle betreibt, fiel die Auswahl überwiegend auf Postings aus geistes- und kulturwissenschaftlichen Kontexten.

Zugrunde liegt dem Beitrag die These, dass die in sozialen Medien geposteten bzw. bei Sammlungsprojekten eingereichten Fotografien von #Homeoffice-Situationen einige Erfahrungen und Strategien im Umgang mit dem Lockdown-#Homeoffice visualisieren, die individuell und zugleich kollektiv sind. Zwar kann davon ausgegangen werden, dass die Ähnlichkeiten der #Homeoffice-Fotografien auf Nachahmung beruhen, allerdings spiegelt die Wiederholung der Motive auch eine kollektive Erfahrung, die wiederum individuell in Szene gesetzt wird.

Die Frage ist, wie das #Homeoffice im Corona-Lockdown von vielen gleichermaßen visuell inszeniert und kommentiert wurde und welche übereinstimmenden Objekte im Zentrum dieser Visualisierung standen. Dem Soziologen Karl H. Hörning folgend, sind Objekte und ihre Gestaltung Teil sozialer und kultureller Praktiken wie auch Bestandteil zeitspezifischer Diskurse. Dinge sind in soziale Praktiken integriert und finden ihren Zweck erst in der praktischen Verwendung. Ihre Verwendung ist üblicherweise selbstverständlich und unreflektiert; erst bei Störungen setzt das Nachdenken über sie ein (Hörning 2012). Eine solche Situation ist der Ausgangspunkt der folgenden Überlegungen: Der Umzug ins #Homeoffice im Zuge des Lockdowns kann als Störung der Normalität angesehen werden. Die Visualisierung der neuen Interimsarbeitsplätze fokussierte meist gewohnte, manchmal auch überraschende Objekte und lädt zum Reflektieren über den Gebrauch dieser Objekte und die mit ihnen gemachten Erfahrungen ein. Dies betrifft auch damit verbundene Vorstellungen von Normalität, Intimität und dem Verhältnis von privaten und öffentlichen Lebensbereichen. Der Beitrag beleuchtet dies anhand von ausgewählten Objekten als Arrangements aus Arbeit, Alltag und Privatleben, die auf den in sozialen Netzen geposteten Fotografien zu sehen sind. Er führt damit auch erste Überlegungen aus einem während des Lockdowns verfassten Blogbeitrag über die Kulturgeschichte des Schreibtischs wie auch die Formen seiner Inszenierung in den vergangenen einhundert Jahren fort (Kulbe 2020).

Beobachtungen: Tisch, Tasse, Katze, Bügelbrett

Abb. 2: Karin Dannenberg: Homeschooling und Home-office. Einreichung beim Sammlungsprojekt »coronarchiv«, Dresden, 24. März 2020



Schreibtische sind üblicherweise Orte des geistigen und Verwaltungsarbeitens. Geht man vom Objekt selbst aus, so gibt es klassische Schreibtische – Tischplatte mit beidseitig untermontierten Schränkchen bzw. Tisch mit vier Beinen und untergeschobener Rollcontainer –, Sekretäre oder Interimsschreibtische. Denn grundsätzlich kann jeder Tisch zu einer ›Werkbank der Geistesarbeiter:innen‹ werden. Gleiches gilt für den Raum, in dem gearbeitet wird: Ein Büro mit entsprechend funktionalen Möbeln, aber auch die Küche, das Wohn- oder Esszimmer können umgenutzt werden. Der Arbeitsplatz wird in erster Linie durch die Nutzungsformen funktional aufgeladen und erst in zweiter Linie durch seine räumlich-materielle Situierung bestimmt. Fotografiert wird dieser Funktionsraum nur in Ausnahmesituationen, so beim Bezug eines neuen Arbeitsplatzes oder bei einem Umzug. Als Ausnahmesituation können auch der Corona-Lockdown und der

Umzug ins #Homeoffice im März 2020 gewertet werden. Zumindest deutete sich dies auch in einem vermehrten Auftreten diesbezüglicher Postings seit Ende Oktober 2020 am Beginn einer zweiten Welle der Pandemie an.

Abb. 3: Tweet mit vier Fotografien aus dem Homeoffice von »Institut für Sächsische Geschichte und Volkskunde«, 3. April 2020



Zu sehen waren in #Homeoffice-Postings unter anderem die Nutzung und Umnutzung von in unterschiedlichen Räumen platzierten Tischen als Arbeitsflächen. Die Tische und die auf ihnen drapierten oder abgelegten Objekte standen jeweils im Mittelpunkt der Aufnahmen, die Akteur:innen waren so gut wie nie zu sehen. Die umgebenden Räume sind nicht in jedem Fall zu identifizieren. Abgelegt auf den Tischen waren mutmaßlich Dinge, die die oder der Einzelne notwendigerweise für seine zumeist organisatorische, kuratorische, wissenschaftliche oder akademische Arbeit benötigt (Brand 2015): Laptops und entsprechendes Zubehör, Schreibutensilien wie Stifte und Papier, Bücher, Ordner, Mappen, Tassen bzw. Gläser, Bücher(regale), Smartphones. Unsere arbeitskulturelle Vertrautheit mit diesen Dingen lässt uns diese Arrangements als Arbeitstische erkennen.

Daneben gab es auch Pflanzen, Fotos, Kalender, Bilder, bestimmte Stifthalter oder Boxen für Notizzettel, die aufgrund individueller Präferenzen ausgewählt und auf oder neben dem Arbeitsplatz aufgestellt wurden. Betrachtet man vergleichend Fotografien von Schreibtischen aus einem Zeitraum von etwa einhundert Jahren⁵, so fällt auf, dass die persönliche Inbesitznahme des Arbeitsplatzes außerhalb des privaten Umfelds mit

5 Dem Korpus zugrunde liegt eine Recherche nach dem Schlagwort »Schreibtisch« bei der Deutschen Fotothek sowie im digitalen Bildarchiv des ISGV. Die ausgewählten Fotografien zeigen öffentlich zugängliche Schreibtische in Lesesälen sowie von solchen in privaten Räumen u.a. bei Schriftstellern, Fotografen, Angestellten. Es handelt sich überwiegend um Arbeitsplätze männlicher Personen. Vgl. die Beispiele bei Kulbe 2020 im Kapitel »Schreibtischbilder I: 1920/2020«.

persönlichen Gegenständen noch relativ jung ist (Kulbe 2020). Während aber die Verwendung von Laptops, Computern, Papier, Stiften etc. in Arbeitsprozessen im #Homeoffice unmittelbar einleuchtet, gilt dies für andere Objekte nicht ohne Weiteres.

Abb. 4: Wenzel Seibold: Eine Tasse. Einreichung beim Sammlungsprojekt »coronarchiv«, Wiesbaden, 25. März 2020



Im März 2020 reichte Wenzel Seibold beim Sammlungsprojekt »Coronarchiv«⁶ die Fotografie einer Tasse ein und versah diese mit folgendem Kommentar: »Halb Deutschland befindet sich gerade im #Homeoffice – so zumindest der Eindruck auf Twitter, wenn man den vermehrt auftauchenden Hashtag betrachtet. Das Bedürfnis [sic!] einen Einblick in die eigene private und sich veränderte Arbeitswelt zu geben, scheint groß zu sein. Neben Arbeitsgeräten fast auf allen Bildern zu sehen: eine Tasse. Ich frage mich, was die da macht. Signalisiert sie Gemütlichkeit? [...]« (Seibold 2020) Tatsächlich sind bei #Homeoffice-Postings sehr oft auf Schreibtischen abgestellte Tassen oder andere Trinkgefäße zu sehen. Der Kulturhistoriker Matthias Henkel hat in einer quantitativen Studie die praktische und symbolische Bedeutung der Trinkkultur am Arbeitsplatz untersucht. Kommunikation, Kontemplation und Konzentration sind die Motive des Heißgetränkekonsums am Arbeitsplatz. Der Tasse kommt in diesem Kontext symbolische Bedeutung zu, weil sie durch tägliche Nutzung oder durch besondere Ereignisse

6 Das »Coronarchiv«, initiiert durch den Fachbereich Geschichte/Public History der Universität Hamburg, ist ein partizipatives Online-Projekt, das der Sammlung von Erinnerungen an und Beobachtungen in der Corona-Pandemie in Text- und Bildform dient: <https://coronarchiv.geschichte.uni-hamburg.de/>.

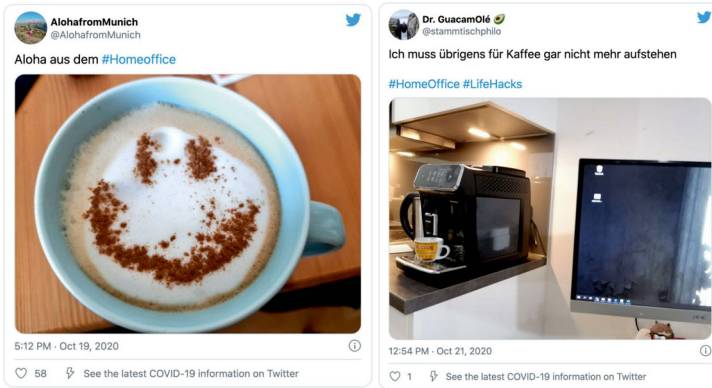
mit Bedeutung, Erinnerung und Emotionen aufgeladen wird. Ihre Verwendung am betrieblichen Arbeitsplatz markiert dessen persönliche Aneignung (Henkel 1997). Die Konsumpraxis zu Hause führte also zunächst mal ein arbeitskulturelles Muster in vertrauter Umgebung fort (Beispiele in: Kulbe 2020). Die Wahl der in den Postings gezeigten Tasse markierte auch im #Homeoffice den persönlichen Geschmack: Sie fällt auf Keramik, Porzellan oder Glas, die Gefäße sind glasiert, gemustert oder mit Motiven versehen. Die Art des enthaltenen Getränks ist den Bildern nicht immer zu entnehmen, es sei denn, dass eine Teekanne mit abgelichtet oder der Inhalt im begleitenden Text thematisiert wurde (»Deutsche Digitale Bibliothek« 2020, »Christian Demmelmeier« 2020). Ausgeschlossen scheint aber, den Konsum alkoholischer Getränke als Übergang zwischen Arbeit und Privatleben zu posten (Rolshoven 2000). Bisweilen transportierten Tassenmotive eine Message, deren Bedeutung sich dem Betrachtenden nicht unbedingt erschließen musste. So befasste sich das »Streiflicht« der Süddeutschen Zeitung vom 28. September 2020 mit dem Phänomen, dass Politiker in letzter Zeit eine besondere Vorliebe entwickelt hätten, sich mit aussagekräftigen Accessoires zu umgeben, die dann wiederum fotografiert oder gefilmt zur Schau gestellt würden: Andreas Reckwitz' Buch »Das Ende der Illusionen« bei Lars Klingbeil oder eine Game-of-Thrones-Merchandising-Tasse mit dem Schriftzug »Winter is coming« bei Markus Söder (»Das Streiflicht« 2020, Pausch/Ulrich 2020). Ein ähnliches Faible offenbarte sich auch in den sozialen Medien.

Abb. 5: Drei #Homeoffice-Tweets von »Christian Demmelmeier«, 19./21./22. Oktober 2020



An mehreren Tagen postete der Twitter-User »Christian Demmelmeier« Fotografien seiner Trinkgefäße im #Homeoffice. Augenfällig ist die Auswahl der Tassen, die wie im rechten Beispiel nicht nur mit dem kommentierenden Text korrespondieren, sondern auch zur Farbe des Kugelschreibers passten – oder der Kugelschreiber passend zur Tasse ausgewählt wurde. Solcherlei Darstellungen vermitteln neben dem Konstruktionscharakter des Arrangements nicht nur den persönlichen Geschmack oder den Hang zu subtilen oder teils subtilen Botschaften, sie ästhetisieren auch Vorstellungen von Gemütlichkeit, Wohlbefinden oder Bequemlichkeit, unter anderem weil sich im #Homeoffice der Weg zwischen Getränkeproduktion und Getränkekonsum verkürzt hat.

Abb. 6: Zwei Tweets aus dem #Homeoffice von »AlohafromMunich«, 19. Oktober 2020, und »Dr. Guacamolé«, 21. Oktober 2020, die Wohlbefinden und Annehmlichkeiten visualisieren



Während der Tasse eine enge Bindung an die Kontexte von Büro und Arbeit unterstellt werden kann, trifft dies auf zwei andere Objekte im Zusammenhang von #Homeoffice-Postings eher nicht zu: Katzen und Bügelbretter.

Abb. 7: Tweet aus dem #Homeoffice mit Katze und Tasse von »GedenkstättenSachsen« vom 25. März 2020



#CatContent – oder richtiger: das Popkultur-Phänomen »Cats and the Internet« ist nicht neu (Stein 2012, O'Meara 2014). Es überrascht also nicht, dass es auch Eingang in #Homeoffice-Postings gefunden hat. Der Rezeptions- und letztlich auch ökonomische Erfolg von Katzenbildern und -videos im Internet hat mehrere Ursachen. Dazu gehören u. a. die lange gemeinsame Kulturgeschichte von Katze und Mensch, physiologisch-psychologische Effekte wie das Kindchenschema, daraus resultierende Empfindungen wie Entzücken, die Verbesserung des Befindens, aber auch Prokrastinationseffekte (Myrick 2015, Bolinski 2016). Katzen gelten in der westeuropäischen Kultur meist als niedlich, clever und unterhaltsam, nicht nur im Internet. Ein Grund für den Erfolg gerade von #CatContent, und das scheint als Erklärungsansatz für das Auftauchen von Katzen in #Homeoffice-Postings interessant, dürfte auch sein, dass »sich Katzenbesitzer beispielsweise nicht wie Hundehalter beim Spaziergang [treffen] und [...] somit auch nicht wie diese in direkten kommunikativen Austausch miteinander treten [können]« (Bolinski 2016: 75). Bilder und Videos von Katzen sind demnach virtuelle Stellvertreter für reale Kontakte, die beim Betrachtenden positive Emotionen hervorrufen und daher auch im Lockdown Ablenkung von den Beschränkungen boten.

Bilder und Postings lösen also – zumindest bei Katzenliebhaber:innen – positive Emotionen aus. Sie sind Stellvertreter für direkte Kontakte, die im Lockdown nicht möglich waren. Katzenbilder aus dem #Homeoffice exponierten wie nicht in Arbeitskontexten, sondern im Privatleben entstandene Fotos Nähe und Intimität (Bolinski 2016: 81). Zudem betonten Katzenfotografien und -postings aus dem #Homeoffice als positiv interpretierte Effekte des Arbeitens zu Hause: Das Zurückgeworfensein auf die heimischen vier Wände ging einher mit einer Aufwertung des Soziallebens, indem nämlich mehr Zeit mit dem Haustier gemeinsam verbracht werden konnte – eine Zeit, die gleichermaßen dem »Entertainment« des Tiers diene, das dann wiederum fotografiert und gepostet werden konnte (»Deutsche Digitale Bibliothek« 2020).

Eine andere Funktion erfüllten vermutlich eher von Frauen (Breitsprecher 2020, »Andrea Wild« 2020) als von Männern (Thomas 2020) gepostete Fotografien von Bügelbrettern im #Homeoffice. Hier ging es nicht darum, neben der Erwerbsarbeit zu erledigende Haushaltstätigkeiten zu dokumentieren. Das Bügelbrett war auch kein Hilfsmittel für die Herstellung von DIY-Mund-Nasen-Masken. Gleichwohl verweisen die Postings auf das Nebeneinander von #Homeoffice, Hauswirtschaft und neuen, »virus-indizierten« Tätigkeiten: die Unterbringung des Interimsbüros in der Küche (Gfrörer-Harbach 2020) oder die regelmäßige Reinigung von Gesichtsmasken (Krczal 2020, Soteriou-Sukalia 2020). Das Bügelbrett im #Homeoffice diene als Steharbeitsplatz, realisierte also eine ergonomische Gestaltung des Arbeitsplatzes mithilfe eines gewöhnlichen Haushaltsobjekts (»Andrea Wild« 2020). Ein Bügelbrett ist ein gänzlich privater und in der Regel nicht fotogener Gegenstand, sofern er nicht für Werbezwecke aus Verkaufsgründen inszeniert wird. Im #Homeoffice stand das Bügelbrett für ein hohes Maß an Kreativität. Die Krise und der zum #Homeoffice führende Lockdown haben zu einer Neubewertung des Objekts geführt und können außerdem als ironische Intervention gedeutet werden: Die Modifizierung des wohl eher weiblich konnotierten, weil von Frauen überwiegend für die Care-Tätigkeit Bügeln genutzten Haushaltsgegenstands als ergonomischer Stehplatz für die Büroarbeit modifizierte nicht nur dessen Funktionshorizont, sie hinterfragte auch den gewohnten Einsatzbereich und machte

den Widerspruch von unbezahlter Hausarbeit und bezahlter Erwerbsarbeit sichtbar. Denn gerade im Lockdown mit geschlossenen Betreuungs- und Bildungseinrichtungen für Kinder, so deuten erste Studien an, lag die Hauptlast der Care-Tätigkeiten bei Frauen (Jessen et al. 2020).

Abb. 8: Lea Breitsprecher: »Homeoffice zu Corona-Zeiten: Da wird auch mal das Bügelbrett zum Steh-Schreibtisch umfunktioniert.« Einreichung beim Sammelprojekt »Alltag in der Krise«, 2020



Gemütlichkeit und Intimität rund um den #Homeoffice-Schreibtisch

Schreibtischbezogene, individuelle Postings aus dem #Homeoffice dokumentierten eine vermeintlich kollektive Lockdown-Erfahrung, die über soziale Medien mitgeteilt und erzeugt wurde. Die Postings produzierten einen »instantaneous sense of ›being together« (Pape/Martin 2012: 9). Allerdings präsentierten sie keine Alltäglichkeit, sondern

die von der Pandemie ausgelöste Abkehr von der (Arbeits-)Normalität. Normalität ist einerseits das Alltägliche, das Gewohnte, die Verhaltensroutine, der feste Tagesablauf – relativ feste räumliche, zeitliche und soziale Strukturen. Normalität kann andererseits aber auch Ausdruck von Macht sein, die zu einer bestimmten Zeit festlegt, was die ethischen, moralischen, rechtlichen, anthropologischen Normen sind, und damit Verhalten reglementiert, Krankheiten definiert oder das »Eigene« vom »Fremden« unterscheidet. Der Umzug ins #Homeoffice im März 2020 hat für viele dafür gesorgt, dass sich Alltagsroutinen änderten: Kinder waren plötzlich zu Hause, Betreuungsaufgaben von Kita und Schule mussten übernommen und das eigene Aufgabenpensum mit dem der Kinder synchronisiert werden; man selbst richtete sich seinen Arbeitsplatz zu Hause ein, die soziale Kontrolle durch Kolleg:innen fiel weg, Pausen mussten selbst geplant und eingehalten, die Länge des Arbeitstages kontrolliert und irgendwann auch ein Arbeitsende gefunden werden. Irgendwann war möglicherweise eine neue Routine gefunden: »Eine Neusituierung verlangt, dass wir uns einen neuen Habitus aneignen, den wir [...] gleich einem neuen Kommunikationssystem speichern und der uns im Laufe der Zeit wieder zu der Selbstverständlichkeit verhilft, die alltägliche Aufgaben [...] erträglicher macht.« (Bendix 2001: 15) Die Postings und insbesondere die Fotografien verdichteten die Komplexität dieser neuen Herausforderungen auf wenige abgebildete Elemente und betonten damit fast ausschließlich positive Effekte der Entwicklung bzw. solche, die persönlich als positiv empfunden wurden.⁷ Dazu zählt insbesondere die Visualisierung von Gemütlichkeit. Sie ist als Zustand des Wohlbefindens an äußere Bedingungen (Zeit, Ort, Gegenstände) und deren sinnliche Wahrnehmung geknüpft. Als kulturelles Muster bildete sie sich im 19. Jahrhundert heraus und war an die Trennung von öffentlicher und privater Welt durch den Rückzug in die Privatwohnung und die Etablierung des Konzepts Freizeit geknüpft. Gemütlichkeit als Alltagsempfinden wird allerdings so gut wie nicht reflektiert, daher »erfolgt ihre Thematisierung über Verweise und Vorbilder, bieten sich die gängigen Klischees zur Verbalisierung dieses subjektiven Zustands an« (Schmidt-Lauber 2003: 129). Dies könnte eine Erklärung sein, warum Postings und Fotografien aus dem #Homeoffice auf oft gleiche Objekte zurückgreifen und mit Heißgetränken gefüllte Tassen oder Katzen Wohlbefinden inszenieren und eine positive Interpretation der Lage liefern. Allerdings verraten sie nicht, ob die Situation auch tatsächlich so empfunden wurde.

Die Betonung von Gemütlichkeit im #Homeoffice verweist zugleich auf die Verschiebung der Grenzen zwischen privatem und öffentlichem Leben. Gerade Fotografien von Katzen lichten einen intimen Moment des menschlich-tierischen Zusammenseins ab, der sonst in öffentlichen Arbeitszusammenhängen keinen Platz hat – wiewohl es natürlich auch das Phänomen des »Bürohunds« gibt, dessen »Platz« aber an die Zustimmung von Arbeitgeber:innen und Kolleg:innen gebunden ist und mit dem – gleichsam der »Büropflanze« – vor allem psychosoziale Effekte wie Stressreduktion oder Kollegialität verbunden werden (Friedrich 2020).⁸ Intimität hat gemeinhin nur in der privaten Sphäre

7 Wobei gerade der bildzentrierten Kommunikation auf Instagram zu eigen ist, dass sie der positiven Selbstdarstellung dient (Maleyka 2019).

8 Der individuellen Ausstattung und damit »Inbesitznahme« von Büros durch Pflanzen, woran sich beispielsweise bei Abwesenheit notwendigerweise die Pflege durch Kolleg:innen koppelt, ist bisher keine kulturwissenschaftliche, sondern v.a. künstlerische bzw. popkulturelle Aufmerksamkeit

Raum. Intim zu sein bedeutet, mit nur wenigen Zeichen und Gesten zu kommunizieren und etwas zu teilen, zum Beispiel eine Erfahrung, eine Geschichte, die einen selbst und jemand anders betrifft (Berlant 1998). Das nun trifft auf den medienbasierten, visuellen Austausch geteilter Erfahrungen im #Homeoffice zu, wobei natürlich nur sehr kontrolliert Persönliches preisgegeben wurde. Die Social-Media-Assemblagen aus Bildern, abgebildeten, oft arrangierten Objekten und kommentierendem Text dienten als selbstreferentielle Archive, nicht nur, weil sie Bezug auf die dargestellte persönliche Lebenswirklichkeit zu einem bestimmten Zeitpunkt nahmen, sondern auch, weil sie über das System gleichermaßen verwendeter Hashtags mit anderen Postings verbunden gewesen sind. Sie ermöglichten es, nicht nur sich selbst zu dokumentieren, sondern auch andere in ähnlichen Situationen zu beobachten. Ob diese Wahrnehmung dann tatsächlich geschah, war nicht entscheidend, vielmehr zählte die Gewissheit, dass es möglich gewesen wäre:

Wenn ich versuche, Rechenschaft von mir zu geben, dann geschieht das immer für jemanden, von dem ich annehme, dass er meine Worte irgendwie aufnimmt, auch wenn ich gar nicht immer weiß und nicht immer wissen kann, wie er sie aufnimmt. [Möglicherweise] liegt alles, was er für mich tut, darin[,] dass er mir einen gewissen Ort einräumt, eine Position, einen strukturellen Platz, an dem die Beziehung zu einer möglichen Aufnahme artikuliert wird. Es geht also gar nicht darum, ob ein Anderer da ist, der tatsächlich aufnimmt, was ich sage; entscheidend ist vielmehr, dass es einen Ort gibt, an dem der Bezug zu einer möglichen Rezeption Form annimmt (Butler 2007: 92).

Social-Media-Postings aus der frühen Phase der Corona-Pandemie im Frühjahr 2020 sind fast ausschließlich an mögliche Rezipient:innen gerichtete »Erfolgs Erzählungen« (Lehmann 2007), die die positive, individuelle Aneignung der damals neuen Situation mittels kollektiv geteilter, medialer Strategien visualisieren. Allerdings zeigt die Erfahrung seit dem Frühjahr 2020 auch die Dynamik des Infektionsgeschehens, das Auf und Ab von Inzidenzen, das Auf und Zu von Schulen, Geschäften und Kultureinrichtungen in aufeinanderfolgenden Lockdowns. Es ist zu vermuten, dass der positive Tenor der hier besprochenen #Homeoffice-Postings im Laufe der pandemischen Entwicklungen mit all ihren sozialen Folgen nachlassen wird bzw. zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Beitrags vielleicht schon verschwunden ist. Auch bleiben Fragen offen, die hier nicht näher betrachtet worden sind: Gab es Unterschiede in der frühen Wahrnehmung der Homeoffice-Situation in unterschiedlichen Berufsgruppen? Haben Akademiker:innen diese anders wahrgenommen, weil beispielsweise die Entgrenzung von Arbeit und Berufsleben auch schon vor der Pandemie gelebte Praxis war, gut ausgestattete Arbeitsplätze bereits vorhanden gewesen sind? Und wie verhält es sich mit der Care-Arbeit? Wird oder wurde sie weitestgehend ausgeblendet bzw. verstärkt thematisiert – abhängig vom Diskussionsraum (Familie, Bekanntenkreis, Kolleg:innen, Social Media, klassische Medien etc.)? Sind dabei geschlechtsspezifische Unterschiede festzustellen? Ohne zu wissen,

gewidmet worden: Böhlen und Mateas 1998, Busch 2018 sowie der Spielfilm *Nine to Five* (USA, 1980, Regie: Colin Higgins; den Herausgebern vielen Dank für diesen Hinweis).

welche Krisen die nähere und fernere Zukunft bringen wird, dürfte es spannend sein, irgendwann eine Alltagsgeschichte des frühen 21. Jahrhunderts vor dem Hintergrund von Praktiken und Anpassungsleistungen und deren Thematisierung in den sozialen Medien zu schreiben und dabei auch nach einer sich möglicherweise verändernden Bewertung zu fragen.

Literatur

- Bendix, Regina: »Zwischenwelten. Komplexe Welten, wie wir mit ihnen zurecht kommen oder auch nicht, und wie uns die Wissenschaft auf die Schliche zu kommen versucht«, in: Silke Götsch/Christel Köhle-Hezinger (Hg.): *Komplexe Welt. Kulturelle Ordnungssysteme als Orientierung*, Münster u.a.: Waxmann, 2003, S. 15–28.
- Berlant, Lauren: »Intamicy: A Special Issue«, in: *Critical Inquiry*, Vol. 24, 1998, pp. 281–288, <https://www.jstor.org/stable/1344169>
- Böhlen, Marc/Mateas, Michael: »Office Plant #1: Intimate Space and Contemplative Environment«, in: *Leonardo*, Vol. 31, 1998, pp. 345–348, <https://www.jstor.org/stable/1576593>
- Bolinski, Ina: »Cat Cotent. Zur Intimität der Mensch-Haustier-Beziehung in digitalen Medien«, in: *Zeitschrift für Medienwissenschaft*, Vol. 8, 2016, S. 73–82, <https://doi.org/10.25969/mediarep/1903>
- Brand, Sebastian: »Wissens-Dinge. Eine Phänomenologie des Wissen organisierenden Inventars im Library Life«, in: Krentel et al. 2015, S. 99–133.
- Busch, Frederik: *German Business Plants*, Heidelberg u.a.: Kehler, 2018.
- Butler, Judith: *Kritik der ethischen Gewalt*, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 2007.
- Friedrich, Anna: »Sitz, Kollege!«, in: *Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung*, 25. Oktober 2020, S. 45.
- Frosh, Paul: *Screenshots*, Berlin: Wagenbach, 2019.
- Fung, Issac Chun-Hai, et al.: »Zika-Virus-Related Photo Sharing on Pinterest and Instagram«, in: *Disaster Medicine and Public Health Preparedness*, Vol. 11, 2017, pp. 656–659, <https://doi.org/10.1017/dmp.2017.23>
- Henkel, Matthias: »Die Tasse ... Zur Trinkkultur am Arbeitsplatz. Eine Arbeitsplatzanalyse aus kulturwissenschaftlicher Sicht«, in: Rolf Wilhelm Brednich/Heinz Schmitt (Hg.): *Symbole. Zur Bedeutung der Zeichen in der Kultur*, Münster: Waxmann, 1997, S. 226–239.
- Hochschild, Arlie Russell: *Work-Life-Balance. Keine Zeit. Wenn die Firma zum Zuhause wird und zu Hause zur Arbeit wartet*, Opladen: Leske + Budrich, 2002.
- Hörning, Karl H.: »Praxis und Ästhetik. Das Ding im Fadenkreuz sozialer und kultureller Praktiken«, in: Stefan Moebius/Sophia Prinz (Hg.): *Das Design der Gesellschaft. Zur Kulturosoziologie des Designs*, Bielefeld: transcript, 2012, S. 29–48.
- Jessen, Jonas et al.: »Geschlossene Kitas: Mütter tragen mit Blick auf Zeiteinteilung vermutlich die Hauptlast«, in: *DIW aktuell*, Bd. 34, 2020, <http://hdl.handle.net/10419/216979>
- Krentel, Friedolin et al.: *Library Life. Werkstätten kulturwissenschaftlichen Forschens*, Lüneburg: meson press, 2015, <https://doi.org/10.14619/006>

- Kulbe, Nadine: »#Homeoffice. Der Blick auf den Schreibtisch«, Bildsehen/Bildhandeln. Akteur:innen und Praktiken der Amateurfotografie, 17. April 2020, <https://fotografie.hypothesen.org/1483>
- Lehmann, Albrecht: Reden über Erfahrung. Kulturwissenschaftliche Bewusstseinsanalyse des Erzählens, Berlin: Reimer, 2007.
- Maleyka, Laura: »Instagram ist halt ne App für Bilder und wer findet Bilder denn nicht schön?« Privatheit und Öffentlichkeit in bildzentrierter Kommunikation auf Social Media Sites«, in: Patrik Ettinger et al. (Hg.): Intimisierung des Öffentlichen. Zur multiplen Privatisierung des Öffentlichen in der digitalen Ära, Wiesbaden: Springer VS, 2019, S. 191–210.
- Müller, Kathrin Friederike: »Ein schön schrecklicher Fortschritt«. Die Mediatisierung des Häuslichen und die Entgrenzung von Berufsarbeit«, in: M&K Medien & Kommunikationswissenschaft, Vol. 66, 2018, S. 217–233, <https://doi.org/10.5771/1615-634X-2018-2-217>
- Myrick, Jessica Gall: »Emotion regulation, procrastination, and watching cat videos online: Who watches Internet cats, why, and to what effect?«, in: Computers in Human Behavior, Vol. 52, 2015, pp. 168–176.
- O'Meara, Radha: »Do Cats Know They Rule YouTube? Surveillance and the Pleasures of Cat Videos«, in: M/C Journal, Vol. 17, Mar. 2014, doi:10.5204/mcj.794.
- Pape, Thilo von/Martin, Corinne: »Introduction«, in: dies. (Hg.): Images in Mobile Communication. New Content, New Uses, New Perspectives, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2012, S. 7–17.
- Pausch, Robert/Ulrich, Bernd: »Was hat er, was alle wollen?«, in: Die Zeit, Bd. 34, 2020, S. 8.
- Rolshoven, Johanna: »Der Rausch. Kulturwissenschaftliche Blicke auf Normalität«, in: Zeitschrift für Volkskunde, Bd. 96, 2000, S. 29–49.
- Schmidt-Lauber, Brigitta: »Orte der Gemütlichkeit. Zur Machbarkeit einer Befindlichkeit«, in: Silke Göttisch/Köhle-Hezinger, Christel (Hg.): Komplexe Welt. Kulturelle Ordnungssysteme als Orientierung, Münster et al.: Waxmann, 2003, S. 125–132.
- Stein, Perry: »Why Do Cats Run the Internet? A Scientific Explanation«, in: The New Republic, 1. März 2012, <https://newrepublic.com/article/101283/cats-internet-memes-science-aesthetics>
- »Das Streiflicht«, in: Süddeutsche Zeitung, 28. September 2020, S. 1.
- Thomas: »Arbeiten in Zeiten von Corona«, in: coronarchiv, 6. April 2020, <https://coronarchiv.geschichte.uni-hamburg.de/projector/s/coronarchiv/item/2850>

Social-Media-Postings und Einreichungen bei Sammelprojekten

- »Andrea Wild«: »#LifeHack fürs #HomeOffice.« *Twitter*, 26. März 2020, <https://twitter.com/andreamwild/status/1243223811354439680>
- Breitsprecher, Lea: »Homeoffice zu Corona-Zeiten.« *alltag in der krise*, o. D. (2020), <https://alltaginderkrise.org/fotos-aus-dem-corona-alltag/>
- »Christian Demmelmeier«: »#Homeoffice/#Bürokaffee-Tweets.« *Twitter*, 19./21./22. Okt. 2020, <https://twitter.com/DemmelmeierChr>

- »Deutsche Digitale Bibliothek«: »Guten Morgen zusammen!« *Twitter*, 18. März 2020, <https://twitter.com/ddbkultur/status/1240185791164436481>
- Gfrörer-Harbich, Helmut: »Bürokantine.« *Corona-Alltag*, 6. Mai 2020, <https://lmw-corona-alltag.de/alleinreichungen>
- Krczal, Bettina: »Corona Kochtopf.« *Corona-Alltag*, 12. Mai 2020, <https://lmw-corona-alltag.de/alleinreichungen>
- Seibold, Wenzel: »Eine Tasse.« *coronarchiv*, 25. März 2020, <https://coronarchiv.geschichte.uni-hamburg.de/projector/s/coronarchiv/item/772>
- Soteriou-Sukalia, Antonia: »Wäsche in den Zeiten der Coronavirus.« *Corona-Alltag*, 7. April 2020, <https://lmw-corona-alltag.de/alleinreichungen>

Abbildungsverzeichnis

- Abb. 1: Instagram-Posting aus dem #Homeoffice von »dieselseb«, 18. März 2020: ein typisches Beispiel mit Laptop, Papier, Stiftebox, Tasse (Screenshot von <https://www.instagram.com/dieselseb/>)
- Abb. 2: Karin Dannenberg: Homeschooling und Homeoffice. Einreichung beim Sammlungsprojekt »coronarchiv«, Dresden, 24. März 2020 (Foto: Karin Dannenberg, Dresden, 2020, CC BY-SA 4.0, <https://coronarchiv.geschichte.uni-hamburg.de/projector/s/coronarchiv/item/1053>)
- Abb. 3: Tweet mit vier Fotografien aus dem Homeoffice von »Institut für Sächsische Geschichte und Volkskunde«, 3. April 2020 (Screenshot von https://twitter.com/isgv_d)
- Abb. 4: Wenzel Seibold: Eine Tasse. Einreichung beim Sammlungsprojekt »coronarchiv«, Wiesbaden, 25. März 2020 (Foto: Wenzel Seibold, Wiesbaden, 2020, CC BY-SA 4.0, <https://coronarchiv.geschichte.uni-hamburg.de/projector/s/coronarchiv/item/772>)
- Abb. 5: Drei #Homeoffice-Tweets von »Christian Demmelmeier«, 19./21./22. Oktober 2020 (Screenshots von <https://twitter.com/DemmelmeierChr>; Zusammenstellung Nadine Kulbe)
- Abb. 6: Zwei Tweets aus dem #Homeoffice von »AlohafromMunich«, 19. Oktober 2020, und »Dr. Guacamolé«, 21. Oktober 2020, die Wohlbefinden und Annehmlichkeiten visualisieren (Screenshots von <https://twitter.com/AlohafromMunich>, <https://twitter.com/stammtischphilo>; Zusammenstellung Nadine Kulbe)
- Abb. 7: Tweet aus dem #Homeoffice mit Katze und Tasse von »GedenkstättenSachsen« vom 25. März 2020 (Screenshot von <https://twitter.com/gedenkstaetten>)
- Abb. 8: Lea Breitsprecher: »Homeoffice zu Corona-Zeiten: Da wird auch mal das Bügelbrett zum Steh-Schreibtisch umfunktioniert.« Einreichung beim Sammlungsprojekt »Alltag in der Krise«, 2020 (Foto: Lea Breitsprecher, 2020, <https://alltaginderkrise.org/fotos-aus-dem-corona-alltag>)

