

"That girl"-Trend

Wer sonntags ausschlaft, ist ein Loser

Freizeit besteht in den sozialen Medien oft aus To-do-Listen, Produktivitatstipps und Konsum. Entspannung sieht anders aus. Was soll dieser Leistungsfetisch?

Von **Emeli Glaser**

11. November 2022, 13:13 Uhr / [13 Kommentare](#) /

EXKLUSIV FÜR ABONNENTEN



Alles kann ein Punkt auf einer To-do-Liste sein, sogar das Teekochen.

© 10'000 Hours/Getty Images

Dieser Artikel ist Teil von ZEIT am Wochenende [<https://www.zeit.de/we>], Ausgabe 46/2022.

"Sonntage haben mich immer frustriert." Eine blonde Frau steht in ihrer Küche und rührt Matcha an. In dem TikTok [https://www.tiktok.com/@sydneydamas_/video/7144811235207335214?_r=1&t=8Wf8XHj7HfS&is_from_webapp=v1&item_id=7144811235207335214]-Video hört man ihre Stimme aus dem Off: "Früher habe ich immer alles aufgeschoben und dann versucht, es sonntags zu erledigen. Am Ende bin ich müder in die Woche gestartet, als ich vor dem Wochenende war. Jetzt habe ich den perfekten Sonntag ausgeklügelt."

Im Video sieht man alles, was sie an diesem Sonntag so macht – akkurat versehen mit Zeitstempeln: "7.15 Uhr Vitamine". 7.30 Uhr belädt sie die Waschmaschine, 8 Uhr kauft sie im Supermarkt ein. "8.45 Uhr Starbucks", "10

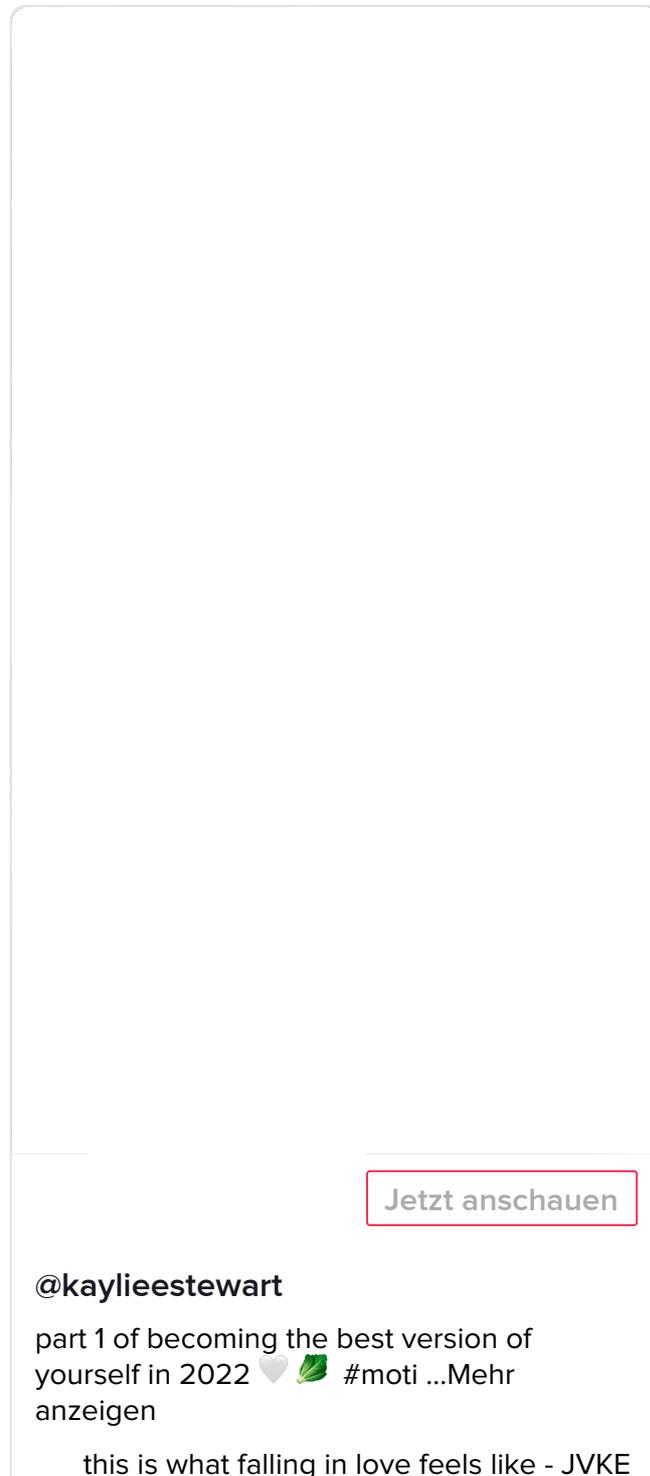
Uhr Kirche", "12 Uhr Brunch". "Ich bin so produktiv am Sonntag!", sagt sie. "Und ich habe trotzdem den ganzen Nachmittag, um mein Ding zu machen." Zu diesen Worten räumt sie den Geschirrspüler ein, bevor sie das Bett frisch bezieht und ins Fitnessstudio geht.

Als Zuschauer stellt man sich viele Fragen: Wie vollgepackt mit Erledigungen war ihr Wochenende früher, wenn das (7 Uhr aufstehen, 8 Uhr Haus verlassen!) ein entspannter, ja: "perfekter" Sonntag ist? Wieso muss man einen Sonntag auf maximale Effizienz hin durchtackten? Warum muss ein Sonntag überhaupt produktiv sein? Und kann so ein minutiöser Ablauf (8.45 Uhr Starbucks) wirklich noch mit Entspannung und Genuss verbunden sein?

Das TikTok der Fitness-Influencerin Sydney Adams ist eines von vielen Videos, die sich unter Hashtags wie #morningroutine, #thatgirl oder #5to9 finden lassen. Auf Instagram allein sind es fast vier Millionen Beiträge. In ihnen sieht man meist schlanke Frauen in ihren Zwanzigern, die in kurzen Clips zeigen, wie gesund, produktiv und ästhetisch sie ihre Freizeit gestalten. Der Trend kommt aus den USA, aber auch in Deutschland gibt es längst Nachahmerinnen [https://www.instagram.com/reel/Ch4Eu_nJckm/?igshid=YmMyMTA2M2Y=].

Egal, ob sie in ihren Videos Eiskaffee trinken, ein Buch lesen, Sport treiben, oder Tagebuch schreiben: Sie tun es mit großer Ernsthaftigkeit und Akkuratess. Influencerinnen [<https://www.zeit.de/kultur/film/2022-10/girl-gang-influencerin-film-rezension>], die den Trend verbreiten, präsentieren dabei gleich die nötigen Produkte von Retinolcreme bis Milchaufschäumer, die man ihnen abkaufen soll, um genauso diszipliniert zu sein und eben #thatgirl zu werden. Manchmal kommen noch inspirierende Sätze [<https://www.instagram.com/reel/Ckji6bnp-am/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>] dazu: "Wünsche es dir nicht, arbeite dafür."

Die Videos zeigen Freizeit. Also das, was die jungen Frauen so machen, wenn sie nicht auf der Arbeit sind. Zum Beispiel ihren Morgen [https://www.instagram.com/reel/CkGjD_GpN0e/?igshid=YmMyMTA2M2Y=] vor dem Nine-to-five-Job, an dem sie oft um 5 Uhr, manchmal schon um 3 Uhr [<https://vm.tiktok.com/ZMFf37eMc/>] morgens aufstehen. Oder ihr Five-to-nine [<https://www.instagram.com/reel/CivbtNpgk-8/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>] abends nach der Arbeit. In Videos mit Hashtags wie #sundayreset [<https://www.instagram.com/reel/CkGj9VvvjWc/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>] sieht man, wie sie ihre Sonntage verbringen: Es wird geputzt, gewaschen, eingekauft und vorgekocht. Zwischendrin in wohl portionierten Zeitfenstern trainiert, meditiert und ein gesunder Shake getrunken.



Das, was die Videos zeigen, sieht so gar nicht nach Freizeit aus. Ab dem Moment, in dem ihr Wecker zu einer horrend frühem Zeit klingelt, arbeiten diese Frauen – und zwar, bis sie frisch eingecremt, mit einem Selbsthilfebuch um spätestens 22 Uhr ins Bett fallen. Sie arbeiten an sich selbst. An der Fitness, am Aussehen, an der Wohnung, der Bildung, am "Mindset". Sie zeigen, dass man nicht nur acht Stunden täglich im Büro effizient sein sollte, sondern immer.

Freizeit bedeutet eigentlich: Zeit ohne Verpflichtung. Sie ist explizit dazu gedacht, nichts leisten zu müssen. Arbeiter:innen der Industrialisierung haben

sich das Recht, ab und zu auszuschlafen und die Füße hochzulegen, hart erkämpft. 1918 wurde der Achtstundentag gesetzlich festgeschrieben. In den Sechzigerjahren führten Industrien in der Bundesrepublik auf Druck von Gewerkschaften nach und nach den freien Samstag ein. Freizeit ist nicht nur notwendig, um gesund zu bleiben. Freizeit und Erholung sind ein Menschenrecht. Festgehalten in Artikel 24 der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte.

Heute gibt es Hunderttausende #thatgirls mit Vollzeitjobs, die internalisiert haben: Wer sonntags ausschläft, ist ein Loser.

Warum der Produktivitätscontent so gut läuft, kann Christian Fuchs erklären. Er ist Professor für Mediensysteme und Medienorganisation an der Universität Paderborn und untersucht Medien und Kommunikation im digitalen Kapitalismus. "Der Leistungsfetisch des 21. Jahrhunderts drückt sich über soziale Medien als eine neue protestantische Ethik aus", sagt Fuchs.

Wenn Influencer:innen betonen, dass sie am Sonntag um 7 Uhr aufstehen, jeden Morgen ins Fitnessstudio gehen und schon vor dem ersten Kaffee den Wocheneinkauf erledigt haben, ist das laut Fuchs eine neue Version einer alten Idee. Der Soziologe Max Weber hat schon 1904 in seinem Buch *Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus* erkannt, dass der Kapitalismus sich die protestantische Ethik der Arbeitenden zunutze machte: Er vereinnahmte ursprünglich religiöse Werte wie Fleiß und Disziplin.

Dass sich das jetzt auf Instagram und TikTok wiederholt, ist kein Zufall, sagt Fuchs: "Die Realität der Arbeit im digitalen Zeitalter ist eine digitale Proletarisierung." Jobs im Internet sind schlecht abgesichert, hat eine Studie [<https://www.bertelsmann-stiftung.de/de/unsere-projekte/betriebliche-arbeitswelt-digitalisierung/projektthemen/plattformarbeit>] der Bertelsmann Stiftung aus dem Jahr 2019 festgestellt. Und auch andere Jobs sind oft unsicher. Arbeitsverhältnisse sind öfter befristet, gerade junge Menschen im Berufseinstieg spüren die Folgen der Inflation, der Corona- und der Klimakrise. Fuchs: "Möglicherweise entstehen neoprottestantische Werte als Reaktion auf Angst vor prekärer Arbeit."

Und die #thatgirl-Videos kapitalisieren Ängste vor Armut. Sie bedienen sich dafür des hartnäckigsten Mythos des Kapitalismus: Jeder ist seines eigenen Glückes Schmied. Man muss sich nur genug anstrengen, dann kann man alles erreichen. Vom Tellerwäscher zum Millionär.

Selbstoptimierung als Überlebensstrategie

Die #thatgirls übertragen dieses Prinzip auf die Freizeit. Christian Fuchs sagt, das sei heutzutage die logische Konsequenz: "Es gibt eine Angst davor, krank, alt und gebrechlich zu sein, denn das bedeutet in der heutigen kapitalistischen

Gesellschaft Ausschluss." In der Freizeit muss also daran gearbeitet werden, gesund, jung und belastbar zu bleiben. Selbstoptimierung als Überlebensstrategie.

Dabei muss man zwei Arten von #thatgirls unterscheiden: Da sind Influencerinnen mit einer riesigen Followerschaft, die persönlich davon profitieren, wenn sie den hyperproduktiven Lebensstil anpreisen. Auf der anderen Seite sind ihre Anhängerinnen, die sich nach dem gut ausgeleuchteten Leben der Influencerinnen sehnen und die Routinen nachahmen. Ihnen wird versprochen: Wer sich nur genauso anstrengt wie die Vorbilder, kann sich irgendwann deren Loft leisten. Dabei wird ignoriert, dass angeborene Privilegien – wie man aussieht, in welche Familie man geboren wird und welche Ausbildung man sich leisten kann – eine größere Rolle spielen als ein diszipliniertes Mindset.

So wecken die Videos der Influencerinnen Wohlstandsfantasien, die ganze Industrien unterhalten. Das Versprechen: Mit diesen Essentials bist auch du ein Stück näher dran am perfekten Leben! Die Produktplatzierung ist eine Kunst an sich: In einem 20-sekündigen Routinevideo, schafft es eine US-amerikanische Bloggerin namens Anastasia [https://www.instagram.com/reel/CkTbE9Ng_qg/?igshid=YmMyMTA2M2Y] beispielsweise, 14 Produkte unterzubringen: Das gemachte Bett wird mit einem Eukalyptus-Raumspray besprüht, die anschließende Hautpflegeroutine involviert zehn Cremes, Seren und Waschgels, danach wird ein stylischer Fitnesszweiteiler angezogen und Parfum aufgetragen, um zum Schluss eine Kerze anzuzünden, deren Markennamen gut lesbar ist. Ein Thatgirl sein, das um 5 Uhr aufsteht, bedeutet vor allem eines: Konsum.

Alle Videos sind im gleichen Stil produziert: Sie sind in hektischen Jump-Cuts geschnitten oder verwenden Zeitrafferaufnahmen. Nie steht etwas still. Manchmal benutzen die Frauen Organisations-Apps, auf denen sie die Aufgaben zu einer Liste hinzufügen und nach jedem Schritt abhaken: das Bett machen CHECK, ein Glas Wasser trinken CHECK, ein Buch lesen CHECK. Der Tag wird in die kleinsten Aktivitäten zerstückelt.

Empfohlener redaktioneller Inhalt

An dieser Stelle finden Sie externen Inhalt, der den Artikel ergänzt. Sie können sich hier alle externen Inhalte mit einem Klick anzeigen lassen oder wieder ausblenden.

Externer Inhalt

Ich bin damit einverstanden, dass mir externe Inhalte angezeigt werden. Damit können personenbezogene Daten an Drittplattformen übermittelt werden. [Mehr dazu in unserer Datenschutzerklärung.](https://www.zeit.de/hilfe/datenschutz) [<https://www.zeit.de/hilfe/datenschutz>]

"Ich glaube, was hier stattfindet, ist die Taylorisierung des Alltags", sagt Fuchs. Der US-amerikanische Ingenieur Frederick Winslow Taylor entwickelte in der Industrialisierung ein Prinzip, um Arbeitsabläufe effizienter zu gestalten, indem man sie in die kleinsten Bewegungen zerlegte und einzeln optimierte. Das bekannteste Beispiel: das Fließband in der Automobilindustrie. Fuchs: "Und heute nutzt man dafür eine App."

In einem [TikTok](https://www.tiktok.com/@misslillyangelina/video/7083168529557572869?_r=1&t=8Wf8r5AZ4v0&is_from_webapp=v1&item_id=7083168529557572869)

[https://www.tiktok.com/@misslillyangelina/video/7083168529557572869?_r=1&t=8Wf8r5AZ4v0&is_from_webapp=v1&item_id=7083168529557572869] zeigt die Kreatorin Lilly Angelina, wie sie an ihrem "*productive day*" ein Bild malt. Malen ist ein musisches, kreatives Hobby. Ein Hobby, das wahrscheinlich noch nie so trostlos und maschinell daherkam, wie in dem Moment, als die junge Frau graue Zementmasse auf eine Leinwand schmiert, um – Schnitt – eine Millisekunde später im Gym zu trainieren. Leben vom Fließband. Alles in den Videos wird einer dystopischen Einheitsästhetik untergeordnet: #routineaesthetic #thatgirlaesthetic. Die Wohnungen sind immer gleich: groß, beige, charakterlos. Der Sonnenstrahl fällt zwar perfekt auf das toll angerichtete Sandwich. Aber das Genießen des Sandwiches fehlt. Der Spaß beim Malen fehlt. Das Versinken im Buch, das man gerade liest. Alles Menschliche, jedes Gefühl, jegliche Lebensfreude fehlt. Eigentliche Freizeitaktivitäten, Organisationstätigkeiten und Pflichten werden eins: Alles ist nur ein Punkt auf einer endlosen To-do-Liste.

Die TikTokerin [1000mgibuprofen](https://www.tiktok.com/@1000mgibuprofen)

[https://www.tiktok.com/@1000mgibuprofen/video/7147821749801929989?_r=1&t=8W1suw64kHm&is_from_webapp=v1&item_id=7147821749801929989] hat sich ein typisches *Morning-routine*-Video einmal genauer angesehen. Es passiert das Übliche: Aufstehen, Kaffee, Skincare. Sie stoppt es an der Stelle, an der man für eine Sekunde den Tagebucheintrag der Frau im Video sehen kann. Da stehen Dinge wie: "Unzufriedenheit", "Unausgefülltheit", "Mangel an Spaß/Sozialleben". Die perfekte Routine. Aber innendrin: traurig und entfremdet.

Kein Wunder: Wenn man die Videos anschaut, egal ob sie aus den [USA](https://www.instagram.com/reel/CkWfoTsJxXo/?igshid=YmMyMTA2M2Y=)

[<https://www.instagram.com/reel/CkWfoTsJxXo/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>] oder [Deutschland](https://www.instagram.com/reel/Cdq4C88lTKn/?igshid=YmMyMTA2M2Y=) [<https://www.instagram.com/reel/Cdq4C88lTKn/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>] kommen, fällt etwas auf. Die Frauen in den Videos

Mehr zum Thema

TikTok

Musikindustrie und TikTok Greller, schneller, trauriger

[<https://www.zeit.de/kultur/musik/2022-10/musikindustrie-tiktok-produktion-label>]

TikTok

Nazis lieben diesen Trick

[<https://www.zeit.de/campus/2022-10/tiktok-radikalisierung-rechtsextremismus-afd-soziale-medien-redpilling>]

Tiere auf TikTok

Die armen Viecher

[<https://www.zeit.de/entdecken/2022-10/tiere-tiktok-egoismus-tierliebe>]

sind fast immer allein. Sie hetzen durch weiße Wohnungen, sterile Fitnessstudios, manchmal auch über Straßen und in Coffeeshops. Wo sind ihre Freunde? Wo ist ihre Familie? Neben der körperlichen und geistigen Erholung ist Freizeit vor allem für eines da: das Sozialleben. Nähe und Wärme. Menschen, die einander auffangen. Freizeit verbringt man mit Freunden und Partnerinnen. Man kommuniziert Bedürfnisse, lacht miteinander, engagiert sich vielleicht sogar für gute Zwecke und das Wohl der Gemeinschaft.

Die Thatgirl-Videos propagieren stattdessen Hyperindividualismus als Lebensstil und -ziel. Ein Boss Babe braucht nur sich selbst und seine App. (Und seinen Jade-Roller. Und seine Kapsel-Kaffeemaschine. Und die Designer-Brotbüchse.) Wenn es nach den Videos geht, werden wir idealerweise alle zu Einzelkämpferinnen in einer unpersönlichen Welt des Wettbewerbs und der Waren. Die absolute Entfremdung von dem, was uns als Menschen ausmacht.

Als würde es nicht reichen, dass junge Frauen sich zu Freizeitmaschinen machen: Sie bedienen damit auch noch antiquierte Rollenbilder. Locker die Hälfte der Aktivitäten, die sie in ihren Videos ästhetisieren, sind Hausarbeit. Männer zeigen sich im Internet so gut wie nie dabei, wie sie sonntags ihren Geschirrspüler ausräumen. Ob das daran liegt, dass das in ihrer Welt nicht erstrebenswert ist, oder sie einfach nie selbst den Geschirrspüler ausräumen müssen, bleibt offen. Bei den Frauen hingegen wird deutlich: Geschirrspüler ausräumen, das ist wichtig für die mentale Gesundheit. Mehr noch: Das ist Erfüllung. Die Vloggerinnen sind nicht nur die perfekten Arbeiter:innen, sie sind auch die perfekten Frauen des Kapitalismus. Sie sind schön anzusehen und beschweren sich nicht, wenn sie neben dem Vollzeitjob die komplette unbezahlte Hausarbeit verrichten. Nein, sie idealisieren das sogar noch im

Internet. Wie eine 2022-Version der Frauen von Stepford hängen die Girl-Boss-Roboter lächelnd die Socken ihres Partners auf und schicken mit der anderen Hand eine Work-E-Mail ab. Danach setzen sie sich mit einem perfekt aufgeschäumten Matcha-Latte auf die Couch, filmen ihn zehn Minuten lang und nennen das #selfcare.

Zeit für Kritik am Zustand der Welt bleibt dabei nicht. Wer seine Haut und sein Haus jederzeit makellos hält, dabei Erfolgsmantras summt und das Ganze auch noch filmt, hat kaum Zeit, sich damit zu beschäftigen, wie es einem selbst eigentlich wirklich geht und warum man das alles überhaupt macht. Denn Selfcare ist es definitiv nicht: Niemand geht am Wochenende um 8 Uhr morgens einkaufen, weil es Spaß macht.

Hustle Culture, toxische Produktivität, Selbstoptimierungswahn – wir versuchen immer wieder Worte dafür zu finden, was der Kapitalismus im digitalen Zeitalter mit uns anstellt. Christian Fuchs sagt: "Der Kapitalismus kolonialisiert unsere Freizeit". Über soziale Medien erreicht er die kleinsten Winkel unseres Privatlebens.