



MASTERARBEIT | MASTER'S THESIS

Titel | Title

Mit Cycle Syncing zum Erfolg?
Umkämpftes Körperwissen über den Menstruationszyklus

verfasst von | submitted by
Martina Kanovich BA

angestrebter akademischer Grad | in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Master of Arts (MA)

Wien | Vienna, 2025

Studienkennzahl lt. Studienblatt | Degree
programme code as it appears on the
student record sheet:

UA 066 905

Studienrichtung lt. Studienblatt | Degree
programme as it appears on the student
record sheet:

Masterstudium Soziologie

Betreut von | Supervisor:

ao. Univ.-Prof. Mag. Dr. Eva Flicker

Danksagung

Ein herzliches Danke an alle Freund:innen und meine liebste WG, die mich, als ich im Schreibtunnel unterwegs war, weiterhin zu freudigen Unternehmungen eingeladen haben und trotzdem stets verständnisvoll waren, wenn ich nicht teilnehmen konnte, sowie für die telefonisch wie persönlich offenen Ohren.

Diese Arbeit hat enorm vom Feedback jener Menschen profitiert, die den Text Korrektur gelesen und mir großzügig Rückmeldungen gegeben haben: Mika, Patrick, Samira, Bettina & Sylvie. Danke auch an Larissa für die hilfreiche Mindmap-Session und den Beistand beim Formatieren!

Bettina gilt ein gesonderter, riesiger Dank für zahlreiche klärende Gespräche, ihren brillanten soziologischen Kopf und den unerschöpflichen mentalen Support!

Ich bin sehr froh, Teil der (nach objektiven Maßstäben klügsten, kritischsten und herzlichsten jemals bestehenden) Interpretations- und Schreibgruppe sein zu dürfen, die aus Bettina Krautstorfer, Clara Meuser, Patrick Baú, Samira Haschka und Sylvia Herzog besteht. Hier habe ich Struktur, inhaltlichen Austausch, Literaturtipps sowie Feedback bekommen, ohne die es nicht gegangen wäre. Ich wünsche allen Schreibenden einen solchen Hort des Austausches, der Disziplin und Freundschaft.

Auch einer zweiten, auf visuelle Methoden spezialisierten Interpretationsgruppe bin ich für ihre Zeit und die hilfreichen Assoziationen und Gedanken dankbar: Bettina Krautstorfer, Ezgi Kizilocak, Sabrina Selber und Tobias Steinbichler.

Eine Zwei-Personen-Schnittmenge dieser beiden Gruppen war im Rahmen eines Seminars zu visuellen Methoden an der Interpretation der ersten Videos aus dem Sample beteiligt, die in erweiterter Form ihren Weg in diese Arbeit gefunden hat: Ezgi Kizilocak & Patrick Baú.

Ein großer Dank gilt des Weiteren meiner Betreuerin Eva Flicker für ihre Flexibilität, das Vertrauen und die Klarheit auch in Phasen großer Verwirrung meinerseits. Roswitha Breckner danke ich für ihre großartige Methodenlehre und die ansteckende Faszination für visuelle Soziologie. Elisabeth Scheibelhofer danke ich für das interpretative Selbstvertrauen, in dem sie mich seit dem Bachelorstudium als Lehrende und als Vorgesetzte bestärkt.

Meine Kolleginnen danke ich fürs Rücken freihalten bzw. „Abschirmen“ in der finalen Schreibphase und für das prägnant ausgedrückte Verständnis für den Prozess: „Das Licht am Ende des Tunnels heißt noch nicht, dass man aus dem Tunnel raus ist“ - so oder so ähnlich, AKD.

Und schließlich bin ich dankbar für die Existenz der AK Bibliothek, einer meiner liebsten materiellen Manifestationen der Sozialdemokratie. Besonders liebe ich die Kiefer in ihrem Garten. *A room of one's own* (Virginia Woolf) ist essenziell fürs Schreiben, aber manchmal braucht es auch die Leichtigkeit, die das sanfte Schaukeln der Blätter im Wind bringt, wenn man sie aus dem Fenster eines von leisem Tastaturklappern erfüllten Lesesaals betrachtet.

Inhalt

1.	Einleitung.....	3
2.	Der Forschungsgegenstand: Cycle Syncing	5
2.1.	Was ist Cycle Syncing?	5
2.2.	Cycle Syncing als Trend	8
3.	Das Distributionsmedium als Rahmen: TikTok.....	9
3.1.	TikTok - Verbreitung und Nutzung.....	9
3.2.	Gestaltung der Nutzer:innenoberfläche	12
3.3.	Kontroversen und Kritik.....	13
3.4.	Rahmende Merkmale sozialer Netzwerke wie TikTok.....	15
4.	Theoretischer Rahmen	18
4.1.	Wissen.....	18
4.1.1.	Enthierarchisierung von Wissensordnungen in der Moderne	19
4.1.2.	Differenzierung und Vermischung von Wissensformen und ihre Typologien	21
4.2.	Gender	23
4.3.	Menstruation aus (queer)feministischer Perspektive	25
4.3.1.	Religiöse Symboliken und Tabu.....	26
4.3.2.	Der medizinische Blick.....	27
4.3.3.	Aktivistische Thematisierung von Menstruation	28
4.3.4.	Menstruation als Marker für Weiblichkeit.....	29
4.4.	Postfeminismus im Kontext neoliberaler Gesellschaften	30
5.	Forschungsfrage	34
6.	Methodologie und methodisches Vorgehen.....	35
6.1.	Methodologien der visuellen Soziologie im Kontext interpretativer Sozialforschung	35
6.2.	Wissenssoziologische Videoanalyse nach Jürgen Raab	37
6.3.	Forschungsethische Überlegungen.....	39

6.4.	Vorgehen.....	40
6.4.1.	Zusammenstellung des Materials und theoretisches Sampling.....	40
6.4.2.	Interpretation.....	43
7.	Ergebnisse.....	44
7.1.	Vorstellung des Materials	44
7.2.	Inhalte und Gestaltungsmerkmale der Videos	50
7.2.1.	Vermitteltes Körperwissen.....	51
7.2.2.	Ziele von Cycle Syncing.....	55
7.2.3.	Beziehung zum Publikum	57
7.2.4.	Charakterisierung der Protagonistinnen	63
7.2.5.	Angesprochene Zielgruppe	66
7.3.	Strukturelemente.....	67
7.3.1.	Konstruktion von Dringlichkeit des Wissens	68
7.3.2.	Mädchenhafte Ästhetik.....	70
7.3.3.	Geometrische und symmetrische Ordnung organischer Formen.....	71
7.3.4.	Weibliche Fürsorge und Selbstfürsorge	74
7.3.5.	Privat-intimer Raum	75
7.3.6.	Soziale Dekontextualisierung	77
7.3.7.	Typisierte Weiblichkeit.....	79
7.4.	Gesamtinterpretation	81
7.4.1.	Strukturhypothese	81
7.4.2.	Expert:innenwissen auf Augenhöhe	81
7.4.3.	Bedürfnis nach Kontrolle.....	83
7.4.4.	Postfeministische Sensibilitäten.....	84
7.4.5.	Individualisierung gesellschaftlicher Problemlagen.....	86
7.4.6.	Transnationale soziale Netzwerke	88

8. Fazit	90
9. Reflexion und Ausblick	91
Verzeichnis zitierter Beiträge auf sozialen Netzwerken.....	93
Literatur	93
Abbildungsverzeichnis.....	103
Tabellenverzeichnis	104
Abstract	105
Anhang	106
I. Kontextinformationen der Videos.....	107
II. Partitur zu Video 1	109
III. Partitur zu Video 2	124
IV. Partitur zu Video 3	132
V. Partitur zu Video 4	143
VI. Texte in den Videos.....	164
VII. Liste der zehn Accounts auf TikTok mit Cycle Syncing-Bezug mit den höchsten Follower:innenzahlen.....	167
VIII. Liste der meistgeklicktesten Videos unter dem Begriff "Cycle Syncing" auf YouTube und TikTok	168

1. Einleitung

Cycle Syncing, von Englisch *Cycle* = (Menstruations)Zyklus und *Syncing* = Synchronisieren, ist eine Methode zur Anpassung des eigenen Lebensstils an die verschiedenen Phasen des Menstruationszyklus. Ernährung, Sport und andere alltägliche Aktivitäten sollen mit dem Verlauf des Zyklus 'synchronisiert' werden. Laut Vertreter:innen der Methode soll Cycle Syncing vielfältige Vorteile für das körperliche und psychische Wohlbefinden und die Produktivität von menstruierenden Personen¹ mit sich bringen. Zahlreiche Blogartikel, Medienberichte aus dem Lifestyle-Bereich (z.B. Forbes, 2023; Vogue, 2021) sowie einige populärwissenschaftliche Bücher (z.B. Marie, 2023; Vitti, 2014, 2020) zum Thema zeugen von der Konjunktur des Trends. Auch auf sozialen Netzwerken versprechen Influencer:innen ihren Zuschauer:innen, dass Cycle Syncing ihr Leben verändert hat (Adkins 2022) oder dass es sich um „info every woman should know“ (Guerin 2020) handelt. Unter dem Hashtag „cyclesyncing“ sind auf allen großen sozialen Netzwerken zahlreiche Beiträge zu finden.

Aus soziologischer Sicht ist Cycle Syncing ein interessantes Phänomen, weil es zum gesellschaftlichen Wissensbestand über menstruierende Körper, meist auf 'weibliche Körper' reduziert, beiträgt. Je nach Plattform und Art des Beitrags findet ein mehr oder weniger intensiver Erfahrungsaustausch über das Menstruieren und den Umgang damit im Alltag statt. Der diesen Austausch rahmende Diskurs über Menstruation wird dabei zwar grundsätzlich offener (Przybylo & Fahs, 2020), gleichzeitig bestehen sexistische Klischees und Falschinformationen weiter (Gottlieb, 2020). Die über soziale Netzwerke verbreiteten Informationen zu reproduktiver Gesundheit spielen gerade im Leben vieler Jugendlicher eine große Rolle für ihre Auseinandersetzung mit dem eigenen Körper (Casanova-Garrigós et al., 2025; Hurley, 2022; Weber & Malhi, 2024, 21. März), weshalb eine genaue Betrachtung der dabei vermittelten Narrative und Bilder wichtig erscheint. Verallgemeinertes Wissen zu körperlichen Prozessen ist oft schwer zu überprüfen und wird insbesondere in Kurzvideos, die sich zunehmender Popularität erfreuen, oftmals ohne eine Darstellung des Entstehungskontextes veröffentlicht.

Die Auseinandersetzung mit kollektiven Wissensbeständen, die das Verhältnis zum eigenen Körper prägen, ist ein Kernthema feministischer Debatten (Bordo, 2004 [1993]; Carson, 2001).

¹ Als *menstruierende Personen* oder *menstruierende Körper* werden hier Personen bzw. Körper bezeichnet, die einen Menstruationszyklus haben. Dieser Begriff soll diskursiv oft ausgegrenzte Personengruppen einbinden (z.B. trans* oder intersex* Personen), um nicht fälschlicherweise nur von Frauenkörpern zu sprechen, wenn Körper mit Uterus gemeint sind. Für eine solche Verwendung des Begriffs siehe z.B. Stirenberg (2022, 24) oder Klüppelberg & Heinemann (2024, 252).

Gerade weil in vielen Beiträgen zu Cycle Syncing auf sozialen Netzwerken eine Gemeinschaft von Frauen als Zielgruppe angesprochen wird, ist die kritische Auseinandersetzung mit den vermittelten Vorstellungen von Weiblichkeit sowie der Beziehung zum vergeschlechtlichten Körper von großer Relevanz. Als interpretativ ausgerichtete Forschungsarbeit zielt diese Untersuchung darauf ab, den sozialen Sinn dieses medial vermittelten vergeschlechtlichten Körper- und Alltagswissens in seiner audiovisuellen Erscheinungsform zu rekonstruieren und in einem breiteren theoretischen Zusammenhang zu verorten. Es wird dabei eine wissenssoziologische und queerfeministische Perspektive eingenommen. Weitere zentrale theoretische Bezugspunkte sind das Konzept des neoliberal geprägten Postfeminismus und die Critical Menstruation Studies.

In dieser Arbeit soll nun zunächst der Stand der Forschung zu Cycle Syncing und dessen gesellschaftlichen Rahmenbedingungen wiedergegeben sowie eine theoretische Einbettung des Phänomens geleistet werden. Nachdem die Methodologie und das methodische Vorgehen der wissenssoziologisch-hermeneutischen Videoanalyse (Raab, 2008) beschrieben wurden, wird ein kurzer Einblick in das Videomaterial gegeben. Die Ergebnisse der Interpretation werden in einem deskriptiven und einem interpretativen Teil dargestellt. Das Kernstück der Ergebnisse sind die aus den Feinanalysen einzelner bedeutender Szenen abgeleiteten Strukturelemente. Diese werden mit Hilfe von Screenshots aus den analysierten Szenen erläutert und in ihrer Bedeutung für das Phänomen theoretisch eingebettet. Abschließend wird eine Reflexion des Forschungsprozesses vorgenommen, wie sie für qualitativ-interpretative Verfahren unablässig ist, und die Arbeit mit einem Fazit beschlossen.

2. Der Forschungsgegenstand: Cycle Syncing

Da es sich bei Cycle Syncing um ein verhältnismäßig junges Phänomen handelt, soll es in diesem Kapitel zunächst in seinen diversen Erscheinungsformen beschrieben werden. Dabei wird auch die wenig verfügbare Forschung zum Thema wiedergegeben. Im Anschluss soll der Trend in seinem zeitlichen Verlauf nachgezeichnet werden.

2.1. Was ist Cycle Syncing?

Wie bereits angeschnitten, handelt es sich bei Cycle Syncing um einen Trend aus dem Fitness-, Lifestyle- bzw. Gesundheitsbereich, der sich an menstruierende Personen richtet. Verschiedene Bereiche des Alltags (Ernährung, Sport, soziale Interaktionen, Arbeitsaufgaben) sollen dabei an

die verschiedenen Phasen des Menstruationszyklus angepasst werden. In den allermeisten Beiträgen wird von vier Phasen gesprochen: der Menstruationsphase, der Follikelphase, der Ovulationsphase und der lutealen Phase. Diese orientieren sich an bestimmten physiologischen Vorgängen wie beispielsweise dem Einsetzen der Menstruationsblutung oder der Ovulation („Eisprung“). Die für diese Phasen jeweils empfohlenen Verhaltensweisen variieren stark und reichen von Rezeptideen bis zu ganzen Trainingsplänen.

Die Bandbreite der Medien, die Cycle Syncing-Inhalte vermitteln, reicht von Posts in sozialen Netzwerken über populärwissenschaftliche Bücher (Marie, 2023; Vitti, 2014, 2020), speziell für die Methode entwickelte Kalender (Karwat 2022), Kochbücher (Bachmayer, 2025; Gavra, 2024), bis hin zu Beiträgen von gesundheitsbezogenen Organisationen wie Krankenkassen und Informationsdienstleistern (Cleveland Clinic, 2025; Doyle, 2025). Die (sozial)wissenschaftliche Forschung zu Cycle Syncing ist trotz dieser zunehmenden Verbreitung noch sehr spärlich. Zum Zeitpunkt des Verfassens dieser Arbeit gibt es nur zwei Publikationen, die sich aus der Perspektive der interdisziplinären Gesundheitsforschung kritisch mit dem Phänomen auseinandersetzen (Pfender et al., 2025; Pfender et al., 2024) sowie eine Publikation, welche die Integration des Cycle Syncing-Frameworks in psychotherapeutische Strategien thematisiert (Saini & Dutta, 2025).²

Im Rahmen einer Inhaltsanalyse jener 100 Videos zum Thema Cycle Syncing, die im Januar 2023 auf TikTok am höchsten gerankt waren, werteten Pfender et al. (2024) aus, welche Referenzen für das vermittelte Wissen die Content Creator:innen angaben, welche Vorteile sie den Zuschauer:innen durch die Anwendung von Cycle Syncing versprachen und welche Verhaltensempfehlungen sie angaben. Die Auswertung ergab, dass nur etwa ein Drittel der Creator:innen in den Videos selbst, der Videobeschreibung oder in ihrer Kanalbeschreibung eine Referenz für ihre Expertise angaben, etwa eine Ausbildung zum „health coach“ (24 % der Creator:innen), zum „fitness coach“ (5 % der Creator:innen) oder den professionellen Status eines „clinician“ (4 % der Creator:innen) (ebd., 129). Nur in 4% der analysierten Videos wurde außerdem auf wissenschaftliche Forschung als Grundlage der vermittelten Informationen Bezug genommen, wobei auch in diesen Fällen keine spezifischen Studien zitiert wurden (ebd., 130). Die am häufigsten erwähnten Vorteile von Cycle Syncing waren die „Balance von Hormonen“, die

² Dass es im Vergleich dazu zu Beginn dieses Projekts im Wintersemester 2023/2024 noch keine einzige Publikation zum Thema gab, deutet auf die zunehmende Relevanz von Cycle Syncing in sozialen Netzwerken und anderen Medien sowie der Scientific Community hin.

Verbesserung von Akne und weniger Menstruationsbeschwerden (ebd., 129). Die konkreten Anweisungen, die in den Videos vermittelt wurden, beziehen sich öfter auf empfohlene Sportarten als auf den Verzehr spezifischer Lebensmittel(gruppen). Die Autor:innen kommen zu dem Schluss, dass aufgrund der unklaren Studienlage zu menstruationsbedingten Schwankungen der Leistungsfähigkeit (Blagrove et al., 2020; Carmichael et al., 2021) und der fehlenden Forschung zur Effektivität eines an den Menstruationszyklus angepassten Alltags die Gefahr der Verbreitung von Falschinformationen durch Content Creator:innen, die Inhalte zu Cycle Syncing posten, groß ist (Pfender et al., 2024, 131).

In einer aktuellen, auf den Ergebnissen der Inhaltsanalyse aufbauenden Studie wenden die Autor:innen die Perspektive der Critical Feminist Theory an, um Einstellungen gegenüber Cycle Syncing zu analysieren, die im Rahmen von Gruppendiskussionen mit 39 Frauen und nichtbinären Personen geführt wurden (Pfender et al., 2025). Die Gruppendiskussionen wurden durch eine von der Forschungsgruppe erstellte PowerPoint-Präsentation eingeleitet, in der die von Cycle Syncing-Vertreter:innen verwendete Einteilung des Menstruationszyklus in vier distinkte Phasen und dazugehörige Verhaltensempfehlungen in den Bereichen Ernährung und Sport dargestellt wurden. So sollten typische Inhalte in Beiträgen zu Cycle Syncing in sozialen Netzwerken abgebildet werden (ebd., 1194). Daraufhin wurden verschiedene offene Fragen gestellt, um eine Diskussion über die Einstellungen der Teilnehmenden zu Cycle Syncing einzuleiten. Die Gruppendiskussionen ergaben, dass die Teilnehmer:innen größtenteils positive Einstellungen zu Cycle Syncing hatten und von der Wirksamkeit der Methode für die Verbesserung von menstruationsbezogenen Symptomen und größerer Selbstakzeptanz überzeugt waren. Auch gingen sie davon aus, dass wichtige weibliche Bezugspersonen in ihrem Leben (Mütter, Schwestern, Freundinnen) sie dabei bestärken würden, Cycle Syncing im Alltag anzuwenden. Von Männern in ihrer Umgebung erwarteten die Teilnehmer:innen hingegen eine ablehnende Haltung gegenüber Cycle Syncing; ein Befund, den die Autor:innen im Rahmen patriarchaler Strukturen verorten, welche die reproduktive Gesundheit von Frauen tabuisieren. Ein weiteres zentrales Ergebnis der Studie ist die Verortung der Diskussionen über Cycle Syncing in einem Diskurs der 'natürlichen Heilung' bzw. der Ablehnung von Medikalisierung von Menstruationsbeschwerden. Dies kann sowohl als Emanzipation von medizinischen Perspektiven, die Menstruationsbeschwerden pathologisieren, verstanden werden, als auch als Teil einer allgemeinen Welle der Ablehnung gegenüber hormonellen Verhütungsmitteln (ebd., 1199).

2.2. Cycle Syncing als Trend

Nun soll genauer auf die Verbreitung des Phänomens im Laufe der Zeit, insbesondere im Internet, eingegangen werden. Laut Google-Tool „Trends“ wird auf der Suchmaschine seit 2012 nach dem Begriff „Cycle Syncing“ gesucht, seit 2016 gibt es eine relativ konstante Anzahl an Suchanfragen und seit 2022 steigt das Interesse an Cycle Syncing mit jedem Jahr deutlich, wenn auch mit kleinen Schwankungen. Das erste populärwissenschaftliche Buch zum Thema erschien 2014 unter dem Titel „WomanCode: Perfect Your Cycle, Amplify Your Fertility, Supercharge Your Sex Drive, and Become a Power Source“ (Pfender et al., 2024). Im Jahr 2020 ist von der gleichen Autorin, Alisa Vitti, das wohl bekannteste Buch zu Cycle Syncing, „In the Flow“ (Vitti, 2020), erschienen, auf das sich viele Content Creator:innen als zentrale Wissensquelle beziehen. Auch auf YouTube ist laut Google-Daten seit 2020 ein kontinuierlicher, wenn auch nicht linearer Anstieg der Suchanfragen zu Cycle Syncing zu verzeichnen - der Trend insgesamt weist bis heute nach oben.

Den genauen Ursprung des #cyclesyncing bzw. die erste Verwendung des Begriffs auf sozialen Netzwerken zu identifizieren ist (mit alltäglichen Ressourcen³) nicht möglich. Das wahrscheinlich erste Video zum Thema Cycle Syncing in einem sozialen Netzwerk⁴ stammt ebenfalls von Alisa Vitti, die 2013 einen Vortrag zu ihrem ersten Buch über Cycle Syncing, „WomanCode“ (Vitti, 2014), gehalten hat. Der Vortrag wurde von „Talks at Google“, einem Format, bei dem das Unternehmen Expert:innen aus verschiedenen Bereichen einlädt, aufgezeichnet und auf YouTube gestellt (Talks at Google, 2013). Seitdem werden kontinuierlich zahlreiche (Video)Beiträge zum Thema von einer Vielzahl an Nutzer:innen auf verschiedenen Plattformen veröffentlicht, auf Instagram gibt es beispielsweise 196.000 Beiträge mit dem #cyclesyncing (Stand 12.10.25). Laut Auswertungen der Analyse-Plattform für soziale Netzwerke „BrandMentions“ sind im Herbst 2025 im Zeitraum von einem Monat (08.09.-08.10.2025) 1.113 Beiträge mit dem #cyclesyncing erstellt worden, davon 809 Beiträge auf Instagram, 204 auf TikTok und 89 auf YouTube (BrandMentions,

³ Leider ist es Nutzer:innen mit alltäglichen Ressourcen nicht möglich, die jeweils ersten Videos zum Thema Cycle Syncing auf den großen sozialen Netzwerken zu finden - TikTok ermöglicht überhaupt keine personalisierbare Suche, YouTube und Instagram haben zwar eine Suchfunktion, die eine Sortierung von Videos unter einem bestimmten Schlagwort nach Datum erlaubt, dabei können jedoch nur die neuesten Videos zuerst angezeigt werden. Bei der Anzahl der geposteten Beiträge ist ein Erreichen des ersten Beitrags zu Cycle Syncing deshalb forschungspraktisch quasi unmöglich.

⁴ Aufgrund der soeben beschriebenen Einschränkungen musste eine „händische“ Alternative gefunden werden. Es wurde eine Google-Suche mit dem Begriff „Cycle Syncing“ durchgeführt und durch eine sukzessive Anpassung des angezeigten Zeitraums in frühere Jahre ein annäherndes Ergebnis für die erste Verwendung des Begriffs in dem hier verstandenen Sinn aufgefunden.

2025)⁵. Eine Suche nach Accounts auf TikTok, die Inhalte zu Cycle Syncing veröffentlichen, zeigt, dass es zahlreiche kleinere Accounts gibt, die sich dem Thema widmen. Die Top fünf der entsprechenden Accounts haben zwischen ca. 50.200 und 200.000 Follower:innen (siehe „Liste der zehn Accounts auf TikTok mit Cycle Syncing-Bezug mit den höchsten Follower:innenzahlen“, Anhang VII).

Insgesamt handelt es sich bei Cycle Syncing also um ein relativ neues Phänomen, das zunehmend mediale Aufmerksamkeit auf sich vereint, aber noch wenig erforscht ist. Bereits etwas mehr (sozial)wissenschaftliche Aufmerksamkeit erhielt hingegen die Plattform, auf der die hier analysierten Inhalte veröffentlicht werden: Das Distributionsmedium TikTok. Dessen Eigenschaften sollen im nächsten Kapitel näher beleuchtet werden.

3. Das Distributionsmedium als Rahmen: TikTok

TikTok fungiert als Distributionsmedium für meist un- oder semiprofessionell erstellte private Medieninhalte in Kurzvideoform. Damit bietet es grundsätzlich eine Plattform für eine quasi unendliche Vielfalt an audiovisuellen Ausdrucksmöglichkeiten, doch die Gestaltung einer jeden Medienplattform prägt auch deren Inhalt und legt gewissermaßen den Rahmen des Möglichen fest. Um den Einfluss des Mediums auf die im weiteren Verlauf der Arbeit vorgestellten Inhalte verständlich zu machen, widmet sich dieses Kapitel der Plattform, auf der sie veröffentlicht wurden.

3.1. TikTok - Verbreitung und Nutzung

Die Kurzvideo-Plattform TikTok wurde 2016 von einem chinesischen Unternehmen unter dem Namen *Douyin* gegründet und ist seit 2017 international als „TikTok“ nutzbar. 2018 hat TikTok außerdem die Plattform *musical.ly* aufgekauft und mitsamt den bestehenden Nutzer:innen integriert (Andree & Thomsen, 2020, 178)⁶. Gleich in den ersten Jahren nach dem Markteintritt hat TikTok eine schnell wachsende Community und wirtschaftlichen Erfolg vorweisen können,

⁵ Diese Verteilung auf die verschiedenen Plattformen könnte durch den zur Erstellung eines Posts üblicherweise aufzubringenden Aufwand erklärbar sein - ein Langformat-Video für YouTube zu erstellen ist aufwendiger als ein Kurzform-Video für TikTok und noch einmal deutlich aufwendiger als ein einzelnes Bild auf Instagram zu posten.

⁶ Eine repräsentative, in ihrer methodischen Vorgehensweise dokumentierte und in ihren Limitationen nachvollziehbare Untersuchung der Nutzung verschiedener Angebote im Internet legen für Deutschland Andree & Thomsen (2020) vor, doch leider wurde dieses Projekt in den auf 2020 folgenden Jahren nicht neu aufgelegt und mir ist keine vergleichbare Publikation für Österreich oder andere Länder bekannt.

aktuell gilt es mit einem geschätzten Wert von 300 Milliarden als das weltweit zweitgrößte nicht börsenorientierte Unternehmen (CBInsights, 2025). Genaue und repräsentative Angaben zu Nutzer:innenzahlen und Nutzungsdauer zu finden gestaltet sich leider schwierig; unter anderem, weil Betreiber:innen sozialer Netzwerke häufig überhaupt nicht oder nur ungerne (aggregierte) Nutzungsstatistiken mit der Wissenschaft teilen (Andree & Thomsen, 2020, 270). Deshalb sind die folgenden Zahlen mit Vorsicht zu betrachten. Sie stammen vom Marktforschungsunternehmen GfK (Media Measurement GfK Austria, 2025) sowie von der auf soziale Netzwerke spezialisierten Marketing-Agentur WeAreSocial, die einen jährlichen Bericht über aktuelle Entwicklungen in der globalen Internetnutzung für Marketingzwecke herausgibt (Kemp, 2025).

Tabelle 1: Nutzer:innen sozialer Netzwerke im Allgemeinen und Nutzung von TikTok (weltweit und in Österreich)

	global	Österreich
Nutzer:innen soziale Netzwerke	553 Mio (74,2 % der Bevölkerung)	7.3 Mio (80,1 % der Bevölkerung)
Anteil der TikTok-Nutzer:innen an der Gesamtbevölkerung (über 18 Jahre alt)	30,8%	27,5%
Durchschnittliche Nutzungsdauer von TikTok in Stunden/Monat⁷	34:56 Stunden	43:55 Stunden

Quelle: Kemp (2025)

Von den weltweit ca. 550 Mio. Nutzer:innen, die TikTok im Schnitt knappe 40 Stunden pro Monat nutzten (siehe Tabelle 1), waren 2025 laut WeAreSocial weltweit etwa zwei Drittel zwischen 18 und 34 Jahren alt, etwa ein Viertel zwischen 35 und 44 Jahre alt, etwa 10% zwischen 45 und 54 Jahren alt und die restlichen ca. 8% entfielen auf Nutzer:innen, die über 55 Jahre alt sind. Dabei sind in jeder Altersgruppe mehr männliche als weibliche Nutzer:innen vertreten (insgesamt 55,7% männliche und 44,3% weibliche Nutzer:innen), in der Gruppe der 25-35-Jährigen ist der Abstand am größten (siehe Tabelle 2).

⁷ Nur Android-Nutzer:innen - global sind laut dem Report 70% der Handynutzer:innen Android-Nutzer:innen, für Österreich könnte diese Verteilung jedoch abweichen.

Tabelle 2: Anteil unterschiedlicher Altersgruppen an der Gesamtgruppe der TikTok-Nutzer:innen weltweit, aufgeschlüsselt nach Geschlecht

Altersgruppe	männlich	weiblich	Gesamt
18-24	16,6%	14,1%	30,7%
25-34	20,7%	14,6%	35,3%
35-44	9,2%	7,2%	16,4%
45-54	4,9%	4,3%	9,2%
55+	4,3%	4,1%	8,4%
Gesamt	55,7%	44,3%	100%

Quelle: Kemp (2025)

Die Geschlechterverteilung der Nutzer:innen ist jedoch höchstwahrscheinlich verzerrt, denn obwohl eindeutig mehr männliche Nutzer auf TikTok zu finden sind, konstatieren Andree und Thomsen für 2019 ein anderes Muster mit Blick auf die Nutzungsdauer: in Deutschland gab es damals 4.7 Mio. Nutzer:innen auf der Plattform. Die gesamte Nettoreichweite von TikTok in der Bevölkerung betrug bei den 14-24-Jährigen 24,1%, bei Personen im Alter von 25-34 Jahren 6,6%, in der Gruppe der 35-44-Jährigen 5,2% und bei älteren Nutzer:innengruppen stets unter 3%. Dabei war zwar mit 58% der Nutzer:innen der Großteil männlich, die weiblichen Nutzerinnen haben jedoch mit durchschnittlich 2:31 Stunden/Monat im Vergleich zu den 1:03 Stunden/Monat der männlichen Nutzer mehr als doppelt so viel Zeit auf der Plattform verbracht (Andree & Thomsen, 2020, 178)⁸. Die Nutzungszeit ist als relevanter Faktor für die Verbreitung und Wirkung bestimmter Plattformen nicht zu unterschätzen.

Laut der „Studie Bewegtbildnutzung im Tagesverlauf“, die im Februar 2025 vom Marktforschungsunternehmen Media Measurement GfK Austria durchgeführt wurde und 4.000 Teilnehmer:innen in Österreich zu ihrem Medienkonsum befragt hat (Media Measurement GfK Austria, 2025), haben 21,6 % der 4.000 befragten Nutzer:innen (ab 14 Jahren) TikTok im Februar 2025 zumindest einmal benutzt, knapp 7% der Befragten mindestens einmal in der Woche und ca. 10% an 5-7 Tagen der Woche. In der Gruppe der 14-29-Jährigen wurden 2025 des Weiteren 7,9% der durchschnittlichen Gesamtnutzungszeit von Videoplattformen pro Tag und Person auf

⁸ Eine Erhebung der Nutzungsdauer nicht-binärer Personen konnte auch in dieser ausführlichen Erhebung nicht umgesetzt werden, was die Autoren bedauern (Andree & Thomsen, 2020, 15). Dieser Umstand ist Teil eines äußerst bedenklichen strukturellen Problems in quantitativer empirischer Sozialforschung.

TikTok verbracht. Das bedeutet, es werden durchschnittlich ca. 6,8 Minuten pro Tag auf der Plattform verbracht, was überschaubar klingt, TikTok jedoch nach YouTube (24,3 Min) und Netflix (15,2 Min) auf Platz drei in dieser Altersgruppe befördert. Unter den älteren Befragten nimmt die Bedeutung von TikTok in dieser Umfrage vergleichsweise deutlich ab.

3.2. Gestaltung der Nutzer:innenoberfläche

Die Nutzer:innenoberfläche der Plattform ist recht simpel gestaltet, gleich bei Öffnen sowohl der Desktop-Seite als auch der mobilen App startet eine Endlosschleife an Kurzvideos, die unter dem Banner „Für Dich“ laufen. Das Weiterschalten zum nächsten Videoclip funktioniert über eine kurze Swipe-Bewegung. Sich von anderen Plattformen abhebende Funktionen der Plattform sind einerseits die vielfältigen und einfach zu bedienenden Funktionen zur Videobearbeitung (u.a. Augmented Reality, also das Erweitern und Ergänzen von Videoaufnahmen um weitere grafische Elemente, „Greenscreen“-Funktionen, klassische Videoeffekte wie Beschleunigung und Farbfiler), die direkt in der App verfügbar sind; die Möglichkeit der direkten Verlinkung von Musikstücken, die in den Videos verwendet werden sowie interaktive Formate, die das Zitieren und Kommentieren von bereits veröffentlichten Videos anderer Nutzer:innen ermöglichen. Dass die Plattform ein hohes Potential für Trendbildung hat, erklären Andree & Thomsen (2020, 179) durch den Fokus auf Musik(videos), die „mimetischer (nachahmender) Viralität“ den Weg ebnen. Die Möglichkeit, ein beliebtes Videoformat, das oft mit einem bestimmten Song zusammenhängt, mit einfachen Mitteln selbst zu reproduzieren, führe zu „viralen Nachahmungen und diesen ganz eigentümlichen Formen serieller Kreativität“ (ebd.). Ähnliche 'Bauformen' für unterhaltsame Clips werden immer wieder in leicht abgewandelter Form wiederholt.

Zu Beginn war die Maximallänge für Videos auf 60 Sekunden festgelegt, 2021 und 2022 wurden sie sukzessive auf drei bzw. zehn Minuten erhöht (Koch, 2022; Weiß, 2021). Es zeichnet sich also ein Trend zu längeren Videos ab, wobei das Alleinstellungsmerkmal der Plattform - im Gegensatz etwa zur etablierten Videoplattform YouTube - kurze Formate bleiben. Nach dem rasanten Erfolg TikToks führten auch andere soziale Netzwerke Kurzvideo-Funktionen ein, 2020 wurden Instagrams „Reel“-Funktion (Bauer, 2024) und YouTubes „Shorts“ (Wimmer, 2021) eingeführt. Die Konkurrenz um die Aufmerksamkeit der Zuschauer:innen zwischen den Plattformen ist groß und die Marktanteile der Branche ändern sich schnell, klar zu beobachten ist aber jedenfalls, dass kurze Videos aktuell besonders populär sind - und dass sich vor allem ein jüngeres Publikum von ihnen angesprochen fühlt.

3.3. Kontroversen und Kritik

Die Plattform löste seit ihrer Veröffentlichung aus unterschiedlichen Gründen Kontroversen aus, vor allem wegen ihren fragwürdigen Vorgehensweisen in Bezug auf Datenschutz, der Zensur von bestimmten Inhalten und dem hohen Suchtpotenzial, das sich aus dem Zusammenspiel des ausgeklügelten Empfehlungsalgorithmus und der Kürze der Videos ergibt.

Datenschutzbedenken

Die (Un)Abhängigkeit des Mutterunternehmens *ByteDance* von der chinesischen Regierung ist seit Jahren umstritten. In welchem Ausmaß die Regierung Zugriff auf die Daten des Unternehmens hat, ist weitgehend unklar; das Unternehmen betont jedenfalls seine Unabhängigkeit (Reuter & Köver, 2019a). Trotzdem wurde TikTok aufgrund von Spionageverdacht in zahlreichen Ländern für Regierungsgeräte gesperrt, unter anderem in Frankreich, Großbritannien, Australien, Kanada, den USA und Neuseeland (ZEIT, 2023, 21. April, 2023, 24. März). In den USA spielt sich seit 2020 eine bereits drei Legislatupperioden umfassende Auseinandersetzung um die Regulation des Unternehmens ab, bei der sich kurzzeitige Verbote und Verhandlungen um den Verkauf von Teilen des Unternehmens an US-amerikanische Investor:innen abwechseln (Tagesschau, 2025, 17. September, 2025, 19. Januar).

Zensur politisch umkämpfter Inhalte

Auch in Bezug auf die Zensur von bestimmten politisch kontroversen Inhalten steht das Unternehmen in der Kritik. Auch hier ist die Informationslage ungenügend, weil es keine klaren Moderationsrichtlinien des Unternehmens gibt. Wie Wolf (2021, 182) treffend beschreibt, „unterscheidet sich TikTok [bezüglich der Intransparenz der Filterregeln sowie der Empfehlungsalgorithmen] nicht substantiell von anderen sozialen Netzwerken wie YouTube, Facebook oder Instagram“. Trotzdem gibt es zahlreiche Hinweise auf eine weitreichende Filterung der angezeigten Inhalte über die auf anderen Plattformen üblichen Jugendschutzbestimmungen hinaus. So wurden etwa 2022 im Kontext des Ukraine-Kriegs alle Inhalte von nicht-russischen Accounts für russische Nutzer:innen kommentarlos gesperrt (Fulterer, 2022), weltweit wurden regierungskritische Inhalte, die sich auf die Demokratieproteste in Hongkong bezogen, gelöscht oder bei Suchen ausgeblendet (Reuter & Köver, 2019a) und in den USA häuften sich Berichte von einzelnen PoC-Content Creator:innen⁹, deren Videos zur BlackLivesMatter-Bewegung

⁹ PoC steht für People of Color und ist eine im angloamerikanischen Raum verbreitete (Selbst)Bezeichnung für von Rassismus betroffene Personen. Um im in der Meldung zitierten US-amerikanischen Kontext zu bleiben wurde der Begriff an dieser Stelle übernommen.

weniger Verbreitung durch die Plattform erfahren als Beiträge zu politisch neutralen Themen (TIME, 2020).

Für die vorliegende Arbeit sind vor allem die von Netzpolitik.org über einen Kontakt im Unternehmen enthüllten Moderationsregeln von Interesse, aus denen hervorgeht, TikTok habe systematisch Inhalte von Nutzer:innen mit Behinderungen oder unattraktivem Aussehen sowie Videos von als queer lesbaren Personen in ihrer Reichweite beschränkt - laut dem Unternehmen sollte dieser Filter dem Schutz der jeweiligen Gruppe vor Mobbing dienen (Reuter & Köver, 2019b). An diesem Vorfall lassen sich exemplarisch zwei wichtige Aspekte der sozialen Auswirkungen der Plattform aufzeigen: a) Content Creator:innen auf TikTok, insbesondere junge und/oder durch verschiedenste Merkmale von der Norm abweichende Personen, sind durch das Posten von Inhalten potenziell starker Kritik und eben auch Mobbing ausgesetzt, können aber gleichzeitig eine wertschätzende Community aufbauen und soziale Bindung erfahren. In dieser Hinsicht verhält sich die Plattform ähnlich wie andere soziale Netzwerke, die als Sharing-Dienste fungieren. b) Die (audio)visuelle Repräsentation von normabweichenden Subjekten ist umkämpft. 'Softe' Formen der Zensur, also eine Einschränkung der Distribution von bestimmten Inhalten durch den Algorithmus statt einem dauerhaften Löschen eines Inhalts, finden entlang undurchsichtiger Kategorien statt. Diese umfassen potenziell sowohl kritische, politisch brisante Beiträge, als auch Darstellungen von Personen, die anhand diskriminierender Kategorien als besonders vulnerabel eingestuft werden. Diese Art der Zensur muss auf die Darstellung von Cycle Syncing auf der Plattform nicht zwingend Auswirkungen haben, es kann aber auch nicht gänzlich darauf vertraut werden, dass die präsentierte Auswahl an Beiträgen keinen systematischen Verzerrungen unterliegt.

Inwiefern sich bei den Medienberichten über TikToks Vorgehen eine im Vergleich zu anderen großen sozialen Netzwerken, die überwiegend US-amerikanischen Unternehmen gehören, unverhältnismäßige Kritik äußert, die in geopolitischen Spannungen zwischen China und 'dem Westen' fußt, sei dahingestellt. In jedem Fall handelt es sich bei TikTok um ein extrem erfolgreiches profitorientiertes Unternehmen, dessen Gewinnerzeugungsstrategie sich stetig weiterentwickelt. Eine klare, transparent kommunizierte und konsequent verfolgte Unternehmensethik ist daher nicht zu erwarten.

Suchtpotenzial & Auswirkungen auf kognitive Fähigkeiten

Wie alle (neuen) erfolgreichen sozialen Netzwerke steht auch TikTok dafür in der Kritik, die Vulnerabilitäten seiner (überwiegend jungen) Nutzer:innen auszunutzen und Elemente zu implementieren, die Suchtverhalten provozieren - vor allem die endlos scrollbare Timeline, der hauseigene, Inhalte besonders erfolgreich personalisierende Algorithmus sowie die Kürze der Videos werden als Gründe für eine in kurzer Zeit sehr stark steigende Nutzung angesehen (Wolf, 2021, 172 ff.). Psychologische Studien weisen des Weiteren auf den Zusammenhang zwischen dem regelmäßigen Konsum von Kurzvideos und veränderten Aufmerksamkeitsspannen und Erinnerungsvermögen hin. Während der negative Effekt auf die (selbsteingeschätzte) langfristige Erinnerungsfähigkeit in mehreren Studien nachgewiesen werden konnte, ist der Zusammenhang zu (dauerhaft) verkürzten Aufmerksamkeitsspannen umstritten (Haliti-Sylaj & Sadiku, 2024; Rahayu et al., 2025). Im folgenden Abschnitt sollen nun Merkmale der Plattform in den Blick genommen werden, die den Kontext für die Analyse darauf veröffentlichter Inhalte bilden.

3.4. Rahmende Merkmale sozialer Netzwerke wie TikTok

Neben der Flut an 'gleichberechtigt' nacheinander eingeblendeten und immer wieder neu personalisiert zusammengestellten Inhalten verschiedenster Art ist für TikTok ähnlich wie für andere Social-Media-Plattformen der hohe Anteil an Amateur:innen, die Inhalte produzieren, charakteristisch. Auf diese beiden Merkmale der Plattform sowie mit ihnen zusammenhängende wirtschaftliche Aspekte soll nun näher eingegangen werden, um den sozialen Rahmen (Goffman) des Materials abzubilden. Denn im Sinne der Gegenstandsangemessenheit muss bei der Analyse von audiovisuellen Produkten selbstverständlich auch in Betracht gezogen werden, wie sie Rezipient:innen alltagsweltlich begegnen, d.h. durch welche medialen Gegebenheiten und situativen Kontexte ein bestimmter Inhalt mitgeprägt wird.

Im Falle von Plattformen wie TikTok, die hauptsächlich auf mobilen Endgeräten verwendet werden und auf die 'Zwischendurch-Nutzung' ausgelegt sind (2022 entfiel in Deutschland 80% der Nutzung auf Smartphones, (Granow & Scolari, 2022, 169)), ist es besonders schwierig, auf spezifische Nutzungskontexte zu schließen. Als Forscher:innen sowie als Konsument:innen von Inhalten auf sozialen Netzwerken sehen wir uns außerdem zahlreichen Unbekannten gegenübergestellt: Wer produziert den von uns vorgefundenen Inhalt? Welches (kommunikative, ökonomische) Interesse verbirgt sich dahinter? Wie bei jedem Medium wird der spezifische Sinn eines Werkes im Verhältnis zwischen Urheber:in, Rezipient:in und Werk (immer wieder neu) geschaffen, doch anders als etwa beim klassischen Spielfilm weisen TikTok-Videos keine Liste

von Beteiligten aus. Die spezifischen Produktionsbedingungen bleiben durch die fehlende 'Kultur des Sich-Ausweisens' weitestgehend im Verborgenen. Einige Schlussfolgerungen für die Analyse lassen sich nichtsdestotrotz aus der Gestaltung der Plattform ableiten, wie sogleich gezeigt wird.

Das Bild der Welt in der Bilderflut¹⁰

Zunächst soll auf ein bestimmendes Merkmal der Nutzer:innenoberfläche von TikTok eingegangen werden: die Startseite der Plattform besteht, wie bereits beschrieben, aus einer Endlosschleife von Videos, die durch Wischen ('swipen') nach oben fortgeführt wird. Dabei erfolgt im Standard-Modus keine Sortierung nach einem bestimmten Thema o.ä., sondern die Zusammenstellung wird durch den hauseigenen **Algorithmus** vorgenommen. Dieser wird durch das Unternehmen und auch in der medialen Berichterstattung teilweise mystifiziert und für seinen 'guten Riecher' im Zusammenstellen von Videos gepriesen.

Michael Müller (2016) argumentiert in seiner Analyse von Bildclustern in sozialen Medien, dass durch die spezifische Gestaltung von Plattformen bestimmte Rezeptionsweisen näher gelegt werden (Kergel, 2018, 153). In der Gestaltung von Bildzusammenstellungen auf sozialen Netzwerken können Nutzer:innen durch intuitive Gesten den angezeigten Inhalt beeinflussen, was als „eine auch theoretisch bemerkenswerte Reziprozität von Wahrgenommenem und Wahrnehmenden“ verstanden werden kann;

„ganz offensichtlich wird der ikonische Gegenstand in seiner Gestalt (und damit in seiner sozialkommunikativen Bedeutung) durch die Beobachtungshandlungen seiner Rezipienten mit hervorgebracht. Diese Reziprozität zwischen Wahrgenommenem und Wahrnehmenden ist ein [...] analytisch zu berücksichtigendes Strukturmerkmal rezenter Bildcluster“ (Müller, 2016, 120).

Müllers Analyse ist nicht direkt auf den vorliegenden Fall übertragbar, weil er Cluster aus einzelnen Bildern betrachtet, die auf einer Seite nebeneinander stehen und somit eine visuelle Einheit bilden, wenngleich ihre Enden offen (scrollbar) sind. Im Falle von TikTok wird in jedem Moment nur ein einziges Video angezeigt, wobei durch die Aneinanderreihung von Videos eine Art Schleife entsteht. Damit wird durch die technische Einrichtung ein Sehverhalten nahegelegt¹¹,

¹⁰ Die Kapitelüberschrift ist lose angelehnt an John Bergers inspirierendes Werk "Sehen: Das Bild der Welt in der Bilderwelt".

¹¹ "Wissenssoziologisch gesehen hat man es hier mit einer spezifisch medialen Ausprägung der immer schon, auch zu anderen historischen Zeiten und in anderen sozialen Situationen stattfindenden gesellschaftlichen Organisation situativer Möglichkeiten der Umweltwahrnehmung, des Handelns und der Erkenntnis zu tun: Soziologisch auffällig ist, dass die gesellschaftliche Organisation jeweiliger Beobachtungshandlungen und Erkenntnisstile im Fall der hier relevanten Bildcluster nicht durch genuin rituelle oder ritualisierte Rahmungen und Rahmenmodulationen realisiert wird (wie sie Gregory Bateson, Erving Goffman und andere für das Spiel, die Kunst oder die Wissenschaft beschrieben haben), sondern durch die Ausgestaltung der jeweiligen medialen Artefakte selbst." (Müller, 2016, 123)

das ein pausen- und nahtloses Anschauen einer Vielzahl von Videos fördert. Für soziologische Medienanalysen bedeutet dies, zusammen mit der für die Plattform charakteristischen Beschleunigung an erster Stelle, dass sich die Anzahl potentiell analysierbarer Medienprodukte immer schneller vervielfacht und somit die Relevanz einzelner Produkte wie Kurzvideos im Gegensatz zu der Erfahrung, eine Kompilation verschiedenster Inhalte zu konsumieren, abnimmt. Trotzdem oder gerade deshalb stimme ich mit Raab & Hoggenmüller (2022) überein, dass am Einzelfall geprüft werden muss, ob Einzelbilder (bzw. Videos) lebensweltlich relevant sind und sich eine extensive hermeneutische Analyse solcher Produkte (weiterhin) lohnt.

Amateur:innen als Content Creator:innen und versteckte Professionalisierung

Gerade die Distribution von un- und semiprofessionellen Inhalten ist seit Beginn von Videoplattformen wie YouTube ihr Alleinstellungsmerkmal (Traue, 2013), was auch zur Folge hat, dass der Großteil der Inhalte von einer einzigen Person, dem:der Content Creator:in (der:die alle Produktionsrollen in sich vereint) oder einer sehr kleinen Gruppe an Menschen produziert werden. Mit zunehmender Popularität und Kommerzialisierung der sozialen Medien fand stellenweise zwar auch eine enorme Professionalisierung und die Herausbildung von komplexen Produktionsstrukturen statt, gleichzeitig koexistiert diese mit einer weiterhin starken Verbreitung von Einzelpersonen, die Inhalte produzieren.

Undurchsichtige Monetarisierungsstrukturen

Wie genau Content Creator:innen mit den von ihnen veröffentlichten Inhalten Geld verdienen, ist auf den ersten Blick meist nicht ersichtlich, da diese auf den Distributionsplattformen grundsätzlich kostenlos einsehbar sind (Hoose & Rosenbohm, 2024, 626). Die Einnahmen werden durch Werbeschaltungen generiert, entweder durch vor einem Video gezeigte Werbeclips - diese verkauft und personalisiert die jeweilige Plattform, was für viele Plattformen ihr Hauptgeschäft ausmacht, oder durch von den Creator:innen eigenständig abgeschlossene Werbepartnerschaften, die sie in Form von Produktplatzierungen umsetzen.

Tempo und Ökonomie der Aufmerksamkeit

Das Tempo des Großteils der Inhalte auf TikTok liegt außerhalb der noch vor einigen Jahren üblichen Sehgewohnheiten und ist eines der aktuell bezeichnendsten Phänomene in einer Entwicklung der medialen Beschleunigung. Unabhängig von einer Bewertung dieses Tempozuwachses lässt sich konstatieren, dass die Kürze der Videos den Druck auf einzelne Inhalte verstärkt, schnell einen 'Eindruck zu hinterlassen' (Wolf, 2021, 173) und die

Zuschauer:innen an sich zu binden, damit diese es bis zum Ende anschauen und u.U. sogar weitere Videos desselben:derselben Creator:in anklicken oder durch Likes oder Kommentare mit dem Inhalt interagieren. Damit befeuert das Format der vorgestellten Videos die bereits in den 1990ern diagnostizierte „Ökonomie der Aufmerksamkeit“, in der Aufmerksamkeit Geld als zentrale Währung ersetzt und Erfolg sich anhand der generierten Zuschauer:innenzahlen bzw. der Macht über ihre Zeit misst (Goldhaber, 1997; Janke, 2018).

Die soeben beschriebenen Merkmale der Plattform TikTok bilden den medialen Rahmen, in dem die analysierten Videos potenziellen Zuschauer:innen lebensweltlich begegnen. Nun soll der breitere gesellschaftliche Kontext des Phänomens mit Rückgriff auf vorhandene Literatur beschrieben werden.

4. Theoretischer Rahmen

Nachdem der Forschungsgegenstand, Cycle Syncing, und dessen medialer Rahmen, TikTok, in ihren wichtigsten Merkmalen beschrieben wurden, soll nun ein theoretischer Horizont aufgespannt werden, vor dem die anschließenden Interpretationen verstanden werden können. Dafür wird auf Literatur zu Wissen, Gender, Menstruation und (Post)Feminismus eingegangen.

4.1. Wissen

Diese Arbeit ist wissenssoziologisch ausgerichtet, weil sie ein Interesse daran hat zu untersuchen, wie das in den Videos vermittelte Wissen gesellschaftlich geprägt ist. Der hier eingenommenen sozialkonstruktivistischen Perspektive (Knoblauch, 2014 [2005], 153) folgend ist Wissen das, „was in der Gesellschaft als ‚Wissen‘ gilt“ (Berger & Luckmann, 1980 [1969], 16). Daher geht es im Folgenden auch nicht um eine Beurteilung des Wahrheitsgehalts der von den Content Creator:innen getroffenen Aussagen, sondern um eine Betrachtung jener Handlungszusammenhänge, die das präsentierte Wissen und dessen Deutung und Anerkennung hervorbringen und reproduzieren. Wissen wird als notwendige Grundlage des Handelns verstanden, welches wiederum Wissen reproduziert, (de)legitimiert und/oder an spezifische soziale Kontexte anpasst (Wetterer, 2009, 48). Dabei sind für das vorliegende Phänomen zwei ‘Achsen’ der gesellschaftlichen Wissensstrukturen relevant: die ‘vertikale’ Hierarchie in der Wissensproduktion und -verbreitung und die ‘horizontale’ Durchmischung verschiedener Typen von Wissen. Mit Rückgriff auf grundlegende Positionen der Wissenssoziologie sowie auf

Modernisierungstheorien sollen für den hier vorliegenden soziohistorischen Kontext relevante Veränderungen auf diesen Achsen beschrieben werden.

4.1.1. Enthierarchisierung von Wissensordnungen in der Moderne

Bereits Durkheim beschrieb für moderne Gesellschaften eine Entwicklung in Richtung eines abnehmenden Kollektivbewusstseins, hin zu stärkerer Individualisierung von Überzeugungen und Empfindungen. Die 'organische Solidarität', die sich durch die zunehmend intensivierende gesellschaftliche Arbeitsteilung seit der Industrialisierung ausbildet, fußt zwar auf einer stärkeren funktionalen Abhängigkeit der Individuen voneinander, bedeutet aber auch, dass es weniger geteilte Lebensrealitäten und dadurch auch weniger geteilte Wissensvorräte gibt (Knoblauch, 2014 [2005], 70). Seit der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts beschleunigt sich diese Entwicklung durch die Bildungsexpansion, die zunehmende ökonomische Bedeutung des tertiären Sektors sowie technologische Innovationen in der Medienproduktion und -rezeption. Die Schwelle, an der gesellschaftlichen Wissensproduktion teilzunehmen, sinkt stetig. Damit geht eine Vervielfältigung des verfügbaren Wissens sowie das Infragestellen etablierter Autoritäten der Wissensproduktion (z.B. Kirche, Staat, Wissenschaft) einher.

Die weitläufige Verbreitung des Internets und insbesondere die Popularität sozialer Netzwerke haben diese Entwicklung weiter verstärkt, denn nun kann ein Großteil der Bevölkerung mit verschwindend geringem finanziellen und organisatorischen Aufwand Beiträge erstellen, die potenziell für die gesamte Welt einsehbar sind. Spezifische Wissensbestände aus unterschiedlichsten sozialen Lagen können so verbreitet werden, was teilweise zu einem Abbau der privilegierten Position etablierter (Massen-)Medien führt. Dabei spielen in besonderem Maße (audio-)visuelle Medienformen eine Rolle, die die in großen Teilen textbasierten 'klassischen Medien' stellenweise verdrängen (Schnettler, 2007, 191). Diese Entwicklung bedeutet natürlich nicht, dass die Hierarchien verschiedener medialer Formate und Sprecher:innenpositionen gänzlich verschwunden sind und alle medial verbreiteten Äußerungen in gleichem Maße anerkannt bzw. skeptisch betrachtet werden. Es tun sich aber vermehrt Räume auf, in denen auch Amateur:innen Wissen verbreiten können und dieses potenziell ein großes Publikum erreicht, wie es auch auf TikTok der Fall ist.

Guenther & Schmidt (2008) beschreiben die sogenannte „Prodnutzung“ sozialer Netzwerke bzw. im Allgemeinen des sich durch seine Interaktivität auszeichnenden „Web 2.0“. Damit bezeichnen

sie die Tatsache, dass Nutzer:innen solcher Angebote gleichzeitig Inhalte konsumieren und diese selbst produzieren. Dabei

„knüpft [die Prodnutzung] unmittelbar an die unproblematische Alltagswirklichkeit an, also an all jene nicht weiter hinterfragten Wissensbestände und Kulturtechniken, welche den Menschen zur Bewältigung gewöhnlicher Probleme befähigen. Diese Praxis erzeugt weiteres Wissen, das für den einzelnen aktiven Internetnutzer von unmittelbarer praktischer Relevanz ist, da es ihm bei der Bewältigung gewöhnlich auftretender Probleme hilft.“ (ebd., 175).

Durch die egalitäre(re) Organisation des Internets kann Wissen unterschiedlicher Akteur:innen einfach(er) zirkuliert werden. Dabei unterscheiden Guenther und Schmidt zunächst drei Erscheinungsformen von Wissen im Internet: *Content* (Inhalte wie Texte, und Bilder und Videos), *Code* (Inhalte in Programmiersprachen, die das Erstellen und die individuelle Adaption von Programmen, Webseiten etc. möglich machen) und *Metadaten* (bei der Nutzung von Angeboten im Internet anfallende Daten). Die Zirkulation von Codes und Metadaten halten sich - entgegen der Hoffnungen, die es zu Beginn der Verbreitung des Internet gab - in Grenzen und unterliegen dabei der Monopolstellung der großen technologischen Konzerne (siehe dazu Zuboff, 2019). Der Fokus wird deshalb auf „Content“ im Internet gesetzt, der in seiner konkreten Erscheinungsform als Kurzvideos auf TikTok auch Zentrum dieser Analysen ist. Um solche Inhalte im Internet nach Art der Äußerung zu kategorisieren, greifen Guenther & Schmidt (Guenther & Schmidt, 2008, 157f.) auf Habermas zurück, ihre Kategorisierung soll an dieser Stelle jedoch ausgespart werden. Relevant für die Wissenssebene von Kurzvideos zum Thema Cycle Syncing ist die folgende Erläuterung der Autor:innen:

„Durch diese vier Aussagetypen bildet der Content die Wissenssebene des sozialen Internets im engsten Sinne ab. Indem die Prodnutzer[:innen] kontinuierlich Wissen über die Welt erzeugen, erweitern, aktualisieren, überarbeiten und allgemein verfügbar machen, erzeugen sie einen potentiell globalen, überwiegend kostenlos nutzbaren Wissensspeicher über die Welt und somit auch ein Tor zur Welt.“ (ebd., 176)

Auch auf TikTok werden ständig solche neuen Zugänge zur Welt geschaffen. Die kommunikativen Funktionen, die Beiträge auf der Plattform erfüllen, sind dabei äußerst vielfältig und reichen von „conveying information, self-presentation, and self-staging to targeted advertising, behavior influence, and propaganda“ (Schnettler et al., 2025, 16). Auf die unterschiedlichen (Misch-)Formate der auf TikTok (und anderen Plattformen) verfügbaren Kurzvideos, auch zu Cycle Syncing, wird im nächsten Abschnitt eingegangen.

4.1.2. Differenzierung und Vermischung von Wissensformen und ihre Typologien

Mit der soeben beschriebenen Verflüssigung der Hierarchien zwischen verschiedenen Akteur:innen, die Wissen produzieren, geht auch eine Ausdifferenzierung und Vermischung der objektivierten Typen von Wissen, vor allem auf sozialen Netzwerken, einher. Wissen aus den unterschiedlichsten Quellen und mit verschiedenen Grundannahmen über die soziale Wirklichkeit steht mehr oder weniger gleichberechtigt nebeneinander. Typisch für soziale Netzwerke sind Formate, in denen sich unterschiedliche Kommunikationsabsichten vermischen und dafür jeweils distinkte Wissenstypen eingesetzt werden. Ein Beispiel dafür ist das sogenannte „Edutainment“-Format, in dem sich Bildungs- (*Education*) und Unterhaltungselemente (*Entertainment*) verbinden (Chandler & Munday, 2020). Auf der Wissenssebene wird dabei beispielsweise wissenschaftliches Wissen abwechselnd mit für das Verständnis von humoristischen Einschüben notwendigem Alltagswissen präsentiert. Solche Beiträge sind gerade auf Video-Plattformen wie YouTube und TikTok weit verbreitet.

Um die unterschiedlichen Erscheinungsformen von Wissen in Kurzvideos analytisch besser trennen zu können, ist das Aufstellen einer Typologie naheliegend. In der Wissenssoziologie gibt es zahlreiche Ansätze zur Klassifizierung von Wissensformen; angefangen bei Scheler, der zunächst die Triade *Religion*, *Metaphysik* und *positive Wissenschaft* als eigene Wissensformen mit jeweils distinkten Funktionen (Heilsbringung, Weisheit und Orientierung und Herrschaft) und dazugehörigen Rollen der Wissenserzeuger aufstellt und sie im Anschluss noch weiter ausdifferenziert, um der Vielfalt verschiedener Arten von Wissen gerecht zu werden. Die beschriebenen sieben Formen des Wissens¹² ordnet er nach ihrer 'Künstlichkeit' bzw. 'Natürlichkeit', wobei das 'natürlichere' Wissen in größerem Ausmaß selbstverständlich ist und innerhalb einer bestimmten Gruppe als geteilte Grundannahme fungiert (Knoblauch, 2014 [2005], 92f.). Berger/Luckmann (1980 [1969]) verbinden bekannterweise in Berufung auf Alfred Schütz eine phänomenologische Perspektive auf die Lebenswelt von Individuen mit wissenssoziologischer Theoriebildung und unterscheiden mit Blick auf verschiedene Funktionen von Wissen für das sinnhafte Handeln einer Person beispielsweise *Gebrauchswissen* und *theoretisches* Wissen. Später wurde durch Kuhn, Fleck und Polanyi das (unbewusste, verkörperte, selbstverständliche) *implizite Wissen* beschrieben, das dem *expliziten Wissen*

¹² Von 'höherem' zu relativ-natürlichem Wissen: 1. Technologisches Wissen, 2. Positives Wissen der Mathematik, der Natur- und Geisteswissenschaften, 3. Philosophisch-metaphysisches Wissen, 4. Religiöses Wissen, 5. Mystisches Wissen, 6. Natürliches Volkswissen, 7. Mythen und Legenden (Knoblauch, 2014, 93).

gegenübersteht (Knoblauch, 2014 [2005], 335). Diese verschiedenen Typologien nehmen unterschiedliche Merkmale zur Kategorisierung von Wissen in den Blick, etwa dessen Funktionen, institutionelle Verortungen und Legitimationspraktiken. Gemeinsam ist den Typologien ein breiter Begriff des Wissens, der dessen unterschiedlichen Erscheinungsformen beschreibbar macht - nicht nur traditionell als legitim konstruiertes Faktenwissen, sondern auch alltägliche Orientierungen können so als Wissen verstanden werden. Diese breite Perspektive wird auch in dieser Arbeit eingenommen.

Sinnvoll ist also, empirisch beobachtbare Wissensformen je nach Erkenntnisinteresse nach ihrer lebensweltlichen Funktion, ihren Sinnkonstruktionen, sowie ihrer Verbindung zu Institutionen bzw. einem Milieu, das an ihrer Produktion und Verbreitung beteiligt ist, zu unterscheiden. Im Folgenden wird eine grundlegende Typologie vorgestellt, die eine solche Kategorisierung vornimmt. Angelika Wetterer (2009) beschreibt anhand des Feldes des Geschlechterwissens drei Typen, die in jeweils unterschiedlichen (institutionellen) Handlungszusammenhängen verortet sind: *Expert:innenwissen* zu Gender im Kontext der Organisationsberatung und des Gender Mainstreaming, *Alltagswissen* zu Geschlechterverhältnissen und *wissenschaftliches Wissen* zu (queer)feministischer Theorie. Die Verständigungsschwierigkeiten, die zwischen diesen Bereichen zu beobachten sind, seien auf unterschiedliche Vorannahmen zurückzuführen, die den stillschweigend angenommenen geteilten Rahmen des jeweiligen Typs von Wissen bilden. Dabei sind die drei Arten des Wissens als Idealtypen gedacht, die in der empirischen Wirklichkeit auch als Mischformen vorkommen. In ihren Logiken unterscheiden sie sich jedoch grundlegend. *Expert:innen* nehmen eine vermittelnde Rolle zwischen der Wissenschaft und dem Alltagsverständnis ein und sind auf die Anerkennung ihrer Expertise durch ihre Auftraggeber:innen angewiesen, in diesem Fall Organisationen, die sie in Bezug auf „Gender-Themen“ beraten. Das heißt, das von ihnen dargestellte Geschlechterwissen muss sich an „Ziel- und Problemdefinitionen, die für die ‚AbnehmerInnen‘ ihres Wissens handlungsleitend sind“ (ebd., 50) orientieren. *Alltagswissen* ist hingegen an der Bewältigung des Alltags orientiert und damit verkörpert, nicht immer explizierbar und kontextabhängig. Auch in sozialen Gruppen, die auf der explizit-diskursiven Ebene Geschlechternormen hinterfragen und sich nicht als durch diese bestimmt bezeichnen würden, spielt (binäres) Geschlechterwissen für das alltägliche Handeln eine tragende Rolle. *Wissenschaftliches Wissen* ist in seiner idealtypischen Form von einem solchen Handlungsdruck entlastet und wird innerhalb der Scientific Community auf Basis von expliziten Regeln verhandelt. So kann beispielsweise eine systematische Analyse der sozialen Konstruktion von Geschlecht geleistet werden, die in andere Handlungszusammenhänge nur

schwer umfassend integrierbar ist, so Wetterer. Genau ein solches systematisch-reflexives wissenschaftliches Wissen in Bezug auf Gender soll im nächsten Kapitel wiedergegeben werden.

4.2. Gender

Diese Arbeit ist, wie im letzten Kapitel dargelegt, grundsätzlich sozialkonstruktivistisch angelegt, was sich auch auf die soziale Kategorie Geschlecht bezieht. Mit West/Zimmermanns Konzept des *doing gender* (1987) und den theoretischen Arbeiten Judith Butlers (1990) können Geschlechtsrepräsentationen in den (sozialen) Medien als Teil einer fortlaufenden Aushandlung von Geschlechtlichkeit verstanden werden, die zwar durch tiefgreifende diskursiv-materielle Machtkonstellationen geprägt ist, aber auch Raum für abweichende & neue Geschlechtsrepräsentationen lässt.

Die Kritik an Geschlechterrollen, vor allem in Bezug auf gesellschaftliche Erwartungen, die an Frauen* gestellt werden, sind seit jeher ein zentrales Anliegen feministischer Bewegungen und Theorien und gleichzeitig Schauplatz großer Uneinigkeiten. Spätestens seit den 1970er Jahren wurde diese Kritik grundlegender verfolgt, was zu der weit verbreiteten Unterscheidung zwischen sex als biologischem Geschlecht und *gender* als sozialem, angeeigneten und immer wieder neu (re)produzierten Geschlecht führte. Durch diese Unterscheidung konnte analytisch gefasst werden, dass - wie schon Simone de Beauvoir feststellte (de Beauvoir, 2011 [1949]) - Frausein ein Ergebnis von Sozialisationserfahrungen in einem bestimmten historischen und soziokulturellen Kontext und keine durch biologische Tatsachen determinierte Wesensart ist. In den 1980ern wurde dieses Konzept durch eine praxeologische Perspektive ergänzt, angestoßen u.a. durch ethnomethodologische Forschung zur Geschlechtspräsentation von Trans*personen: 1987 schlugen West und Zimmermann das Konzept des *doing gender* vor, um den fortlaufenden Prozess sichtbar zu machen, im Zuge dessen *gender* (auch nach der Pubertät und der Herausbildung einer scheinbar eindeutigen geschlechtlichen Identität) immer wieder in Interaktionen hergestellt und aufrechterhalten wird. Sie heben hervor, dass es keinen linearen Zusammenhang zwischen dem Vorhandensein bestimmter geschlechtsspezifischer biologischer Marker, dem nach der Interpretation dieser Marker bei der Geburt zugewiesenen Geschlecht und dem alltäglichen geschlechtlichen Verhalten einer Person gibt. Vielmehr wird *gender* durch ein konstantes *doing*, also durch symbolisch aufgeladene Handlungen (Arbeit am eigenen Körper, Selbstpräsentation, Beziehungsarbeit etc.) aufrechterhalten. Natürlich findet dieser Prozess nicht in einem sozialen Vakuum statt:

„In one sense, of course, it is individuals who „do“ gender. But it is a situated doing, carried out in the virtual or real presence of others who are presumed to be oriented to its production. Rather than as a property of individuals, we conceive of gender as an emergent feature of social situations: both as an outcome of and a rationale for various social arrangements and as a means of legitimating one of the most fundamental divisions of society.“ (Zimmerman & West, 1987, 126)

Judith Butler schließt 1990 in „Gender Trouble“ (1990) an diese Überlegungen zur performativen Herstellung von Geschlecht an. Zunächst wird dafür plädiert, die Unterscheidung zwischen *sex* und *gender* zu überschreiten: nach Butler wird nicht nur *gender*, sondern auch *sex* sozial und prozessual hergestellt, weshalb die Unterscheidung zwischen den beiden Begriffen nicht den Kern der Sache träfe, der in der allgemeinen Wandelbarkeit von Geschlechtlichkeit je nach soziokulturellen und historischen Rahmenbedingungen liegt. Das Bestreben des Feminismus sollte nicht nur eine Analyse der verschiedenen Ausdrucksweisen von *gender* sein, sondern es gelte die binären Kategorien von männlich und weiblich sowie die damit verbundenen Erwartungen komplementärer sexueller Orientierungen (die „heterosexuelle Matrix“¹³), grundsätzlich zu hinterfragen (Laufenberg, 2022, 101). Während differenzfeministische Strömungen biologische Unterschiede mitunter als Ursache der asymmetrischen Machtverhältnisse zwischen Frauen und Männern ansehen und als einen zentralen Bezugspunkt für ihren Aktivismus bewahren wollen, ist Macht für Butler bereits in der Aufrechterhaltung des binären Rahmens von Geschlechtsidentitäten wirksam. Durch ein theoretisches Aufbrechen dieser strikten symbolischen Ordnung können außerdem empirisch bereits vorhandene transgressive Äußerungen von *gender* sichtbar und verständlich gemacht werden (ebd., 100); der grundsätzlich performative Charakter von Geschlecht wird deutlich (ebd., 108).

Auch für diese Arbeit ist die Kritik an Positionen des Differenzfeminismus zentral, gerade weil es sich bei den analysierten Videos um Medienprodukte handelt, die sich primär an cis-Frauen¹⁴ richten und von solchen produziert werden. Gerade weil Weiblichkeit, wie sich noch zeigen wird, an biologische Marker geknüpft wird (vgl. auch Kapitel 4.4. zu Postfeminismus), die nur operativ oder hormonell (teilweise) veränderbar sind, werden die damit verknüpften Rollenerwartungen

¹³ Die „heterosexuelle Matrix“ verweist auf den „logischen Zirkelschluss“, nachdem „Heterosexualität gemeinhin als logische Konsequenz der Existenz von zwei morphologisch wie sozial komplementär gedachten Geschlechtern [erscheine], zugleich aber als die Norm [fungiere], die der Annahme von lediglich zwei Geschlechtern erst Sinn verleihe“ (Laufenberg, 2022, 101). Mit der Kritik an der Heteronormativität der dominanten feministischen Diskurse jener Zeit legt Butler den Grundstein für eine Vielzahl an Arbeiten der Queer Studies seit den 1990ern, die sich der Dekonstruktion von Geschlecht widmen (ebd., 100).

¹⁴ cis-Frau bezeichnet eine Person, die sich als Erwachsene mit ihrem bei der Geburt zugewiesenen weiblichen Geschlecht identifiziert.

besonders stark mit Bedeutung aufgeladen. Wenn bestimmte Arten, die Welt zu erfahren bzw. das eigene Leben zu gestalten, mit einer Geschlechtsidentität verbunden werden, bringt ein davon abweichendes Erleben oder Erfahren die eigene Identität in Gefahr. Argumente des Differenzfeminismus als einer historisch relevanten Bewegung zu erkennen hilft, die entsprechenden Argumentationsmuster im aktuellen Material wiederzufinden und in ihrer Funktion einordnen zu können.

Die grundlegende Ambivalenz, die sich aus den unterschiedlichen feministischen Bestrebungen ergibt, einerseits das binäre Geschlechtersystem aufzubrechen und dessen gesellschaftliche Reproduktionsmechanismen zu hinterfragen und andererseits Frau*sein als eine relevante politische Kategorie beizubehalten, um Ungleichheiten im Vergleich zu cis-Männern aufzeigen zu können, lässt sich nur mithilfe präziser Verständigung auflösen. Meiner Meinung nach ist es sinnvoll, unterschiedliche Kategorien je nach Kontext anzuwenden - die hier vertretene sozialkonstruktivistische Perspektive erlaubt es, genau in den Blick zu nehmen, wie Geschlecht performativ dargestellt wird und in welchem Verhältnis dies zu den vorgetragenen Inhalten stehen könnte. In diesem Sinne sind die uns auf sozialen Netzwerken begegnenden Repräsentationen von Geschlechtlichkeit stets als *eine* mögliche Ausdrucksweise von Weiblichkeit zu verstehen, die durch spezifische gesellschaftliche Konstellationen geprägt ist. Als ein (sehr kleiner) Puzzlestein in der Audio- und Bilderwelt wirken sie außerdem auf den audiovisuellen Diskurs zu Weiblichkeiten zurück.

Ein weiteres zentrales Thema feministischer Auseinandersetzungen mit Gender ist der 'weibliche Körper' und insbesondere seine Reproduktionsorgane. Im nächsten Kapitel soll es darum gehen, wie Menstruation als Teil dieses reproduktiven Komplexes in verschiedenen soziokulturellen Zusammenhängen dargestellt wurde und wird und welche feministischen Positionen es dazu gibt.

4.3. Menstruation aus (queer)feministischer Perspektive

Der gesellschaftliche Wissensvorrat über den Menstruationszyklus ist umkämpft. Lange Zeit wurde der Zyklus mystifiziert und war in der medizinischen Forschung unterrepräsentiert, bis heute ist die Menstruation in vielen Kontexten ein Tabuthema. (Queer)feministische Interventionen versuchen, diesen Umstand zu ändern. Cycle Syncing kann als aktuelles Glied in einer langen Kette an diskursiven Auseinandersetzungen mit der Menstruation betrachtet werden, das auf früheren Entwicklungen aufbaut. Diese sollen hier auszugsweise wiedergegeben werden.

4.3.1. Religiöse Symboliken und Tabu

Wie die Anthropologin Alma Gottlieb (2020) beschreibt, ist die sprachliche Tabuisierung der Menstruation auch heutzutage in vielen Teilen der Welt Normalität. Dies drückt sich in der anhaltenden Verwendung zahlreicher Euphemismen wie „Erdbeerwoche“ oder „die Tage“ in der Alltagskommunikation von menstruierenden Personen aus, die über Jahrzehnte hinweg gut dokumentiert ist (Gottlieb, 2020, 145; Johnston-Robledo & Chrisler, 2020, 186f.). Laut Gottlieb ist diese Tabuisierung auf eine religiöse Symbolik zurückzuführen: die Betrachtung der Menstruation als Fluch. Die Wahrnehmung von Menstruation als Fluch ist weltweit stark verbreitet, vor allem in 'westlichen' Gesellschaften oder solchen, die sich in Folge kolonialer Vergangenheiten und/oder Globalisierungsprozesse am 'Westen' orientieren (Gottlieb, 2020, 147). Ihren Ursprung hat diese Betrachtungsweise in den drei großen abrahamitischen Religionen Judentum, Christentum und Islam und deren patriarchalen Ideologien. Der bis heute hegemonialen Lesart der Bibel zufolge wird die Menstruation (gemeinsam mit der Geburtsfähigkeit) als Strafe oder Fluch Gottes für die Ursünde Evas im Garten Eden beschrieben, die alle ihre weiblichen Nachfahren betrifft. Auch im Koran ist diese Sicht vertreten. Aus diesen Interpretationen der heiligen Schriften ergeben sich zahlreiche Verhaltensvorschriften, etwa das Verbot in den meisten modernen muslimischen Communities, während der Menstruation zu fasten, eine Moschee zu betreten, zu beten, Sex zu haben und nach Mekka zu pilgern. Einigen Interpretationen zufolge ist auch das Verbot für Frauen, hohe Ämter in jüdischen und christlichen Organisationen zu besetzen, auf biblische Menstruationstabus zurückzuführen (ebd., 156).

Neben solchen restriktiven Verhaltensvorschriften besteht in Gesellschaften, die durch abrahamitische Religionen geprägt sind, eine negative symbolische Aufladung von Menstruation(sblut), das mit Unreinheit in Verbindung gebracht wird (Gómez Sánchez et al., 2012, 374). Diese negative symbolische Bedeutung erzeugt mitunter starke Schamgefühle. Nicht nur sprachlich werden Menstruationserfahrungen im Privaten belassen, auch die Verwendung von modernen, industriell hergestellten (Einweg-)Menstruationsprodukten wie Tampons, Binden oder Menstruationstassen erfolgt meist mit dem Ziel, die Periode möglichst unauffällig zu durchleben und auslaufendes Blut zu vermeiden (Johnston-Robledo & Chrisler, 2020, 184). Medizinischen Studien zufolge werden (klinisch relevante) Beschwerden, die mit der Menstruation in Verbindung stehen überproportional oft nicht an Ärzt:innen berichtet, was zu einer medizinischen Unter- und Fehlversorgung führt (Gottlieb, 2020, 51).

Um die Variabilität in der Bewertung von Perioden sichtbar zu machen und die Bedeutung des sozialen und kulturellen Kontexts sowie gesellschaftlich dominanter Wissensbestände für die Erfahrung des Menstruierens zu betonen (Gómez-Sanches et al., 2012, 374), lohnt sich ein Blick auf Interpretationen von Menstruation im historischen Verlauf sowie in indigenen und paganistischen Kulturen. Auch hier scheinen negative Sichtweisen auf die Bedeutung der Menstruation zu dominieren, die etwa zu Praktiken der temporären räumlichen Exklusion von menstruierenden Frauen sowie unterschiedlichen Reinigungsritualen führen (Gómez-Sanches et al., 2012, 374). Doch genauso lassen sich Beispiele für ambivalente, neutrale und positive Bedeutungszuschreibungen finden (Gottlieb, 2020; Gómez-Sanches et al., 2012). Die Aschanti in Ghana feiern etwa traditionell die Menarche (erste Menstruation einer Person), mit Zuwendungen in Form von Geschenken, Glückwünschen und Tänzen von der gesamten Gemeinschaft (Gottlieb, 2020, 150.). Das Volk der Beng in der Elfenbeinküste sieht Menstruationsblut als Symbol für Fruchtbarkeit, weshalb menstruierende Personen während der Blutung nicht die Felder betreten dürfen, denen eine eigene pflanzliche Fruchtbarkeit zugesprochen wird, und keine Leichen berühren dürfen. So soll vermieden werden, dass sich die menschliche Lebensenergie mit der pflanzlichen Fruchtbarkeit oder mit der Todesenergie vermischt (ebd., 148f.). Im Süden Russlands wurde Menstruationsblut verwendet, um (Liebes)Tränke herzustellen, da ihm nachgesagt wurde, einen Teil der Seele der 'Besitzerin' zu enthalten (Gómez-Sanches et al., 2012, 374). Dies sind nur einige Beispiele für die vielfältigen Sichtweisen auf Menstruation, die über das klassische Verständnis von Tabuisierung hinausgehen.

4.3.2. Der medizinische Blick

Die Funktionsweise der Menstruation und des Menstruationszyklus war lange Zeit Gegenstand medizinischer Spekulationen. So wurde beispielsweise im zweiten Jahrhundert n. Chr. theoretisiert, dass es sich um einen Mechanismus zum Abbau überschüssigen Blutvolumens handle. Erst im 19. Jahrhundert wurde die biologische Funktionsweise der Eierstöcke beschrieben und die Bewertung des Menstruationsprozesses wandelte sich zum Negativen; er wurde als ungesund und die Leistungsfähigkeit von Frauen schwächend verstanden (Karaboue, 2024). Karaboue (2024, 2) argumentiert des Weiteren, dass im Laufe des 20. Jahrhunderts eine medizinische und funktionalistische Perspektive auf Menstruation dominant wurde, die dazu diene, Arbeiterinnen als weniger leistungsfähig als Arbeiter und vor allem für verantwortungsvolle Führungspositionen ungeeignet darzustellen. Bezeichnend ist neben dieser Bewertung der Menstruation auch die Beurteilung anderer Zyklusphasen, allen voran der prämenstruellen Phase. Nachdem der Menstruationszyklus erst in den 1940er Jahren erstmals als solcher bezeichnet

wurde, wurde PMS (Prämenstruelles Syndrom), ein Konglomerat von unterschiedlichen zwischen der Ovulation und der menstruellen Blutung auftretenden Symptomen, zu denen vordergründig Stimmungsschwankungen gehören, 1987 als psychiatrische Erkrankung in das diagnostische Handbuch der American Psychiatric Association aufgenommen. Die Klassifikation von PMS als Krankheit ist sehr umstritten - laut Karaboue deuten anthropologische Studien sogar darauf hin, dass die damit in Verbindung gebrachten belastenden Symptome nur in industrialisierten, westlichen Gesellschaften zu beobachten sind. Eine soziologische Interpretation von PMS-Symptomen, die die kulturellen Kontexte spezifischer Arbeits- und Gesellschaftsverhältnisse in den Blick nimmt, wäre demnach einer medizinischen vorzuziehen (ebd., 2). Dies deckt sich auch mit den im vorigen Abschnitt beschriebenen unterschiedlichen symbolischen Bedeutungen der Menstruation in unterschiedlichen Kulturen und der Varianz der damit in Verbindung stehenden Praktiken.

4.3.3. Aktivistische Thematisierung von Menstruation

Feministische Aktivist:innen und Künstler:innen brachten das Thema Menstruation seit den 1970ern verstärkt auf die Bildfläche, um das weiter oben beschriebene Tabu in Frage zu stellen (Gottlieb, 2020, 152ff.; Green-Cole, 2020, 790; Johnston-Robledo & Chrisler, 2020, 193). Dabei wurden und werden viele verschiedene Formen des Aktivismus gewählt; berühmt geworden ist etwa der Aufsatz der US-amerikanischen Feministin Gloria Steinem „If Men Could Menstruate“ (Steinem, 2020 [1978]), in der sie eine alternative Wirklichkeit imaginiert, in der Männer statt Frauen menstruieren. In einer solchen Welt würde die Menstruation als ein Zeichen von Stärke gefeiert, extensiv medizinisch erforscht und als Begründung für die Überlegenheit von Männern herangezogen werden, so Steinem. Denn die Logik der Bewertung von biologischen Unterschieden zwischen Menschen verlaufe nicht rational, sondern entlang von Machtverhältnissen: „Whatever a ‘superior’ group has will be used to justify its superiority, and whatever and [sic!] ‘inferior’ group has will be used to justify its plight“ (ebd., 353). Aber nicht nur auf der textlich-diskursiven Ebene wurden und werden feministische Interventionen unternommen, auch die visuelle Repräsentation von Menstruation ist umkämpft. Bei der Darstellung von Menstruation(sblut) in der bildenden Kunst werden gleichzeitig kulturelle Repräsentationen von weiblichen Körpern als auch Vorstellungen von Kunst als ästhetischer Praxis in Frage gestellt:

„Many menstrual works mean to shock, in true avant-garde fashion, but not needlessly or nihilistically. They are critical interrogations of aesthetic authority and decorum, challenging ignorant

and popular beliefs about art's functions, as much as they create visibility and space within art and the public domain for contested values associated with blood." (Green-Cole, 2020, 787)

Obwohl diese ersten prominenten künstlerischen Interventionen bereits über 50 Jahre her sind, ist die Darstellung von Menstruationsblut weiterhin umstritten und die Enttabuisierung der Menstruation ist noch immer Teil diverser globaler feministischer, aktivistischer und künstlerischer Praktiken (Gottlieb, 2020, 152).

4.3.4. Menstruation als Marker für Weiblichkeit

Auch in dem aktuellen Sammelband zu „Critical Menstruation Studies“ (Bobel et al., 2020) wird an vielen Stellen davon gesprochen, dass nur *Mädchen und Frauen* menstruieren: „Because only girls and women menstruate, menstrual blood also marks a tribal identity of femaleness“ (Johnston-Robledo & Chrisler, 2020, 183). Die Ausblendung von Trans*identitäten in dieser Thematisierung der Menstruation ist bezeichnend für die Vielfalt feministischer Strömungen. Während in dieser Arbeit klar eine trans*inklusive Perspektive eingenommen wird, sollen selbstverständlich auch die theoretischen Bestrebungen jener feministischen Denkerinnen und Denker einbezogen werden, die sich ausschließlich mit der Unterdrückung von (cis-)Frauen, unter anderem aufgrund der negativen symbolischen Aufladung und Tabuisierung der Menstruation, auseinandergesetzt haben.

Dass die starke Verbindung der Menstruation mit Weiblichkeit auch für die Mehrheit der menstruierenden Bevölkerung, cis-Frauen, negative Auswirkungen haben kann, zeigt sich unter anderem an jenen Anforderungen, die an Mädchen nach ihrer ersten Menstruation gestellt werden:

„When girls reach menarche (that is, experience their first menstruation), parents and others treat them differently than they did before (Lee and Sasser-Coen 1996). Post-menarcheal girls are cautioned about sexuality, told that they are now „grown-up,“ and urged to act „ladylike“ in ways that restrict the freedom of behavior they had enjoyed in the past (Lee and Sasser-Coen 1996). Thus menstruation marks girls and women as different from the normative and privileged male body (Young 2005)“ (Johnston-Robledo & Chrisler, 2020, 183)

Die Menarche gilt als biologischer Marker für die Geschlechtsreife und potenzielle Gebärfähigkeit von Mädchen und jungen Frauen und als solcher werden oftmals restriktive Rollenerwartungen an sie geknüpft, die weit über die empfohlenen medizinischen Gesundheits- und Hygienepraktiken hinausgehen.

Wissen über den 'weiblichen Körper' wird, wie dieses Kapitel gezeigt hat, in einem konkreten soziohistorischen Raum hergestellt. Feministische Perspektiven haben dabei immer wieder Interventionen in den hegemonialen Diskurs gesetzt. Doch wie steht es aktuell um feministische Positionen in (Online-)Diskursen über Körperwissen?

4.4. Postfeminismus im Kontext neoliberaler Gesellschaften

Der aktuelle Stand der Auseinandersetzung mit Geschlechtspräsentationen soll mithilfe von Literatur zum Thema Postfeminismus charakterisiert werden. Der Begriff „Postfeminismus“ wird in Anlehnung an Gill (2007) als eine „sensitivity“ verwendet, also als ein zu beschreibendes und analysierendes soziokulturelles und mediales Phänomen.¹⁵ Der Begriff wurde zunächst Mitte der 1990er Jahre von Autor:innen wie Douglas (2007 [1995]) verwendet, bevor er vor allem durch Angela McRobbie und Rosalind Gill popularisiert und als ein zentrales Konzept der Cultural Studies etabliert wurde (Banet-Weiser, 2018, 153). Unter anderem durch das - stets konkurrierende Interpretationen auslösende - „post“ am Beginn des Wortes wurde das Konzept in feministischen (Medien-)Analysen unterschiedlich angewendet und auch kritisiert. Das sich immer wieder neu konfigurierende Nebeneinander von feministischen Bestrebungen, der Behauptung, Feminismus sei überholt, anti-feministischen Backlashs und sexistischen Angriffen, welches Gill (2016) beschreibt, ist auch heute noch vorzufinden. Als Beobachterin der populären Kultur (deren Fragmentierung und Ausdifferenzierung, unter anderem durch die Verbreitung von sozialen Netzwerken, sicherlich auch Teil der Ursache für die Verstrickungen ist) teile ich oftmals die von Gill beschriebene Verwirrung:

„Every temporary stabilization, when the blurring pixels offer up a momentary glimpse of clarity, feels like a comforting illusion. But it is never long before the image is dancing again - and I (and I'm sure it is not *just* me) am screwing up my eyes, and squinting, trying to make sense of it all.“
(Gill, 2016, 614, Herv. im Original)

Eindeutige Kategorisierungen eines medialen Inhalts als 'profeministisch' oder 'antifeministisch' sind schwierig und oftmals unproduktiv. Als analytisches Konzept eignet sich Postfeminismus meiner Meinung nach jedoch weiterhin sehr gut, weil es einzelne Elemente der medialen Verhandlung von Geschlechterverhältnissen analytisch greifbar macht. So kann Klarheit in „some of the complexities of a cultural moment seemingly characterized by a multiplicity of (new and old)

¹⁵ Und nicht, wie es manchmal auch geschieht, als ein erkenntnistheoretisches Paradigma oder eine Gesellschaftsdiagnose. Gill (2007) und ihren Kolleg:innen geht es gerade nicht darum, eine Zeit 'nach' dem Feminismus zu beschreiben, sondern das Nebeneinander von (queer)feministischen, intersektional ausgerichteten feministischen Strömungen, antifeministischen Backlashs und jenen neoliberal geprägten Formen des Feminismus, die sie als postfeministisch bezeichnet, anzuerkennen.

feminisms which co-exist with revitalized forms of anti-feminism and popular misogyny” (Gill, 2016, 612) gebracht werden.

Mit Blick auf die mediale Thematisierung von Feminismus in den letzten Jahrzehnten konstatiert Gill (2007) in den frühen 2000er Jahren eine Änderung: In den 1970er und 80ern Jahren sei für kurze Zeit ein Gleichheitsparadigma („the basic similarity of men and women”, ebd., 158) medial präsenter gewesen, nur um in den 1990ern durch eine Rückkehr zum Differenzparadigma ersetzt zu werden, welches die „authentischen” Bedürfnisse der Geschlechter wieder stark machen wollte, die durch die ‘Kontrolle des Feminismus’ angeblich versteckt werden mussten. In postfeministischen Medien verbinde sich dieser Backlash mit feministischen Grundwerten wie der Eigenständigkeit von Frauen und dem Ziel der Gleichstellung auf dem Arbeitsmarkt. So entstehe das charakteristische „entanglement” (ebd., 163) von antifeministischen und feministischen Positionen.

Die folgenden Elemente postfeministischer Medien beschreibt Gill (2007):

- a. **Femininität als körperliches Merkmal** (ebd., 149 f.): Frausein wird daran festgemacht, einen normschönen Körper zu haben, biologische Merkmale sowie die Aufrechterhaltung von Körpertechniken sind bedeutender für die Konstruktion des eigenen Geschlechts als beispielsweise Charaktereigenschaften oder bestimmtes Sozialverhalten; gleichzeitig werden Frauenkörper einer strengen Kontrolle unterzogen
- b. **Sexualisierung und Konstruktion von Frauen als sexuelle Subjekte** (ebd., 150 f.): Sexualisierung nimmt im Vergleich zu früher eine größere Rolle in der Kultur ein, auch nicht volljährige Mädchen und Teenager werden sexualisiert - parallel werden Frauen nun auch als Subjekte sexueller Begierde verstanden
- c. **Betonung von freier Wahl und „Empowerment”** (ebd., 153 ff.): Besonders in Bezug auf ästhetische Eingriffe und arbeitsintensive Körpertechniken wird oftmals betont, Frauen würden sich nicht für den Blick von Männern, sondern für sich selbst und das eigene Wohlbefinden zurechtmachen. Jegliche Arbeit am Körper wird als freie Entscheidung dargestellt
- d. **Selbstbeobachtung („self-surveillance”), -kontrolle und -disziplin** (ebd., 155ff.): Die von Frauen seit jeher erwartete Arbeit am eigenen Körper wird laut Gill intensiviert und auf weite Lebensbereiche, unter anderem mentale Verfassungen und psychologisches Wohlbefinden, ausgeweitet. Dabei werden die vielfältigen Anforderungen, denen Frauen ausgesetzt sind, nicht als solche dargestellt; stattdessen wird die Abgrenzung vom

Investment in die eigene Selbstdarstellung als Wert hochgehalten. Idealtypisch für diesen Druck zur Selbstoptimierung sind (Fernseh)Sendungen, die dem „Makeover-Paradigma“ folgen. In solchen Formaten wird die Herstellung eines „modernized and upgraded selfhood“ (156) begleitet. Essenziell dafür ist der erste Schritt, bei dem „people (predominantly women) [are made] to believe, first, that they or their life is lacking or flawed in some way; second, that it is amenable to reinvention or transformation by following the advice of relationship, design or lifestyle experts and practising appropriately modified consumption habits“ (156).

- e. **Betonung von Geschlechterunterschieden** (ebd., 158f.): Die Setzung von Unterschieden zwischen Männern und Frauen wird beispielsweise durch das Bild der Notwendigkeit von Übersetzungen zwischen den Geschlechtern reartikuliert.
- f. **Ironie und „knowingness“** (ebd., 159f.): Durch die - typisch postmoderne - Verwendung von Ironie und der Behauptung, feministische Positionen seien sowieso schon allgemeingültig, können sexistische Witze und Stereotype ‘unter der Hand’ verbreitet werden.
- g. **Selbstverständlichkeit des liberalen Feminismus und Abwertung von „zu radikalem“ Feminismus** (ebd., 161 f.): Während der Feminismus der 70er und 80er Jahre als zu radikal bzw. zu ‘streng’ dargestellt wird, sind ausgewählte, mit dem neoliberalen Paradigma vereinbare, Elemente des liberalen Feminismus selbstverständlicher Bestandteil populärer Medien: „autonomy, bodily integrity and the freedom to make individual choices“ (ebd., 162). Auffällig ist dabei, dass die als wünschenswert dargestellten Entscheidungen und Modi der Selbstpräsentation jenen (Hetero)Normen entsprechen, die von Feminist:innen dekonstruiert und kritisiert wurden und werden. In späteren Publikationen (Banet-Weiser, 2018; Gill, 2016) wird neben Postfeminismus auch eine neue kulturelle Formation beobachtet, eine von den Autorinnen als „popular feminism“ bezeichnete Spielart des Feminismus, die sich zwar (wieder) offen zum Feminismus bekennt und sexistische Strukturen nicht leugnet, allerdings die Zielsetzung postfeministischer Inhalte teilt: „to be ‘empowered’ is to be a better *economic* subject, not necessarily a better feminist subject“ (Banet-Weiser, 2018, 155).

Gill (2007) stellt außerdem die Frage, inwiefern Postfeminismus „re-centres both heterosexuality and whiteness, as well as fetishizing a young, able-bodied, ‘fit’ (understood as both healthy, and in its more contemporary sense as ‘attractive’) female body“ (ebd., 163). Aufgrund fehlender medialer Repräsentation von Körpern, die von dieser Norm abweichen, entsteht so auch ein

normierender Effekt postfeministischer Medienkulturen. In späteren Publikationen zu Postfeminismus wurden, wie Banet-Weiser (2018, 154) zeigt, auch außerhalb von 'westlichen' Medien angeeignete Formen der soeben beschriebenen Elemente beobachtet und analysiert (siehe z.B. Dosekun, 2015).

Wichtigste Rahmenbedingung postfeministischer Medien ist der **Neoliberalismus**. Der postfeministischen Inhalten eingeschriebene Individualismus („freie Wahl“) und Fokus auf wirtschaftliche Teilhabe und eine für die erfolgreiche Partizipation am Arbeitsmarkt passende Subjektivität ist durch diesen gesellschaftspolitischen Kontext mitkonstituiert (Gill, 2007; Gill & Scharff, 2011, 163). Insofern zieht sich seit den 1990er Jahren im Besonderen die Spielart des „corporate or neoliberal feminism“ (Gill, 2016, 617) durch die populäre Medienlandschaft. Dieser ist für das hier behandelte Thema besonders relevant, stellt er doch neben der körperlichen Leistungsfähigkeit das psychologische Wohlbefinden und vor allem das Selbstbewusstsein von Frauen in den Vordergrund. An diesem Selbstbewusstsein, das auch als Beitrag zum eigenen beruflichen Erfolg gesehen wird, soll auf individueller Ebene gearbeitet werden, wobei es zahlreiche mediale Selbsthilfeangebote gibt, die speziell an Frauen gerichtet sind (ebd.).

In ihren Studien zu Hollywood-Filmen, die sogenannte „top girls“ darstellen, eine Gruppe meist *weißer*, beruflich erfolgreicher und ökonomisch unabhängiger junger Frauen, zeigt Angela McRobbie (2016) beispielhaft die widersprüchlichen Ansprüche auf, die an junge Frauen in neoliberalen Gesellschaften gestellt werden. Als vergleichsweise „neue“ Gruppe, die eigenständig ihren Lebensunterhalt bestreitet, müssen sich junge Frauen auf dem Arbeitsmarkt in besonderer Weise behaupten und sind gleichzeitig als potente Konsumentinnen von Interesse. Sie sollen deshalb in Eigenverantwortung einen hohen sozialen Status erreichen/halten, um ihre Kaufkraft zu stärken. Durch die Betonung der Eigenverantwortung bzw. des Leistungsprinzips werden dabei intersektionale Ungleichheiten durch Ordnungskategorien wie Ethnie, Alter und Klasse ausgeblendet (ebd., 99f). Dabei produziert die - unter anderem durch feministische Kämpfe erreichte - verstärkte mediale Sichtbarkeit von Frauen auch deren verstärkte Bewertung, insbesondere in Bezug auf ihre Körper (ebd., XXII).

Die beschriebene Vervielfältigung teilweise widersprüchlicher Positionen in (post)feministischen Diskursen beeinflusst sowohl die Möglichkeiten politischer Organisation in Bezug auf Themen, die Frauen* und (gender)queere Personen betreffen, als auch individuelle Prozesse der **Subjektivierung**. Sich in einem solchen Umfeld als feminines und/oder feministisches Subjekt zu

positionieren bedeutet, widersprüchlichen Anforderungen ausgesetzt zu sein. Budgeon (2011) beschreibt, wie einerseits in postfeministischen Diskursen mitunter vorausgesetzt wird, dass alle Frauen* erfolgreich sein können und ungleiche Ressourcenverteilungen ausgeblendet werden und andererseits in einigen (queer)feministischen Diskursen die Individualität der Erfahrungen von Frauen* überbetont wird und das Schaffen einer selbst definierten Subjektivität bereits als feministisches Empowerment gilt (ebd., 288). (Soziale) Medien scheinen bei solchen Subjektivierungsprozessen eine zunehmend große Rolle zu spielen (Casanova-Garrigós et al., 2025; Hurley, 2022; Weber & Malhi, 2024, 21. März), weshalb in dieser Arbeit ein Blick auf jene Inhalte geworfen wird, die in Videos zu Cycle Syncing als Wissens- und Identifikationsangebote erscheinen.

5. Forschungsfrage

Wie im letzten Kapitel beschrieben, sind Subjektivierungsprozesse von Frauen* im Kontext postfeministischer Diskurse komplex. Die graduell verbesserte ökonomische und rechtliche Stellung von Frauen* in den meisten nationalen Kontexten und ihre erhöhte (mediale) Sichtbarkeit stehen in einem mitunter widersprüchlichen Verhältnis zu bestehenden intersektionalen Diskriminierungsformen sowie der ungleichen Verfügbarkeit wissenschaftlichen Wissens zu menstruierenden Körpern und der Tabuisierung der Menstruation. Es ist davon auszugehen, dass gerade für junge Frauen* und Mädchen* Inhalte von Kurzvideos wie etwa auf TikTok eines von zahlreichen Orientierungsangeboten im Dickicht dieser gesellschaftlichen Realitäten darstellen.

Für die Wirkung dieser Kurzvideos ist das Zusammenspiel der auditiven und visuellen Ebene bedeutend, weshalb in dieser Arbeit sowohl das auf der Textebene vermittelte Wissen als auch jenes visuelle Wissen untersucht wird, das in den Videos vermittelt wird. Die leitende Forschungsfrage dieser Arbeit lautet deshalb:

Wie wird Cycle Syncing in ausgewählten Videos auf TikTok inszeniert?

Folgende Unterfragen sollen dabei bearbeitet werden:

- Welche audiovisuellen Gestaltungsmittel werden dabei eingesetzt?
- Welches Körperwissen wird in den Videos vermittelt?
- Welche Bilder von Weiblichkeit(en) werden in den Videos vermittelt?

Um diese Fragen zu beantworten, wurde eine Methode gewählt, die dem Medium (Kurz-)Video gerecht wird und auf einer wissenssoziologischen Perspektive fußt. Dazu mehr im folgenden Kapitel.

6. Methodologie und methodisches Vorgehen

An dieser Stelle sollen die methodologischen Überlegungen, die diese Arbeit angeleitet haben, vorgestellt werden. Im Anschluss wird die Methode der wissenssoziologisch-hermeneutischen Videoanalyse erläutert und das konkrete Vorgehen beschrieben, das in dieser Arbeit angewandt wurde.

6.1. Methodologien der visuellen Soziologie im Kontext interpretativer Sozialforschung

Für soziale Netzwerke erstellte (Kurz-)Videos sind komplexe Daten - in ihnen verbinden sich Inhalte auf der visuellen Ebene mit einer auditiven Ebene, die beide zusätzlich in großem Ausmaß durch die Gestaltungsentscheidungen der Ersteller:innen geformt sind. Deshalb erfordert die Analyse von audiovisuellem Material eigenständige Methoden, die der multisensorischen Beschaffenheit der Daten gerecht werden. Nur so können alle Elemente für die Interpretation des sozialen Sinns, der in einem Video objektiviert ist, fruchtbar gemacht werden. Diese Arbeit zielt darauf ab zu verstehen, wie Cycle Syncing durch das „visuelle Handeln“ (Raab, 2019, 270) in Videos auf TikTok inszeniert wird, sowie welches (vergeschlechtlichte) Körperwissen und welche Vorstellungen von Weiblichkeit(en) dabei vermittelt werden. Mit diesem Anspruch bewegt sie sich im interpretativen Paradigma soziologischer Forschung, dem auch die meisten Verfahren zur Auswertung von Videos und Filmen zuzurechnen sind, wenngleich sie im Vergleich zu den klassischen Verfahren der qualitativen Sozialforschung wie Interviews und Beobachtungen recht jung sind (Przyborski & Wohlrab-Sahr, 2021, 396; Raab, 2008, 156).

Das grundsätzliche Ziel interpretativer Sozialforschung ist die Rekonstruktion alltäglicher Sinnkonstruktionen (Przyborski & Wohlrab-Sahr, 2021, 15). Dabei folgt sie den Grundsätzen der Offenheit gegenüber dem Forschungsfeld und seinen Relevanzsetzungen, der Reflexivität der Forschenden und der Explikation von Interpretationen (Lueger, 2010, 24; Przyborski & Wohlrab-Sahr, 2021, 19). Daraus ergeben sich Anforderungen, die sich an den gesamten Forschungsprozess richten, unabhängig vom untersuchten Feld und Typen des Datenmaterials. Für diese Arbeit besonders relevant sind folgende Strategien zur Umsetzung dieser

Anforderungen: 1. Ein zyklischer Forschungsablauf, der eine eventuelle Anpassung des Vorgehens an den Forschungsgegenstand im Laufe des Projekts von vornherein einplant, vor allem in Bezug auf die Auswahl des Datenmaterials. Dieses *theoretische Sampling* (Przyborski & Wohlrab-Sahr, 2021, 231) ist an der Interpretationsarbeit orientiert und bestimmt den Weg durch das Dickicht der online vorhandenen natürlichen Daten. 2. Die Planung von regelmäßigen Reflexionsphasen im gesamten Verlauf der Forschung, die diese Neuausrichtung möglich machen. Für diese Arbeit wurde nach jedem interpretierten Video eine solche Phase eingelegt. Und 3. die ausführliche Dokumentation und punktuelle Verfügbarmachung der Interpretationsprozesse, damit die Ergebnisse für die Leser:innen nachvollziehbar und so gut wie möglich überprüfbar werden (Lueger, 2010, 29f.). Besondere Aufmerksamkeit muss in dieser Arbeit außerdem dem Qualitätskriterium der Selbstreflexion gewidmet werden, um eigene affektive Reaktionen auf das Material bewusst in die Analyse einbeziehen zu können und dadurch bestmöglich zu kontrollieren - schließlich gehöre ich als (junge) cis-Frau der Zielgruppe der meisten „Cycle Syncing“-Videos an und habe ‘privat’ (als queerfeministische Soziologiestudentin, als relativ gesundheitsbewusster Sportmuffel) ein ambivalentes Verhältnis zu dem Trend. Hierbei waren vor allem der Austausch mit Kolleg:innen innerhalb und außerhalb der Disziplin und das durchgängige Führen eines Forschungstagebuchs hilfreich.

Seit dem 20. Jahrhundert nimmt die Verbreitung von (reproduzierbaren) Bildern im Alltag stetig und exponentiell zu, was sich (mit einiger Verzögerung) in der sozialwissenschaftlichen Methodenentwicklung abzeichnet. Trotz eines proklamierten „visual turn“ (Raab 2008, 99) gibt es keine einheitliche Methodologie der visuellen Soziologie. Vielmehr orientieren sich die einzelnen Verfahren zur Analyse von visuellen Daten an verschiedenen methodologischen Traditionen interpretativer Sozialforschung (Eisewicht et al., 2018). Ausgangspunkt der visuellen Soziologie ist dabei stets die „Eigenlogik des Bildes“ (Przyborski & Wohlrab-Sahr, 2021, 402), welche andere Methoden als zur (hermeneutischen) Auslegung von Texten erfordert. Diese Eigenlogik, das Besondere an visuellem Material, ist die ihm inhärente Simultanität von Bedeutungshorizonten. Bilder sind im Gegensatz zu Sprache in ihrer Sinnhaftigkeit nicht an einen zeitlichen Verlauf gebunden und können daher ‘auf einen Blick’ verschiedene Inhalte vermitteln, mitunter auch widersprüchliche - Max Imdahl (1996 [1980]) verwendet dafür den Begriff der „Übergegensätzlichkeit“ von Bildern. So kann beispielsweise durch die leichte Verfremdung eines bekannten Fotos gleichzeitig ein Gefühl von Vertrautheit und Distanz vermittelt werden. In einem geschriebenen Text kann ein ähnlicher Effekt erzeugt werden, dieser entfaltet sich jedoch erst während des Lesens/Hörens, also im Verlauf der Zeit, und nicht simultan. Die besondere

Verdichtung von Sinn und emotionalem oder symbolischem Gehalt in einem Bild gilt es durch extensive Analyse der einzelnen Bildelemente offenzulegen und sinnvoll aufeinander zu beziehen. Teilweise unabhängig von bildanalytischen Methoden entwickelten sich weitere Methoden zur Analyse von Videomaterial (Eisewicht et al., 2018). Eine der Ausnahmen, die ein bildtheoretisches Fundament zur Grundlage haben, stellt das in dieser Arbeit angewendete Verfahren der wissenssoziologischen Videoanalyse nach Jürgen Raab dar (Raab, 2008; Raab & Stanisavljevic, 2018), welches nun vorgestellt werden soll.

6.2. Wissenssoziologische Videoanalyse nach Jürgen Raab

Videomaterial weist im Vergleich zu (Stand-)Bildern eine nochmals erhöhte Komplexität auf (Raab 2008, 109; Eisewicht et al., 2018, 313) - die bereits durch eine hohe Sinndichte gekennzeichnete Reihe von Bildern auf der visuellen Ebene wird durch eine auditive Ebene ergänzt, außerdem kommen Bewegungen (Handlung im Bild, Kamerabewegung, Schwenks, Geschwindigkeitsmanipulation etc.) und Techniken der Nachbearbeitung (Schnitt, Übergänge zwischen Clips, Einblendungen etc.) hinzu. Verfahren zur Interpretation von Videomaterial müssen also dem „unaufhebbare[n] Zugleich von Temporalität (Zeitlichkeit) und Simultaneität (Gleichzeitigkeit)“ (Raab & Stanisavljevic, 2018) gerecht werden. Jedes einzelne Standbild enthält zahlreiche aufeinander bezogene Bildelemente, zusätzlich steht es in der Reihe der anderen Standbilder und ist (zumindest bei modernen Videoaufnahmen) von diesen optisch nicht zu trennen, wenn das Video abgespielt wird. Es braucht also Verfahren, die helfen, diese verschiedenen Ebenen analytisch zu trennen und somit der Interpretation zugänglich zu machen. Einen Vorschlag, wie dies gelingen kann, macht Jürgen Raab mit der wissenssoziologisch-hermeneutischen Videoanalyse. Diese geht (klassisch hermeneutisch) bei der Interpretation sequentiell vor und nimmt alle angesprochenen Ebenen Frame für Frame in den Blick, um „im visuellen Handeln [konstruierte] oder [reproduzierte], und in Bildern als stabil oder dynamisch [dokumentierte] Sinngehalte, Bedeutungen und Wissensbestände zu rekonstruieren“ (Raab, 2019, 370).

Die Analyse umfasst drei Schritte. Zunächst wird nach einer ersten vollständigen Sichtung des Materials ein Überblick über die sogenannte *Grobstruktur* (Raab, 2008, 170) des Videos, dessen inhaltlichen und formalen Verlauf, geschaffen, der bei der weiteren Analyse als Leitfaden fungiert. Mithilfe dieser Grobstruktur wird eine Szene bestimmt, die als Ausgangspunkt der *Feinanalyse* fungiert. Im Anschluss wird eine ausführliche *Partitur* der jeweils zu untersuchenden Sequenz

erstellt, welche die verschiedenen Ebenen des Mediums beschreibend versprachlicht, sodass sowohl der zeitliche Verlauf des Geschehens als auch die gleichzeitig stattfindenden Elemente in Textform überführt werden. Im Zuge des Erstellens der Partitur wird das Material aufmerksam gesichtet und beschreibend vorinterpretiert, was für den weiteren Verlauf der Analyse sehr hilfreich ist.

Im zweiten Schritt wird eine Szene anhand eines ersten (subjektiv) besonders aussichtsreich scheinenden Standbilds einer extensiven Analyse unterzogen (Raab, 2008, 171ff.). Die Auslegung orientiert sich an der hermeneutischen Interpretationslehre und betrachtet die gestalterischen Elemente des Videos, die Ton-Ebene zunächst auslassend, in Hinblick auf verschiedene mögliche Lesarten. Ziel der Interpretation ist, die Bedeutung der visuellen Ausdrucksformen verständlich zu machen und mit nicht realisierten, anderen denkbaren Gestaltungsformen zu vergleichen. Dabei werden mögliche Fortsetzungen des Videos nach dem analysierten Einzelbild erdacht, die an der nächsten Sequenz geprüft werden sollen. Die visuelle Analyse wird anschließend durch eine Analyse der jeweiligen Soundelemente, die zu dem Zeitpunkt des Bildes im Video stattfinden, ergänzt. Diese Art der Interpretation wird mit den nachfolgenden Frames innerhalb der gewählten Sequenz fortgesetzt, bis sich eine Strukturhypothese entwickelt hat, die im weiteren Verlauf der Sequenz bestätigt, angepasst oder verworfen wird, solange, bis sie gefestigt ist.

Im dritten Schritt werden die Analyseergebnisse zusammengefasst und durch den Vergleich mit einer möglichst stark kontrastierenden Szene aus dem gleichen Video überprüft und erweitert. Die bereits gefundenen Strukturhypothesen sollten sich hier weiter bestätigen oder müssen wiederum angepasst oder ergänzt werden. Dieses vergleichende Vorgehen wird so lange fortgesetzt, bis die zentralen Strukturelemente eines Videos gefestigt sind. An diesem Punkt der Auswertung können Kontextinformationen wieder einbezogen werden und eventuell mit der Interpretation weiterer (maximal- oder minimal kontrastierender) Videos in Verbindung gebracht werden. Raab wendet seine Methode selbst auf Beispiele semi-professioneller Videoproduktionen wie Hochzeitsvideos, HipHop-Musikvideos oder Kurzfilme eines Amateur-Film-Clubs an (Raab, 2008, 165-305). Die in diesem Material gefundenen Strukturelemente versteht er jeweils als Ausdruck einer „Sehgemeinschaft“, die geteilte, meist unausgesprochene visuelle Regeln befolgt, also ein spezifisches Wissen teilt:

„In den Sehgemeinschaften haben die Bilder ihren Ort im Sozialen. Denn die symbolische Form ist Teil der kommunikativen Arbeit einer Gemeinschaft an ihrem eigenen Fortbestehen. Dabei stellt der intersubjektiv ausgehandelte, abgesicherte und ‚vererbte‘ Symbol- und Formenhaushalt

jenes visuelle ‚Handwerkzeug‘ bereit, mit dem sich eine Gruppe, Gemeinschaft oder Gesellschaft in die Möglichkeit versetzt, für sich selbst sinnlich erfahrbar zu werden und sich dergestalt in ihrem Sosein zu bestätigen (vgl. Raab 2014).“ (Raab, 2019, 375)

Dass es eine „Cycle Syncing-Community“ gibt, die sich selbst als solche wahrnimmt und bezeichnet, scheint unwahrscheinlich, doch die Frage nach potenziell geteiltem (visuellen) Wissen einer angenommenen Sehgemeinschaft soll die Interpretation mit anleiten.

Raabs Vorgehen geht letztlich vom (Stand-)Bild aus, was einen besonders detaillierten Blick auf das Videomaterial ermöglicht. Es gibt jedoch auch Kritik an diesem Vorgehen - Reichertz and Englert (2011) gehen davon aus, dass es dem Medium Video eher gerecht wird, statt Standbildern („stills“) kurze bewegte Sequenzen („moves“) zu analysieren. Videos seien demnach aus Perspektive der Betrachtenden eine Aneinanderreihung von *moves*, d.h. sinnvollen Handlungseinheiten, die sequentiell aufeinander folgen. Erst wenn diese Eigenschaft in der Aufteilung des Materials in Analyseeinheiten beachtet wird, würden diese sinnvoll sequentiell interpretiert werden können. Die Länge einer Sequenz hänge dabei von der Fragestellung ab und sollte die kleinstmögliche verständliche Einheit beinhalten. Nachdem das erste Video des Samples strikt nach Raab (2008) ausgewertet wurde, konnte ich dieser Kritik etwas abgewinnen, denn durch die Betrachtung des Materials in einzelnen Bildern geht tatsächlich etwas von dem Bewegungscharakter des Videos verloren. Zwar wird die entsprechende Sequenz des Originalvideos im Laufe der Interpretation immer wieder angeschaut, um ein *still* zu verorten, doch der Hauptteil der Interpretation erfolgt am Standbild. Diese Überlegungen haben zu einem teilweise modifizierten Vorgehen geführt, das in Kapitel 6.4.2 (Interpretation) näher beschrieben wird.

6.3. Forschungsethische Überlegungen

In dieser Arbeit werden Medieninhalte analysiert, in denen erkennbare Personen abgebildet sind. Aus einer forschungsethischen Perspektive muss der Schutz ihrer Persönlichkeitsrechte mit dem Nutzen einer nachvollziehbaren wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit dem Phänomen Cycle Syncing abgewogen werden.

Grundsätzlich sind die analysierten Videos von den Content Creatorinnen aus freien Stücken und mit der Absicht, verbreitet zu werden, auf TikTok hochgeladen worden und gelten somit als ‘veröffentlicht’. In diesem Sinne dürfen sie für wissenschaftliche Zwecke zitiert werden, solange

das Ausmaß nicht den für das Untermauern der Argumentation notwendigen Grad überschreitet (Universität Wien, 2018). Diese rechtlichen Vorgaben wurden beim Verfassen der Arbeit nach bestem Gewissen beachtet, auf anonymisierende Bildbearbeitungsmaßnahmen wurde hingegen verzichtet. Darüber hinaus sprechen zwei weitere Überlegungen für eine Zitation von unveränderten Standbildern aus den Videos: Erstens verfolgen alle Accounts, von denen Videos analysiert wurden, wirtschaftliche Interessen. Damit sind ihre Beiträge, die grundsätzlich auf eine große Reichweite abzielen, in besonderem Ausmaß von öffentlichem Interesse. Zweitens ist davon auszugehen, dass insbesondere junge Menschen die Zielgruppe des untersuchten Materials ausmachen und sich diese mitunter den in den Videos vermittelten Informationen Glauben schenken und die Ratschläge der Creator:innen befolgen (Pfender et al., 2025). Die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem Phänomen Cycle Syncing kann somit einen tentativen Beitrag zur gesellschaftlichen Auseinandersetzung mit Inhalten leisten, die unter Umständen das Gesundheitsverhalten und das Selbstbild junger Menschen prägen. Zu guter Letzt ist auch im Sinne der Qualitätssicherung ein punktueller Einblick in das Material sinnvoll, damit Leser:innen dieser Arbeit Interpretationen nachvollziehen und hinterfragen können.

6.4. Vorgehen

Nachdem die methodologischen Grundlagen und die im Zuge der wissenssoziologisch-hermeneutischen Videoanalyse vorgeschlagenen methodische Schritte vorgestellt wurden, soll nun das konkrete Vorgehen erläutert werden, das in dieser Masterarbeit zur Anwendung kam.

6.4.1. Zusammenstellung des Materials und theoretisches Sampling

Die Auswahl der Videos erfolgte in der Orientierungsphase der Masterarbeit zunächst nach forschungspragmatischen Überlegungen und im weiteren Verlauf dem Prinzip des theoretischen Samplings folgend. Dabei habe ich mich auf die Plattform TikTok beschränkt, um zumindest in Bezug auf die Länge und das Format der Videos eine gewisse Einheitlichkeit zu gewährleisten. Tik Tok ist gemeinsam mit YouTube eine der beiden auf Videoformate spezialisierten Plattformen, die sich nach Nutzer:innen weltweit unter den Top 5 der sozialen Netzwerke befindet¹⁶. Etwa 1.5 Milliarden Personen weltweit nutzen die Plattform (Statista, 2024). Für die relativ kurze Zeit ihres Bestehens seit dem Jahr 2016 ist diese eine eindruckliche Entwicklung, die auf eine steigende

¹⁶ Auf Instagram können zwar seit einigen Jahren prinzipiell auch Videos hochgeladen werden, Bilder bzw. Fotos sind jedoch der Grundpfeiler der Plattform und eine überblicksmäßige Recherche ergab, dass die beliebtesten Accounts, die sich mit Cycle Syncing auseinandersetzen, (fast) nur Bilder posten, um ihre Inhalte zu vermitteln.

gesellschaftliche Relevanz der Plattform, besonders unter jungen Menschen, verweist (vgl. Kapitel 3.1. „TikTok – Verbreitung und Nutzung“).

Zum ersten Mal mit dem Begriff Cycle Syncing konfrontiert wurde ich durch eine Videoempfehlung auf meiner YouTube-Startseite. Das mir empfohlene Video thematisierte den Trend im Rahmen eines ästhetisch ansprechenden Lifestyle-Vlogs¹⁷ und weckte zunächst mein persönliches und dann mein soziologisches Interesse. Im Rahmen des Seminars „Interpretative Bildanalyse“ (Sommersemester 2024) bei Roswitha Breckner sollte einige Zeit später eine Videoanalyse durchgeführt werden, um die Methode der wissenssoziologisch-hermeneutischen Videoanalyse einzuüben. Das dort analysierte Video ist das erste im Sample dieser Masterarbeit. Es wurde recht zügig ausgewählt - da die Interpretation in der Dauer eines Semesters zu bewältigen sein sollte, entschied sich meine Gruppe für ein TikTok-Kurzvideo, und zwar eines, das visuell möglichst vielfältig ist (d.h. mit verschiedenen Motiven, keine „Erklärvideos“, in denen hauptsächlich von einer Person gesprochen wird). Die Auswahl fiel auf das Video „how to sync your life to your cycle“ der TikTok-Nutzer:in alexismswan, in dem die Creatorin abwechselnd Bilder von Rezepten und ihren eigenen Körper zeigt und dabei die Bedeutung der zyklusbasierten Ernährung für die Cycle Syncing-Methode beschreibt. Nach abgeschlossener Analyse wurde die Forschungsfrage weiter ausgearbeitet und die darauffolgenden Videos in einem zyklischen Prozess nach Gesichtspunkten ausgewählt, die sich an den vorläufigen Analyseergebnissen orientieren.

Die Reichweite der Videos sollte ein zusätzliches Kriterium für die Auswahl der weiteren Videos darstellen. Dafür wurde eine Liste der 20 meistgeschauten Videos zum Thema auf TikTok und YouTube¹⁸ erstellt, auf Basis derer Videos ausgewählt werden konnten (siehe Anhang VIII). Dies stellte sich jedoch als schwieriger als gedacht heraus - die restriktive Veröffentlichung von Nutzungsdaten durch TikTok bedeutet unter anderem, dass eine Reihung der Videos nach Anzahl ihrer Klicks nicht möglich ist. Die Auswahl musste also manuell anhand der (unsortierten) Videos erfolgen, die, vermittelt durch den Algorithmus der Plattform, als Suchergebnisse zum Begriff „Cycle Syncing“ angezeigt wurden. Es kann daher keine Vollständigkeit der Reihung garantiert werden, um eine möglichst 'objektive' Auswahl an Inhalten zu erhalten, wurde jedoch ein neuer Account erstellt, der nur dem Forschungszweck dient. Inhaltlich wurden nur Videos in diese Liste

¹⁷ Das Format „Vlog“ stellt sich aus *Video* und *Blog* zusammen und bezeichnet eine gefilmte Dokumentation des Alltags

¹⁸ Zum damaligen Zeitpunkt war das Sampling noch nicht auf TikTok beschränkt.

einbezogen, die sich allgemein mit Cycle Syncing befassen, nicht etwa mit nur einer bestimmten Phase des Zyklus (da von diesen zu erwarten ist, dass sie nicht für sich stehen, sondern Teil einer Serie sind), und solche, die dem Trend gegenüber grundsätzlich positiv eingestellt sind. Von der sich ergebenden Liste wurden in einem zyklischen Prozess drei weitere Videos ausgewählt. Dabei wurde jeweils darauf geachtet, eine möglichst große Variation an Gestaltungsformen (Personen oder Gegenstände im Mittelpunkt des Geschehens, viel oder wenig Variation der Szenen etc.) abzudecken, um durch kontrastierende Vergleiche auf inhaltlich für das Phänomen Cycle Syncing relevante Strukturelemente aufmerksam zu werden.

Das schließlich analysierte Sample besteht aus vier Videos, die von verschiedenen Content Creator:innen auf TikTok veröffentlicht wurden. Ihre Länge beträgt zwischen 32 Sekunden und zwei Minuten und 39 Sekunden und sie verwenden den Begriff Cycle Syncing entweder im Titel, der Videobeschreibung oder den zugeordneten Hashtags. Folgende vier Videos wurden in der Interpretation berücksichtigt:

1. **„food is fuel, medicine and love 🍷”** - Video der Nutzerin @alexismswan, 31 Sekunden lang (118.500 Klicks, 7.830 Likes)¹⁹
2. **„Screenshot last slides. Lmk if you have any questions / what you want me to share next”** - Video der Nutzerin @mygirlwellness, 31 Sekunden lang (1 Mio. Klicks, 100.200 Likes)
3. **„This is sooooo important please listen if you’re not familiar with your cycle!! Aligning your lifestyle with what phase you’re in can really help your mental” [sic!]** - Video der Nutzerin @brookenewman_, zwei Minuten und 39 Sekunden lang (1.5 Mio. Klicks, 175.800 Likes)
4. **„the cycle phases explained to help you with your #cyclesyncing journey🧘📝”** - Video der Nutzerin @annatrim, eine Minute und 20 Sekunden lang (4.9 Mio. Klicks, 414.600 Likes)

Weitere Metadaten zu den Videos (vergebene Hashtags, Anzahl an Kommentaren, Follower:innenzahlen) finden sich im Anhang I. Die ausführlichen Partituren sowie jeweils ein Link zum entsprechenden Video finden sich in Anhang II.-V., dort ist jede Einstellung eines Videos (= Sequenz zwischen zwei Schnitten) nummeriert und Einstellungen sind zu Szenen (= kohärenten Einheiten eines Videos, die das Hauptmotiv teilen oder eine inhaltliche Einheit bilden). Wenn im

¹⁹ Diese Angaben geben alle den Stand vom 30.10.2025 wieder.

Weiteren bestimmte Sequenzen oder Stills eines Videos beschrieben werden, wird stets auf die Einstellungsnummer und nach Bedarf auf die Szenennummer verwiesen.

6.4.2. Interpretation

Im Sinne der Qualitätssicherung ist eine Auswertung im Team für interpretative Methoden essenziell, um möglichst vielfältige, aber auf ihre intersubjektive Nachvollziehbarkeit hin geprüfte Interpretationen zu generieren (Lueger, 2010, 37). Dies konnte im Rahmen dieser Masterarbeit dadurch erreicht werden, dass ein ganzes Video im Zuge des bereits erwähnten Seminars „Interpretative Bildanalyse“ in einem Team aus drei Personen²⁰ interpretiert wurde und die Auswertung der restlichen Videos punktuell in Interpretationsgruppen²¹ stattfand. Natürlich musste ein Großteil der Interpretationsleistung trotzdem in Einzelarbeit geschehen. Hierbei half der regelmäßige Austausch über das Projekt mit Kommiliton:innen und Außenstehenden.

In jedem Zyklus wurde das ausgewählte Video zunächst mehrfach vollständig gesichtet, dabei wurden die ersten Eindrücke festgehalten. Im Anschluss wurde die Grobstruktur des Videos erfasst. Durch die Kürze der Videos erschien es sinnvoll, gleich für das gesamte Material eine ausführliche Partitur zu erstellen (siehe Anhänge II.-V.). Diese genaue Beschreibung der Videos, gegliedert nach den relevanten Gestaltungsebenen, diente sowohl als Unterstützung für die Auswahl der Sequenzen, die anschließend der Feinanalyse unterzogen wurden, als auch als wichtige Basis für diese Feinanalysen selbst.

Die Feinanalyse begann bei jedem der vier Videos mit der einleitenden Sequenz. Wie bereits beschrieben, folgte die Auswertung des ersten Videos dem von Raab (2008) vorgeschlagenen Standbild-für-Standbild-Vorgehen. Bei der Auswertung des zweiten ausgewerteten Videos sollten nun die von Reichertz & Englert (2011) ausgeführten Überlegungen zur Erhaltung des Bewegungscharakters von Videos in der Analyse Berücksichtigung finden. Nach Fertigstellen der Partitur und Auswahl der ersten Analysesequenz wurde das Video deshalb in *moves* unterteilt, die mithilfe eines einfachen Schnittprogramms isoliert wurden. Diese *moves* wurden bei der Interpretation immer wieder abgespielt und bei Bedarf durch die Betrachtung von spezifischen *stills* ergänzt - nicht, wie zuvor, umgekehrt. Dieses Vorgehen hatte den Vorteil, dass

²⁰ Team siehe Danksagung

²¹ Interpretationsgruppe 1 besteht aus sechs Mitgliedern, die alle mit interpretativen Methoden, jedoch zu unterschiedlichen Themen arbeiten; Interpretationsgruppe 2 besteht aus fünf Personen, die alle mit visuellen Methoden arbeiten. Mitglieder siehe Danksagung

Bewegungsabläufe und Geschwindigkeit größere Aufmerksamkeit in der Interpretation genossen, während Effekte wie etwa Zeitraffer bei der Analyse von Standbildern tendenziell untergingen. Der Nachteil der Analyse anhand von *moves* ist jedoch eine erhebliche Erschwernis, die immer noch hohe Informationsdichte analytisch zu in einzelne Elemente aufzutrennen. Für die restlichen Videos wurde deshalb wieder auf ein *still* für *still*-Verfahren gesetzt, das an einigen Stellen durch als hilfreich erachtete *moves* ergänzt wurde.

Die bei der extensiven Auslegung der ausgewählten Sequenzen entwickelten Strukturelemente bilden das Kernstück der Ergebnisse (siehe Kapitel 7.3.). Sie wurden, wo sinnvoll, um Kontextinformationen erweitert, die die Distributionsplattform TikTok und weitere Aktivitäten der Content Creator:innen betreffen. Die theoretische Einbettung der Ergebnisse fand im letzten Schritt der Auswertung statt.

7. Ergebnisse

Im Folgenden wird das untersuchte Material in Kürze vorgestellt, um das Ergebniskapitel einzuleiten. Im Anschluss werden ausgewählte Inhalte und Gestaltungsmerkmale der Videos beschrieben, die für die spätere Interpretation relevant sind. Es folgt eine ausführliche Vorstellung der Strukturelemente des Materials, jeweils anhand einer idealtypischen Szene verdeutlicht - so wird ein punktueller Einblick in die Feinanalysen ermöglicht. Abschließend wird die Gesamtinterpretation in Form einer Strukturhypothese sowie der theoretischen Einbettung der Ergebnisse präsentiert.

7.1. Vorstellung des Materials

Wie bereits in Kapitel 6.4.1. (*Zusammenstellung des Materials und theoretisches Sampling*) beschrieben, handelt es sich beim interpretierten Material um vier Kurzvideos unterschiedlicher TikTok-Nutzerinnen, die zwischen 0:31 und 2:39 Minuten lang sind und die Suchbegriffe „Cycle Syncing“ bzw. „cyclesyncing“ in der Videobeschreibung oder den Hashtags enthalten. Alle Videos sind in englischer Sprache verfasst und wurden zwischen 2022 und 2024 veröffentlicht. Die Accounts, auf denen sie hochgeladen wurden, sind zwischen 2021 und 2023 erstellt worden (siehe Tabelle 3). Nur einer der Accounts hat explizit Cycle Syncing zum Fokus (@alexismswan), während die anderen auch benachbarte Lifestyle- oder Wellness Themen sowie im Allgemeinen auf Unterhaltung abzielende Trends bedienen.

Tabelle 3: Datum der Veröffentlichung des ersten Posts der analysierten TikTok-Accounts, des ersten Posts zu Cycle Syncing und des analysierten Videos; sortiert nach dem Datum des ersten Videos auf TikTok

Account	Veröffentlichung des ersten Videos auf TikTok	Veröffentlichung des ersten Videos auf TikTok zu Cycle Syncing	Veröffentlichung des analysierten Videos zu Cycle Syncing	Follower:innen (Stand 20.10.2025)
@mygirlwellness	08.04.2021	29.09.2022	25.10.2022	50.800
@brookenewmann_	26.03.2022	19.06.2023 ²²	16.09.2023	73.400
@annatrimms	22.01.2023	26.03.2023	27.07.2023	22.500
@alexismswan	29.05.2023	01.09.2024	14.03.2024	180.900

Quelle: eigene Recherchen

Die Videos des Samples sind also zwischen anderthalb und drei Jahren alt, was sicherlich auch zu ihren relativ hohen Klickzahlen beiträgt (zwischen 100.000 und fast fünf Millionen Klicks, siehe Anhang I „Kontextinformationen“ ²³). Aufgrund ihrer Popularität ist davon auszugehen, dass sie in ihrer inhaltlichen Ausrichtung stellvertretend für einen großen Teil der Beiträge zu Cycle Syncing stehen, mit denen Nutzer:innen konfrontiert sind.

Die vier interpretierten Videos verfolgen unterschiedliche kommunikative Ziele und weisen entsprechend einen unterschiedlichen gestalterischen Aufbau auf. Video 1 fungiert hauptsächlich als ‘Werbung’ oder Teaser für weitere Videos der Content Creatorin zum gleichen Thema, in denen sie spezifischere Inhalte (Kochrezepte) präsentiert, Video 2 zielt auf eine schnelle Vermittlung einer großen Menge an Informationen über Cycle Syncing und dazu passende Ernährung ab, Video 3 weist den Charakter eines persönlichen Erfahrungsberichts auf, der mit Ratschlägen gespickt ist, und Video 4 vermittelt Informationen zu Cycle Syncing auf eine systematische, aber spielerische Art und Weise. Trotz dieser Variation des inhaltlichen Aufbaus der Videos sind einige wichtige formale Parameter konstant, die den Vorgaben der Distributionsplattform TikTok geschuldet sind: das Hochformat; die Verwendung schneller Schnitte und die extensive Nutzung von eingeblendeten Schriftzügen, v.a. Untertiteln; und vor allem die relative Kürze der Videos. Dank dieser Konstanten kann der Blick in der Analyse

²² Hier handelt es sich bei dem ersten Video der Content Creatorin zu dem Thema auch um jenes, das für die Interpretation ausgewählt wurde.

²³ Bemerkenswerterweise wurde im vorliegenden Sample das Video mit den meisten Klicks auf dem Account mit den wenigsten Follower:innen veröffentlicht und umgekehrt. Diese Tatsache verweist erneut auf die Relevanz des Algorithmus für die Verbreitung von Inhalten auf TikTok.

einfacher auf (subtilere) Gemeinsamkeiten und Unterschiede gerichtet werden. Im Folgenden sollen die Videos in ihrem Ablauf (Grobstruktur), dem auf der Textebene vermittelten Wissen und den grundlegenden formalen Elementen wie der Art des Beziehungsaufbaus zum Publikum beschrieben werden, um eine Orientierung für die anschließende Interpretation zu bieten. Die gerade beschriebenen jeweiligen Kommunikationsabsichten der Videos sowie ein Stichwort, das im weiteren Verlauf des Texts der besseren Orientierung dienen soll²⁴, stehen immer in Klammern zu Beginn des Abschnitts.

Nachdem in den bisherigen Kapiteln die Produzent:innen von TikTok-Videos als Content Creator:innen bezeichnet wurden, um ihre Doppelrolle *vor* und *hinter* der Kamera zu verdeutlichen, wird in den folgenden Ausführungen zur Analyse der Videos selbst der Begriff *Protagonistin* verwendet. Damit soll deutlich gemacht werden, dass es sich bei den in den Videos sichtbaren Personen trotz des prominenten Anspruchs auf Authentizität um kontrollierte und medial vermittelte Figuren eines Kurzvideos, eben Protagonistinnen, handelt.

Video 1 ('Ansehnliches Essen als Werbemittel', Stichwort: Essen)²⁵ folgt keiner klaren narrativen Struktur, sondern wirkt eher wie ein „stream of consciousness“, eine fließende Aneinanderreihung schnell wechselnder Bilder. Dominiert wird die Abfolge verschiedener Einstellungen durch Nahaufnahmen von 15 verschiedenen frisch angerichteten Mahlzeiten. Bei jedem Gericht werden jeweils die letzten Schritte des Dekorierens gezeigt. Fünf Mal wird diese Abfolge von Aufnahmen der Protagonistin unterbrochen, die sich selbst entweder in Interaktionen mit den Nahrungsmitteln oder mit ihrem Körper zeigt (beim Essen, vor dem Spiegel, beim Haare richten). Die einzelnen Einstellungen dauern nicht länger als zwei Sekunden und sind durch harte Schnitte aneinandergereiht, außerdem sind die Aufnahmen selbst durch einen Zeitraffer beschleunigt. Im Zusammenspiel mit der Gesamtlänge von nur 32 Sekunden ergibt sich dadurch ein äußerst rasches Tempo und eine hohe Dichte an unterschiedlichen Bildern. Der Verlauf des Videos wird durch die folgende Grobstruktur abgebildet:

²⁴ Bei den meisten anderen Medienprodukten würde sich hierfür eine verkürzte Version des Titels eignen, doch auf TikTok werden statt kurzen Titeln bevorzugt inhaltliche Beschreibungen oder zusätzliche Informationen in das einzige verfügbare Textfeld, das jedem Video zugeordnet ist, gegeben. Deshalb wurden hier Bezeichnungen für die Videos gewählt, die ein visuell besonders auffälliges Element zum Ausgangspunkt haben.

²⁵ Die Auflösung der Screenshots aller Videos wurde mithilfe einer KI-Funktion des Softwareherstellers Adobe erhöht, um einen möglichst erkennbaren Druck zu gewährleisten.

1. Verschiedene Gerichte werden **angerichtet**:
Dessert mit Beeren, Brot mit Aufstrich
2. **Frau isst** ein Dessert
3. Verschiedene Gerichte werden **angerichtet**:
Shake mit Blumen, Auflauf mit Gemüse & **Kind dekoriert** Auflauf
4. **Frau** schaut in Kamera und richtet **Haare**
5. Verschiedene Gerichte werden **angerichtet**:
Pancakes, Kokosnuss, Kürbissuppe, grüner Smoothie, Erdbeere mit Schokolade, Schokodessert
6. **Frau** in Bikini/Unterwäsche, seitliche Aufnahme von **Gesicht**
7. Verschiedene Gerichte werden **angerichtet**:
Nudelgericht, Pancake
8. **Frau isst** Pancakes
9. Rotes Püree/Mousse wird **angerichtet**
10. **Frau isst** Püree/Mousse & **Mann im Hintergrund**
11. Verschiedene Gerichte werden **angerichtet**:
Küchlein wird angeschnitten, Nudelgericht



Abbildung 1: Video 1 – Essen; Still aus Video 1, Einstellung 1 [Min. 00:00]

Video 2 ('Präsentation von Infografiken', Stichwort: Infografik) ist in sechs Abschnitte einteilbar, die die vermittelten Informationen strukturieren. Zunächst wird von der Protagonistin, die im Mittelpunkt des Bildes eingeblendet ist, in Kürze das Konzept des Cycle Syncing erklärt. Dann folgen vier Abschnitte, in denen jeweils eine der vier Phasen des Zyklus im Mittelpunkt steht und eine Infografik eingeblendet ist, die die für diese Phase empfohlenen Lebensmittel auflistet. Die Protagonistin ist in diesen Teilen immer am linken oberen Bildrand - in deutlich kleiner als zu Beginn - eingeblendet und kommentiert die Infografiken. Zum Schluss wird die narrative Klammer des Videos dadurch geschlossen, dass die Protagonistin erneut in der gleichen Größe wie zu

Beginn gezeigt wird und weitere Angaben dazu macht, wie die Zuschauer:innen die Informationen verwenden können. Mit einer Gesamtlänge von 42 Sekunden ist das Video im mittleren Bereich des Samples angesiedelt.

Die Grobstruktur sieht folgendermaßen aus:

1. **Einführung und Erklärung Cycle Syncing:**
Frau groß im Bild, spricht in die Kamera
2. **Die vier „Cycles“²⁶:** a) *menstrual*, b) *follicular*, c) *ovulatory*, d) *luteal*; weiterhin sprechende Frau jetzt nur klein links oben im Bild, Infografik im Zentrum
3. **Abschluss:** Empfehlung zur weiteren Verwendung der Information, Frau wieder groß im Bild und spricht in die Kamera

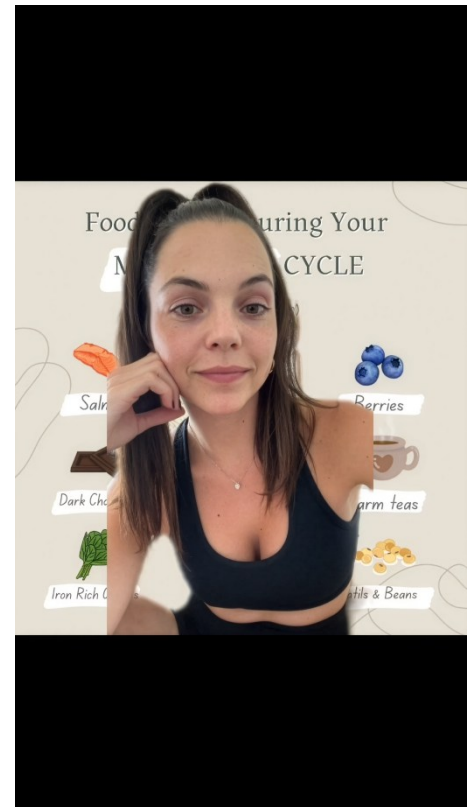


Abbildung 2: Video 2 – Infografik; Still aus Video 2, Einstellung 1 [Min. 00:00]

Video 3 ('Erfahrungsbericht mit Ratschlägen', Stichwort: **Schminken**) ist mit zwei Minuten und 39 Sekunden das längste des Samples und weist visuell am wenigsten Variation auf - die Kamera ist das gesamte Video über in derselben Position fixiert und die Protagonistin bewegt sich nur minimal, während sie direkt zu den Zuschauer:innen spricht, dabei gestikuliert und sich nebenbei schminkt. Das Video folgt ähnlich wie Video 2 (Infografik) der Struktur der vier Phasen des Menstruationszyklus, angefangen bei der Menstruationsphase. Die Protagonistin leitet in ihrem Text durch die vier Phasen, unterstützt durch wechselnde Schrifteinblendungen, und fügt dabei persönliche Erzählungen ein. Das Video ist durch zahlreiche Schnitte unterbrochen, die jedoch durch die grundsätzliche Kontinuität im Bildaufbau kaum auffallen. Insgesamt hat Video 3 ein deutlich langsames Tempo als die anderen Videos, obwohl die Protagonistin recht schnell spricht.

²⁶ In Video 2 wird die in anderen Videos zum Thema verwendete Terminologie anders verwendet; die vier Phasen des Zyklus werden selbst als „cycles“ bezeichnet, was den Kommentaren unter dem Video nach zu urteilen für viel Verwirrung sorgt.

Die Struktur des Videos lässt sich anhand der folgenden fünf Abschnitte darstellen:

1. **Einführung:** Bedeutung von Cycle Syncing
2. Aufzählen der **vier Phasen des Zyklus**;
Erklärung **menstrual phase**
3. Erklärung **follicular phase**
4. Erklärung **ovulation phase**
5. Erklärung **luteal phase** und **Abschluss, Fazit**

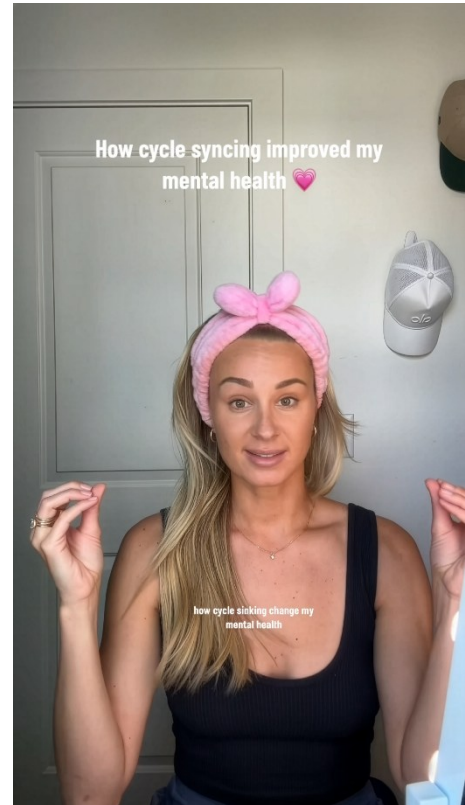


Abbildung 3: Video 3 – Schminken; Still aus Video 3, Einstellung 1 [Min. 00:00]

Video 4 ('Unterhaltsame Vermittlung von Informationen', **Stichwort: Schreiben**) ist das einzige Video, in dem nur die Hände einer Person, nicht ihr restlicher Körper zu sehen sind. Es ist fast im gesamten Video die gleiche Einstellung zu sehen: eine von oben gefilmte braun-graue Tischplatte, auf der ein silberner Bildschirmfuß steht. Außerdem ist ein weißes Blatt Papier auf dem Tisch zu sehen, das handschriftlich mit Informationen zum Thema Cycle Syncing befüllt wird. Der Schreib- und Zeichenprozess wird begleitend durch ein Voiceover kommentiert. Durch zahlreiche eher unauffällige Schnitte wirkt das Video insgesamt kohärent, auch wenn es im Vergleich zur Normalgeschwindigkeit etwas beschleunigt ist. Es kommt auf eine Gesamtlänge von 1:20 und ist damit das zweitlängste des Samples.

Das Video weist folgenden Aufbau auf:

1. **Einleitung:** Vorhaben für das Video, Blatt Papier kommt ins Bild
2. Vorstellung der **vier Phasen des Zyklus** (*follicular, ovulatory, luteal, menstrual*) anhand eines **Schaubilds**: pro Phase werden jeweils die assoziierte Jahreszeit, die Dauer, die hormonellen Veränderungen und ihre Auswirkungen händisch auf das Blatt Papier geschrieben

3. Aufforderung zur Nutzung der Phasen zur Verbesserung der Produktivität, **Vervollständigung des Schaubilds**
4. **Abschluss:** Metareflexion der Wissensvermittlung, Blatt Papier wird aus dem Bild bewegt

Die Videos unterscheiden sich also teilweise stark in ihrer Form und der Art der vermittelten Informationen; vor allem Video 1 (Essen) weist deutliche Unterschiede zu den anderen auf, weil es als einziges Video des Samples keine praktischen Handlungsanweisungen vermittelt, sondern als eine Art Teaser für andere Videos auf dem Kanal der Content Creatorin fungiert. Die Unterschiede und Gemeinsamkeiten der Videos, die im folgenden Abschnitt noch näher beleuchtet werden sollen, geben Hinweise darauf, welche Inhalte in welcher Darbietungsform charakteristisch für das Phänomen des Cycle Syncing sind.

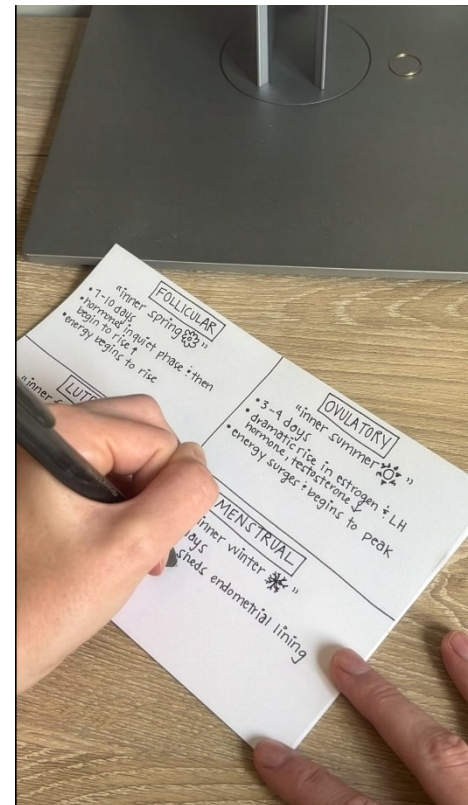


Abbildung 4: Video 4 – Schreiben; Still aus Video 4, Einstellung 18 [Min. 00:58]

7.2. Inhalte und Gestaltungsmerkmale der Videos

Zunächst sollen auffällige Elemente der Videos entlang von fünf Kategorien beschrieben werden. Diese Elemente sind auf der deskriptiven Ebene verortet und werden teilweise mit einer Charakterisierung der Wirkung bestimmter formaler Elemente verbunden. Zuerst wird ein Einblick in die Text-Ebene der Videos und das dort vermittelte Körperwissen sowie die erklärten Ziele von Cycle Syncing gegeben. Dann geht es um gestalterische Mittel im Zusammenspiel von Bild und Ton, die zur Herstellung (unterschiedlich geformter) Beziehungen zum Publikum beitragen. Zuletzt sollen die Protagonistinnen genauer charakterisiert und die in den Videos angesprochene Zielgruppe bestimmt werden.

7.2.1. Vermitteltes Körperwissen

Die untersuchten Videos vermitteln Informationen zu körperlichen Vorgängen auf einer Plattform, auf der Inhalte aus den unterschiedlichsten Perspektiven und mit einer großen Bandbreite an Quellen um die Aufmerksamkeit der Zuschauer:innen konkurrieren. Welches Körperwissen und welche Frameworks, um körperliche und damit verbundene alltägliche Erfahrungen in Zusammenhang mit dem Menstruationszyklus interpretierbar zu machen, werden also in den Videos angeboten? Welche Quellen für dieses Wissen werden angeführt? Die folgenden Ausführungen beziehen sich nur auf die **Textebene**, wobei hier sowohl der gesprochene Text (Ton), als auch in der Nachbearbeitung eingeblendete Schriftzüge oder in den Videoaufnahmen selbst lesbare Textteile (Bild) in Betracht gezogen werden.

Zunächst zu den Gemeinsamkeiten: In allen analysierten Videos wird das für Cycle Syncing zentrale Konzept der **vier Zyklusphasen** angesprochen. Der durchgängig ablaufende Menstruationszyklus, der durch wiederkehrende hormonelle Veränderungen bestimmt ist, wird dabei in vier mehr oder weniger klar bestimmbare Abschnitte (Menstruationsphase, Follikel-Phase, Ovulationsphase und luteale Phase), geteilt. Somit lässt sich eine mitunter chaotische, zyklische Erfahrung in abgrenzbaren Einheiten verstehen. Teilweise werden bestimmte **Hormone** als wirkungsvolle Substanzen beschrieben, die diese Phasen einleiten und das Empfinden während jeder Phase bestimmen. In den Videos wird also auf Wissen aus der Biologie und Humanmedizin zurückgegriffen, um körperliche Vorgänge zu beschreiben und zu erklären. Dabei werden diese in (je nach Video stärker oder weniger stark vereinfachter) Kurzform wiedergegeben. Das vermittelte Körperwissen dient im Anschluss vor allem als Basis für konkrete Anweisungen für ein dem Zyklus angepasstes Verhalten (Cycle Syncing).

Video 1 (Essen)

Im ersten Video sind die vermittelten Informationen über den Menstruationszyklus auf ein Minimum beschränkt. Der *Zyklus* selbst ist hier ein besonders prominenter, mehrfach wiederholter Begriff - der „cycle“ wird als eine Gegebenheit dargestellt, der es sich durch Auswahl und Timing passender Lebensmittel in der alltäglichen Ernährung anzupassen gilt. So soll ein besseres **Eingestimmtsein auf den eigenen Körper** erreicht werden („get in sync with your cycle“). Außerdem wird „der Zyklus“ als ein Marker für die allgemeine Gesundheit konzeptionalisiert und somit aus der Randständigkeit herausgehoben und zu einem zentralen Feld der **gesundheitlichen Selbstfürsorge** erklärt. Der Ernährung wird dabei eine tragende Rolle zugesprochen, denn „eating the right foods at the right time“ sei „medicine“.

Eine detaillierte Beschreibung des Zyklus (darüber, dass er vier Phasen hat, hinaus), wird nicht angeboten. Dass in diesem Video nur wenige konkrete Informationen über den Menstruationszyklus oder zur Umsetzung von Cycle Syncing vermittelt werden, liegt vermutlich daran, dass es als Teaser für andere Rezeptvideos auf dem Kanal dient. Vorgestellt werden deshalb vor allem die zu erwartenden positiven Effekte, würde ein:e Zuschauer:in mit Cycle Syncing anfangen. Das vermittelte Körperwissen ist sehr ungenau. Als Quellen für ihre Aussagen zu Cycle Syncing nennt die Protagonistin ihre eigenen Erfahrungen mit der Methode sowie im Allgemeinen „Forschung“ („research“), wobei diese nicht weiter spezifiziert wird.

Video 2 (Infografik)

Auch im zweiten Video werden nur wenige konkrete Informationen über den Menstruationszyklus angeboten, konkrete Handlungsempfehlungen stehen im Vordergrund. Trotzdem wird eine biologische Sichtweise vermittelt: gleich im einleitenden und das Thema des Videos bestimmenden Satz wird erklärt, dass die vorgestellte Methode auf eine Heilung ‘der Hormone’ ausgerichtet ist („to heal you hormones naturally“). Ob eine bestimmte hormonelle Störung gemeint ist, die geheilt werden soll, wird nicht weiter ausgeführt, jedenfalls wird mit dieser Zielsetzung gleich zu Beginn des Videos ein **biologisches** und **gesundheitliches Register** angeschlagen. Da keine (schul)medizinisch relevanten Symptome oder Beschwerden als Indikatoren für den Einsatz der Methode genannt werden, ist davon auszugehen, dass hier ein breiter Begriff von Medizin bzw. Heilung Verwendung findet, der mitunter auch präventive Maßnahmen beinhaltet.

Später werden bestimmte Lebensmittel außerdem als notwendiger ‘Treibstoff’ für das bestmögliche Funktionieren des Körpers verstanden, wenn sie in der richtigen Zyklusphase verzehrt werden. Dieses **instrumentelle Verhältnis zum Körper** basiert auf der Ansicht, durch eine genaue Beobachtung körperlicher Gegebenheiten und der entsprechenden Anpassung der Ernährungsweise könne die Leistungsfähigkeit des Körpers gesteuert werden. Die jeweiligen Lebensmittel werden in je einer Infografik pro Zyklusphase dargestellt. Um die Zyklusphasen zu unterscheiden, wird jeweils deren (ungefähre) Dauer in Tagen im Verlauf eines Zyklus angegeben, angefangen mit dem ersten Tag der Menstruation. Über diese numerische Ordnung hinaus werden nur zwei biologische Marker für die jeweiligen Phasen genannt: die Blutung wird als Marker für die erste Phase angegeben und die dritte Phase wird durch „drop[ping] your egg“ markiert. Diese etwas unbeholfen wirkende Formulierung für die Ablösung einer Eizelle im Zuge

der Ovulation verweist auf den informativen Charakter des Videos, wirkt jedoch durch die fehlende Beschreibung der sonstigen physiologischen Vorgänge während des Menstruationszyklus etwas willkürlich. Auch werden keine Quellen für die dargestellten Informationen angegeben.

Video 3 (Schminken)

Das dritte Video ist das längste im Sample und beinhaltet die meisten Informationen, sowohl in Bezug auf Handlungsempfehlungen und Meinungen der Protagonistin als auch in Bezug auf vermitteltes Körperwissen. Während die Protagonistin die vier Zyklusphasen nacheinander bespricht, werden im Bild begleitende Stichpunkte eingeblendet. Darin wird genauer auf spezifische hormonelle Veränderungen während der jeweiligen Phase eingegangen. Drei Hormone werden benannt: Progesteron, Testosteron und Östrogen. Ihr Anstieg bzw. Abfall je nach Phase des Zyklus wird als Information angeboten, um die Funktionsweise des menstruierenden Körpers verständlich zu machen. Weniger genau werden diese biologischen Informationen im gesprochenen Text aufgegriffen²⁷: Die Erfahrung von Unsicherheit und des regelmäßigen Hinterfragens von Lebensentscheidungen in der „lutealen Phase“, die den Kern des Videos bildet, wird etwa dadurch erklärt, dass sich „Hormone“ in dieser Phase „stark ändern“ würden. Die Details der biologischen Funktionsweise des Menstruationszyklus nehmen weniger Raum ein als die damit verbundenen persönlichen Erfahrungen der Protagonistin sowie ihre Handlungsempfehlungen. Gegen Ende des Videos kommt die Protagonistin nichtsdestotrotz zu der entscheidenden Konklusion, dass „our hormones dictate so much about us“. Das Wissen über die **Wirkungsmacht**, die den **Hormonen** hier zugeschrieben wird, soll von der unangenehmen Erfahrung entlasten, den eigenen Lebensentwurf immer wieder zu hinterfragen, denn dies sei nur ein Effekt biologischer Prozesse: „It’s just hormones, people!“.

Wenn sie Informationen zu Cycle Syncing wiedergibt, verortet sie die Quelle dieses Wissens bei einem nicht weiter definierten „they“ (z.B. „they break up like the four parts of your cycle into four different seasons“). Es lässt sich vermuten, dass dieses „they“ sich auf andere Content Creator:innen in sozialen Netzwerken bezieht. Das vermittelte Wissen wird somit als Teil eines bereits vorhandenen Diskurses dargestellt und dadurch ein Stück weit legitimiert. Ähnlich wie in Video 1 (Essen) wird außerdem an einer Stelle von „literal science“ als Beweis für die Existenz

²⁷ Testosteron bildet eine Ausnahme, es wird als einziges der drei schriftlich genannten Hormone auch im gesprochenen Text erwähnt, als es um die Beschreibung der Ovulationsphase geht. Es wird dabei ein Unterschied in der Konzentration des Hormons bei Männern und Frauen zum Thema gemacht - dazu mehr in Kapitel 7.2.5. „Angesprochene Zielgruppe“.

von biologisch bedingten Stimmungstiefs bzw. Neigungen zu Selbstzweifeln in der lutealen Phase bezeichnet, ohne konkrete Publikationen zu nennen.

Video 4 (Schreiben)

Im vierten Video wird anhand eines Schaubildes ein systematischer Überblick über die Merkmale der vier Zyklusphasen angeboten und dabei auch **biologisches Wissen** vermittelt. Im gesprochenen Text werden alle an der Steuerung des Zyklus beteiligten Hormone zusammengefasst („your hormones“) und nur in der Gesamtschau in ihren Schwankungen beschrieben, als ein Steigen oder Abfallen. Im Schaubild werden zumindest für eine Phase, die Ovulationsphase, genauere Informationen zu spezifischen Hormonen vorgestellt: „dramatic rise in estrogen, LH hormone, testosterone [Pfeil nach unten]“. Diese hormonelle Veränderung wird mit einer spürbaren Veränderung der verfügbaren Energie in Zusammenhang gebracht: „The ovulatory phase follows directly after and this is where our hormones really start to ramp up and energy begins to surge“. Über den gesamten Zyklus hinweg wird ein Verlauf beschrieben, bei dem die Energie stetig zunimmt und dann wieder abfällt. Die beschriebenen hormonellen Veränderungen werden als Erklärung für diese Schwankungen des Energielevels angeboten.

Auch in diesem Video werden die einzelnen Phasen durch eine Angabe der entsprechenden Tage des Zyklus kategorisiert, zusätzlich wird die bereits erwähnte allgemeine Beschreibung der hormonellen Prozesse in der jeweiligen Phase hinzugefügt. Nur bei der Menstruationsphase wird etwas von diesem Schema abgewichen und statt der Beschreibung von Hormonellen Veränderungen ein körperlicher Vorgang als Marker gesetzt, der in einer anderen ‘Größenordnung’ stattfindet, nämlich die Ablösung der Gebärmutterschleimhaut. Auch dieses Video schließt, wie Videos 2 (Infografik) und 3 (Schminken), an dieses Körperwissen Handlungsempfehlungen für jede Phase an, um die Eigenschaften jeder Phase optimal zu nutzen. Durch den Fokus auf konkrete Hormone wird die Ebene **biologischen Spezialwissens** stärker bedient als in den anderen Videos. Auch hier werden keine Quellen für das vermittelte Wissen angegeben, die vorgestellten Informationen stehen kontextlos dar. Durch die handgeschriebene Darbietung des Schaubildes werden Assoziationen zum schulischen Kontext hervorgerufen, in dem Wissen oftmals formalisiert und strukturiert vermittelt wird.

Insgesamt oszillieren die in den Videos (textlich) angebotenen Informationen zwischen dem Aufzählen von **vereinzelten (wissenschaftlichen, biologischen) Fakten** über die körperliche Funktionsweise des Menstruationszyklus - jedoch ohne die Wirkung der einzelnen Elemente im Detail zu erläutern - und der Vermittlung von **praktischen Handlungsanweisungen**, deren Umsetzung laut den Protagonistinnen helfen soll, bestimmte Ziele zu erreichen. Diese Ziele sollen im folgenden Abschnitt genauer beschrieben werden.

7.2.2. Ziele von Cycle Syncing

Auch die folgenden Beschreibungen der in den Videos vermittelten Ziele von Cycle Syncing beziehen sich auf die Textebene, genauer nur auf den gesprochenen Text. Trotz des gemeinsamen Frameworks für das vermittelte Wissen unterscheiden sich die Schwerpunkte, die in den einzelnen Videos gesetzt werden.

Video 1 (Essen) und Video 2 (Infografik)

Im ersten und zweiten Video steht die Maximierung des körperlichen und mentalen **Wohlbefindens** im Vordergrund. Dieses Wohlbefinden ist ein subjektiv zu bewertendes Gefühl. Ziel ist es, „[to] look and feel your best“ (Video 1 - Essen) bzw. „feel your best“ (Video 2 - Infografik), also sich möglichst gut zu fühlen und gut auszusehen, sowie unangenehme (und unattraktive) körperliche Erfahrungen wie Krämpfe oder Akne zu beseitigen. Gleichzeitig wird in den Videos, wie im letzten Abschnitt bereits erwähnt, auch ein **medizinisches Register** verwendet. Die hier mit Cycle Syncing verbundenen Erwartungen gehen über die Maximierung von Wohlbefinden hinaus, wenn die Protagonistin in Video 2 (Infografik) eine 'natürliche Heilung' von (nicht näher definierten) hormonellen Problemen durch Cycle Syncing verspricht. Auch eine Verbesserung der generellen körperlichen Leistungsfähigkeit wird als Ziel angesehen, wenn der Verzehr der richtigen Lebensmittel als Weg dargestellt wird, um „optimize the way it [the body] works“ (Video 2 - Infografik).

Video 3 (Schminken)

Im dritten Video geht es hingegen darum, ein besseres Verständnis für die Ursachen von als unangenehm wahrgenommenen mentalen Zustände zu schaffen, indem diese als durch hormonelle Schwankungen verursacht dargestellt und damit erklärbar gemacht werden. Eingängig beschreibt die Protagonistin die für sie entlastende Funktion des Wissens über die Auswirkungen der hormonellen Veränderungen in der lutealen Phase: „And it- for so long I didn't understand what was going on and it's literally just my hormones.“ Das im Zusammenhang mit

Cycle Syncing vermittelte Wissen soll im Allgemeinen der Planung des Alltags in Bezug auf schwankende Stimmungen und Kompetenzen im Verlauf des Menstruationszyklus dienen, vor allem können dadurch aber Selbstzweifel normalisiert und dadurch 'entschärft' werden. Auf diese **Entlastungsfunktion** verweist auch der oben im Bild eingeblendete Titel „How cycle syncing improved my mental health“.

Video 4 (Schreiben)

Im vierten Video wird Cycle Syncing als Methode dargestellt, die eine Anleitung zum Optimieren von alltäglichen Abläufen bietet, um den Alltag effizienter zu gestalten. Dieser Prozess wird von der Protagonistin als „biohacking“²⁸ bezeichnet, also als eine bewusste **Steigerung der Leistungsfähigkeit** mithilfe von verfügbarem biologischen Wissen, in diesem Fall über den Menstruationszyklus. Der Alltag wird hier als ein optimierbarer Prozess dargestellt, der sich auf den Körper auswirkt. Jede Phase des Zyklus kann und soll für bestimmte Tätigkeiten genutzt werden. Für den Übergang von der 'lutealen Phase' zur Menstruationsphase konstatiert die Protagonistin einen Energieabfall, der hingegen nur noch durch „embrac[ing] my inner slug“ akzeptabel wird. Hier klingt eine ähnliche Nutzung des Cycle Syncing-Wissens wie in Video 3 (Schminken), zur Normalisierung von ungewollten Zuständen, an.

Es lassen sich also zwei unterschiedliche Schwerpunktsetzungen der in den Videos vermittelten Ziele ausmachen: einerseits wird ein **optimierter** körperlicher und mentaler Zustand angestrebt und als prinzipiell durch Cycle Syncing erreichbar dargestellt. Andererseits lässt sich auch bereits die **Akzeptanz** von zyklusbedingten unangenehmen Zuständen als ein Ziel von Cycle Syncing festmachen, das Verständnis für die mutmaßlichen biologischen Ursachen von Selbstzweifeln wird als ein großer Gewinn dargestellt, den die Methode bringen kann. Das von den Protagonistinnen präsentierte Wissen ist nur selten mit traditionellen Markern der Legitimation von Aussagen (als authentisch markierter ausführlicher Bericht eigener Erfahrungen, Zitation wissenschaftlicher Quellen) versehen.

²⁸ Der Begriff Biohacking setzt sich aus "Bio" für Biologie und "Hacking", der bewussten Manipulation eines (meist informationstechnologischen) Systems zusammen. Der Begriff wird auch genutzt um Praktiken zu beschreiben, die weit über die Kontrolle von Ernährung und alltäglichen Aktivitäten hinausgehen, etwa wenn es um die Nutzung von Implantaten geht, die das Körperempfinden um weitere Sinne erweitern sollen oder um außerhalb von wissenschaftlichen Institutionen am eigenen Leib durchgeführte medizinische Experimente (Yetisen, 2018).

7.2.3. Beziehung zum Publikum

Nachdem das Körperwissen und die Ziele von Cycle Syncing beschrieben wurden, die in den Videos vermittelt werden, soll nun darauf eingegangen werden, auf welche Art das Publikum angesprochen wird. Dafür ist das Zusammenspiel von verschiedenen Elementen auf der Bild- und Tonebene relevant. In der Medienpsychologie wird das Herstellen der Illusion einer Begegnung zwischen den Protagonist:innen eines Medienprodukts und dessen Zuschauer:innen als „parasoziale Interaktion“ bezeichnet. Das Konzept wurde bereits in den 1950er Jahren in Auseinandersetzung mit dem Fernsehen als Massenmedium entwickelt und beschreibt jenen Effekt des Mediums, dass Zuschauer:innen mitunter das Gefühl haben, von (fiktiven oder realen) Charakteren einer Fernsehsendung direkt adressiert zu werden und mit ihnen in Beziehung zu stehen, obwohl es sich faktisch um eine einseitige soziale Interaktion handelt (Horton & Wohl 1956).

Die direkte Ansprache des Publikums ist das offensichtlichste Mittel zur Herstellung einer parasozialen Beziehung (Horton & Wohl, 1956, 215). In allen untersuchten Videos spricht eine einzelne, visuell und/oder auditiv als weiblich lesbare Person (die Protagonistin) zu ihrem Publikum und adressiert es mit „you“. Sie alle sprechen außerdem von sich selbst in der Ich-Form. Es wird also die grammatikalische Form eines direkten Gesprächs genutzt, das sprachlich so auch in einer face-to-face-Situation im Alltag vorkommen könnte. Nun soll das Augenmerk jedoch über die Textebene hinaus auf das Zusammenspiel von Kamerahandlung, Ton und sonstigen Elementen gelegt werden, insofern diese für die Beziehung zum Publikum von Relevanz sind.

Video 1 (Essen)

Im ersten Video sind zwei grundsätzliche Arten der Bildgestaltung vorzufinden: Point-of-view-Aufnahmen (POV) sowie die Selfie-Perspektive. Die erste Szene (und der Großteil aller Einstellungen) ist aus der **POV-Perspektive**, auch subjektive Kamera genannt, gefilmt, d.h. aus einer Perspektive, die eine in einer Situation anwesende Person im Alltag auf die Szene einnehmen würde (Bordwell et al., 2020, 93). Diese Perspektive wird für die Gestaltung jener Szenen eingesetzt, in denen die anzurichtenden Gerichte vorkommen. Die Kamera filmt die Zubereitungsschritte aus einer kleinen Entfernung und in leichter Aufsicht und es sind nur die Hände der Person zu sehen, die die Handlung durchführt. Diese Art der Kamerapositionierung stellt den gerade ablaufenden Prozess in den Vordergrund und lässt die Zuschauer:innen intensiv daran teilhaben, denn es entsteht der Eindruck, man würde die gezeigte Handlung selbst ausführen (können). Diese Form der Gestaltung betont den alltagspraktischen Aspekt des Cycle

Syncing und lässt die Zuschauer:innen quasi schon die Umsetzung der Tipps durchleben. Außerdem erzeugt sie mitunter eine immersive Wirkung.

Gleichzeitig wird diese immersive Wirkung in einigen Szenen dadurch gestört, dass die Haltung und Position der sichtbaren Körperteile (z.B. von Händen) nicht jener entspricht, die eine Person sehen würde, würde sie die gezeigte Handlung selbst durchführen. In der ersten Szene des Videos, in der ein Brot bestrichen wird, sind etwa beide Hände der Protagonistin zu sehen, wie sie von links in das Bild hineinreichen (siehe Abb. 5). Dadurch bricht die Darstellung teilweise mit der immersiven Qualität der Perspektive. Rekonstruiert man das für diese Aufnahmeperspektive notwendige Aufnahme-Setting, ist davon auszugehen, dass die Protagonistin um ein fixiertes Kamerastativ (oder eine zweite Person, die die Kamera hält) herumgreift, um das Brot zu bestreichen. Dieses notwendige Setup verweist auf den inszenierten Charakter des Videos. Auch Schnitt und Ton verunmöglichen eine gänzliche Immersion: durch die Aneinanderreihung kurzer Clips, die nie länger als zwei Sekunden andauern, die begleitende sanfte Stimme der Protagonistin, die aus dem Off den Text spricht, sowie die leise im Hintergrund laufende elektronische Musik wird deutlich, dass es sich um ein stark bearbeitetes Medienprodukt handelt.



Abbildung 5: POV-Perspektive; Still aus Video 1, Einstellung 3 [Min. 0:01]

Zwischen jenen Szenen, in denen die Gerichte gezeigt werden, gibt es immer wieder Szenen, in denen der Körper der Protagonistin aus einer klassischen Frontalperspektive gefilmt wird (siehe Abb. 6). Durch ihren direkten Blick in die Kamera wird deutlich, dass sich die Protagonistin der Aufnahme bewusst ist und diese so steuert, dass sie eine Nachricht an das Publikum senden kann. Diese Szenen sind stets aus einer relativ kurzen Distanz zur Kamera gefilmt, die vermutlich entweder auf einem Stativ in der Nähe der Protagonistin steht oder von dieser selbst gehalten wird ("haptische Kamera", Dörre, 2022). Diese Form der (audio)visuellen Inszenierung ist als

Selfie-Perspektive²⁹ mittlerweile im Alltag sehr verbreitet und wird oft für die Dokumentation des eigenen Alltags in sozialen Netzwerken verwendet (Iqani & Schroeder, 2016). Dadurch, dass es bei dieser Art der Aufnahme oftmals im Bild selbst Hinweise auf die Aufnahmesituation gibt, wirkt sie mitunter authentischer als die im Spielfilm übliche ‘objektive’ Kamera, die die Kamerahandlung möglichst unsichtbar machen soll (Losh, 2014, 7). Außerdem ähnelt sie durch die geringe Distanz und den direkten Blick in die Kamera oftmals der Perspektive einer Face-to-face-Situation, auch wenn hier durch die Abwesenheit von mit dem Voiceover synchronisierten Lippenbewegungen erneut eine Irritation der zu erwartenden kommunikativen Situation stattfindet.

Video 2 (Infografik)

Das zweite Video ist geprägt vom Zusammenspiel zweier scheinbar gegenläufiger Elemente, die durch die von TikTok bereitgestellte **Greenscreen-Technologie**³⁰ zusammengesetzt sind. Eine Videoaufnahme der Protagonistin ist über einer digital erstellten Infografik eingeblendet, wobei die Ränder der Videoaufnahme unscharf sind und die Gliedmaßen der Frau teilweise als von einem implizierten ‘inneren’ Bildrand abgeschnitten erscheinen (siehe Abb. 7). Durch die Nutzung dieser Art der Videobearbeitung erhält das Video sogleich eine



Abbildung 6: Selfie-Perspektive; Still aus Video 1, Einstellung 4 [Min. 0:02]

²⁹ Michael Müller (2018, 99f.) bezeichnet diese Art der (Foto)Aufnahme als “Portalästhetik”, denn “das Gestaltungsprinzip solcher Bilder ist, dass das Bildmedium selbst als zugleich trennendes und verbindendes Medium ausgedeutet und dargestellt wird. Das Medium der Fotografie fungiert in diesem, sich bildästhetisch selbst mitteilenden Verständnis, als ein kommunikatives Portal, das kein Beobachter je wird durchschreiten können, das aber anzeigt, dass man es hier mit einem visuellen Einblick in die Lebenswirklichkeit der porträtierten Personen zu tun hat.” Müller untersucht private Fotosammlung von jungen Menschen in sozialen Netzwerken und deutet darin enthaltene Bilder, die in Portalästhetik aufgenommen sind, als eine Praxis der Selbstdarstellung. Hier wurde jedoch der Begriff der Selfie-Perspektive gewählt, da dieser näher an der Alltagssprache und damit an den typischen Verwendungszusammenhängen solcher Bilder ist.

³⁰ Mithilfe eines Greenscreens können in der klassischen Filmtechnologie Personen und Objekte in einer (fiktiven) Umgebung gezeigt werden, in der sie üblicherweise nicht anzutreffen sind oder die nur durch großen organisatorischen und finanziellen Aufwand für Dreharbeiten zugänglich wäre. Zwei einzelne Videoaufnahmen oder Bilder werden dabei zu einem Ganzen verbunden. Diese Art der Videobearbeitung wird von TikTok ohne großen Vorbereitungsaufwand umsetzbar gemacht, allerdings um den Preis, dass der Effekt nicht unbedingt der im Spielfilm gängigen Konvention des möglichst unauffälligen Verschweißens der beiden Teile entspricht.

außeralltägliche Wirkung, denn hier wird keine situative Kohärenz hergestellt, sondern verschiedene Bild-, und damit auch Informationsebenen zusammengetragen. Auch auf der Tonebene werden zwei Elemente kombiniert; die lebendige Stimme der Protagonistin ist durch elektronische Musik unterlegt, die zwar nur leise zu hören ist, aber durch ihr schnelles Tempo und die stark bearbeitete Gesangstimme zur energischen Wirkung des Videos beiträgt.

Die Protagonistin spricht das Publikum in diesem Video auch visuell direkt an, sie ist während des Sprechens zu sehen und befindet sich dabei recht nah an der Kamera (**Selfie-Ästhetik**). Auf der sprachlichen Ebene verwendet sie neben dem „you“ auch einmal ein „we“ um eine angenommene geteilte Erfahrung zwischen sich selbst und den Zuschauer:innen zu beschreiben: „**we** have four [phases of the cycle] by the way“ (Herv. MK). Gleichzeitig verweisen zwei Stellen im Video im Besonderen auf ihre Position als Gestalterin des Videos und damit auf die asymmetrische Natur der Kommunikationssituation. Erstens ist die eingeblendete Aufnahme der Protagonistin im Hauptteil des Videos, in dem die Infografiken im Zentrum stehen, im Vergleich zum Beginn deutlich verkleinert. Bei dem ersten Übergang von der großen zur kleinen Aufnahme kommentiert die Protagonistin: „I made myself super small so you can see the types of food you’re supposed to eat during your menstrual cycle“. Damit signalisiert sie, dass sie neben der inhaltlichen Ausrichtung auch die visuelle Gestaltung des Videos bestimmt und spricht das Publikum gleichzeitig auf eine leicht humorvolle Art und Weise ‘auf Augenhöhe’ an. Zweitens leitet sie das Publikum an mehreren Stellen dahingehend an, wie die vermittelten Informationen (intermedial) zu verwenden sind - die Zuschauer:innen sollen einen Screenshot (Bildschirmaufnahme) der angezeigten Ernährungstipps machen, um die Information für einen späteren Zugriff verfügbar zu haben, außerdem seien die Infografiken auch auf dem Instagram-Account der Protagonistin zu finden, wo sie als Standbilder veröffentlicht wurden.

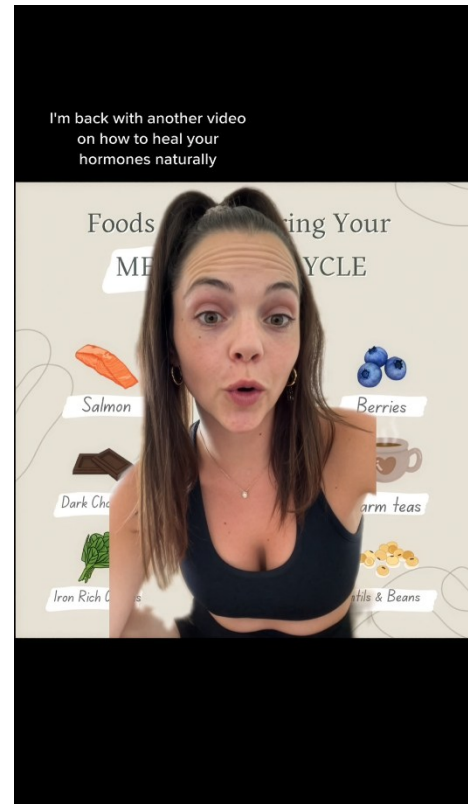


Abbildung 7: Selfie-Perspektive; Still aus Video 2, Einstellung 1 [Min. 0:01]

Video 3 (Schminken)

Im dritten Video filmt sich die Protagonistin beim Schminken (**Selfie-Perspektive**) und spricht dabei, ähnlich wie in Video 2 (Infografik) in die Kamera. Diese Einstellung in der Halbnahen und aus Frontalperspektive zieht sich durch das ganze Video. Auf den ersten Blick wirkt es so, als würde sie während des Redens und Schminkens in einen Spiegel schauen, der in Höhe der Kamera angebracht ist, tatsächlich schaut sie jedoch immer wieder zur Seite (siehe Abb. 8), wenn sie nicht gerade in die Kamera blickt. Im rechten unteren Bildrand ist außerdem ein angeschnittener Teil eines Möbelstückes zu sehen, vermutlich eben jener Spiegel. Daraus ergibt sich vermutlich folgendes Setup (Abb. 9):



Abbildung 8: Blick in den Spiegel; Still aus Video 3, Einstellung 3 [Min. 0:21]

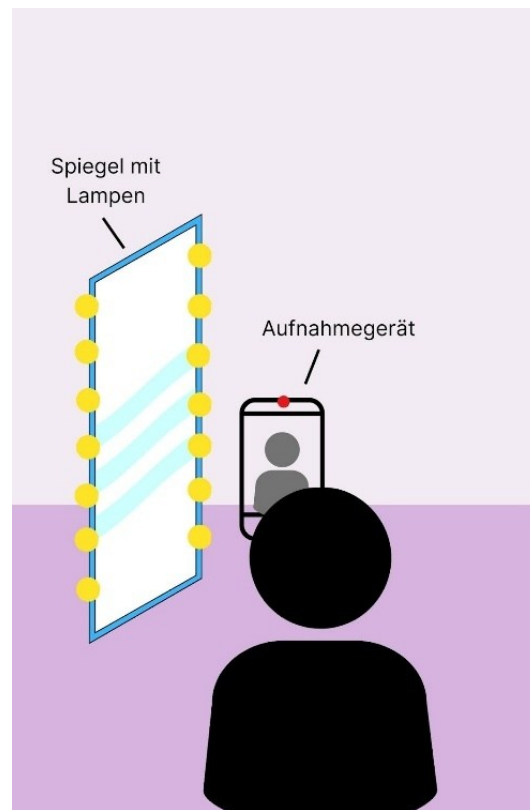


Abbildung 9: Rekonstruiertes Aufnahmesetup in Video 3; eigene Darstellung

So kann die Protagonistin eine vermeintlich natürliche Gesprächshaltung einnehmen und für die Kamera sichtbar gestikulieren, sich jedoch gleichzeitig zwischendurch im Spiegel betrachten sowie auf Schminkutensilien aus einer ausziehbaren Schublade zugreifen. Durch diese direkte und auch in ihrem sprachlichen Stil alltagsnahe Ansprache des Publikums wird ein Gespräch simuliert, das durch die begleitende Schminkhandlung im privaten Raum zu verorten ist, einen gewissen Grad an Intimität suggeriert, und in ähnlicher Form zwischen Freund:innen,

Geschwistern oder Partner:innen stattfinden könnte. Gleichzeitig gibt es in der Blickbeziehung zwischen Protagonistin und Zuschauer:innen mit dem Spiegel einen ‚Dritten‘, die Aufmerksamkeit der Protagonistin gilt also nicht ungebrochen dem Publikum. Auch in diesem Video werden durch die „we“-Form konkrete Erfahrungen während des Menstruierens als eine Gemeinsamkeit postuliert, die zwischen der Protagonistin und den Zuschauer:innen besteht, z.B. wenn sie sagt „Menstruation - think **we’re** all pretty familiar with - it’s when you’re bleeding, you have cramps, you feel like shit, you’re tired - we get it“ (Herv. MK). Das Video ist als einziges nicht mit Musik unterlegt, wodurch die Tonaufnahme mit ausschließlich der Stimme der Protagonistin umso mehr nach einer natürlichen Gesprächssituation klingt.

Video 4 (Schreiben)

Im vierten Video wird ähnlich wie in Video 1 (Essen) eine **POV-Perspektive** eingesetzt. Auch hier wird die Handlung - das Beschriften des Blattes - aus einer kleinen Entfernung und in Aufsicht gefilmt und es sind nur die Hände der Protagonistin sichtbar. Eine ungebrochene Immersion in den Prozess des Beschriftens findet jedoch nicht statt, da das Video erstens in Zeitraffer und durch Schnitte beschleunigt abläuft und zweitens zu Beginn und am Ende des Videos das Blatt von der Protagonistin in das Bild bzw. aus dem Bild bewegt wird (siehe Abb. 10). Dadurch wird die fixierte Position der Kamera und folglich der inszenierte Charakter der Szene deutlich. Auch hier wird das Geschehen durch eine Stimme aus dem Off begleitet, zu der, anders als in den anderen Videos, kein Gesicht zugeordnet werden kann. Die beschwingte Stimme der Protagonistin wird durch hoffnungsvolle Klaviermusik begleitet, die an Musik aus Werbeclips erinnert.

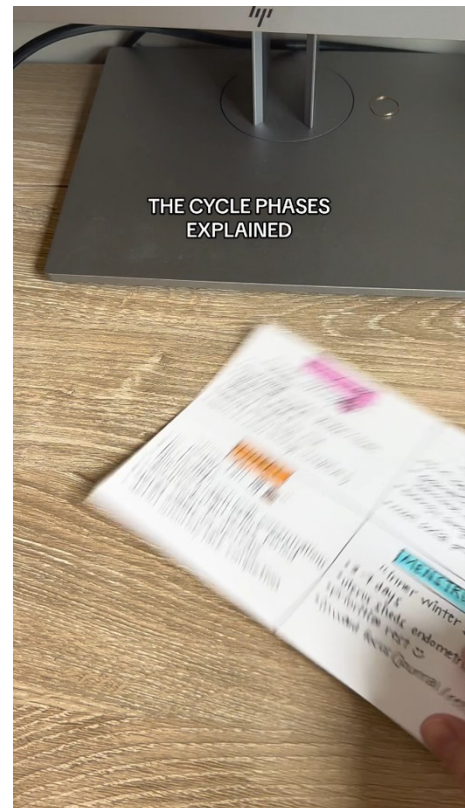


Abbildung 10: Drehung zu Beginn; Still aus Video 4, Einstellung 1 [Min. 0:00]

Auf der Textebene wird auch hier einmal, gleich zu Beginn, die „**we**“-Form eingesetzt, um eine Einladung an die Zuschauer:innen auszusprechen, gemeinsam mit der Protagonistin durch den Inhalt zu gehen: „So we’re gonna walk through how I taught myself about these phases in a way

that really helped me understand this method". Auch hier wird sprachlich ein gemeinsamer Gesprächsraum imaginiert, der jedoch (ähnlich wie in Video 2 - Infografik) durch eine asymmetrische Beziehung gekennzeichnet ist. Die Inhalte sowie die Reihenfolge, in der sie besprochen werden usw. werden durch die Creatorin festgelegt.

Die Beziehung zum Publikum wird also durch unterschiedliche gestalterische Mittel (POV-Perspektive, Selfie-Perspektive, Ansprache mit „you“ und „we“) hergestellt, wodurch je nach Video unterschiedliche Grade an Nähe bzw. Distanz hergestellt werden.

7.2.4. Charakterisierung der Protagonistinnen

Nachdem im vorangegangenen Abschnitt beschrieben wurde, wie in den Videos durch gestalterische Mittel eine Beziehung zum Publikum hergestellt wird, soll nun auf die Eigenschaften der Protagonistinnen als Hauptfiguren und potenziell alleinigen Produzentinnen der Videos (siehe Kapitel 3.4. zu den Produktionsstrukturen auf TikTok) eingegangen werden. Als alleinige ‚Verantwortliche‘, die in den Videos zu sehen sind, wird die Gesamtgestaltung mit ihnen in Verbindung gebracht. Im Folgenden soll deshalb der Grad an Professionalität in der Gestaltung der Videos im Zusammenspiel aller Ebene (Ton, Bild und vor allem Bearbeitung und Schnitt) dargestellt werden. Ebenfalls relevant für die Präsentation der Protagonistinnen sind jene Informationen, welche sie auf der Bild- und Textebene über sich preisgeben.

Video 1 (Essen)

Die ästhetisch ansprechende Gestaltung des ersten Videos mit durchdachten Bildkompositionen, heller Belichtung und einer großen Anzahl verschiedener Clips sowie die Tatsache, dass die Protagonistin auf andere, bereits vorhandene Videos auf ihrem Account verweist, deuten auf einen hohen Grad an Professionalität im Betreiben des Profils hin. Die Expertise der Protagonistin scheint - folgt man der visuellen Ebene - auf das Zubereiten von Gerichten konzentriert zu sein.

Die Protagonistin gibt außer ihrem Namen nicht viele Informationen über sich preis - die Zuschauer:innen erfahren auf der Textebene nur, dass sie seit sieben Jahren Cycle Syncing betreibt. Visuell werden hingegen mehr Eindrücke von ihrer Person verfügbar gemacht, da es einige Szenen gibt, in denen ihre Wohnung und ihr Körper zu sehen sind. Wann immer sie sichtbar ist, interagiert sie über Blicke und Bewegungen direkt mit der Kamera. Es ergibt sich der Eindruck einer Person, die ihren Alltag bewusst und gerne mit dem Publikum teilt.

Video 2 (Infografik)

Im zweiten Video erfahren präsentiert die Protagonistin kurz angebunden die vorgestellten Informationen und leitet die Zuschauer:innen durch das Video, wirkt aber ansonsten sehr zurückgenommen – hier werden keine persönlichen Informationen oder Erfahrungen geteilt.

Ihre Kompetenz weist die Protagonistin dadurch aus, dass sie das vorliegende Video als nur eines in einer Reihe von Veröffentlichungen kennzeichnet. Zu Beginn des Videos sagt sie selbstbewusst: „I’m back with another video on how to heal your hormones naturally“. Diese Positionierung als versierte Produzentin und/oder Protagonistin von Videos steht in gewissem Widerspruch zu den teilweise nachlässig gestalteten Elementen des Videos wie der nicht ganz passgenau eingeblendeten Greenscreen-Aufnahme im letzten Teil des Videos (Abb. 11) und einem schief platzierten Schriftzug in einer der Infografiken (Abb. 12).

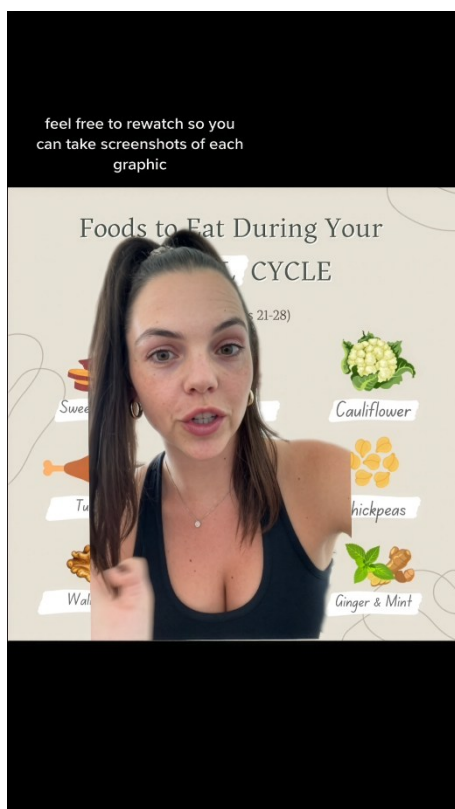


Abbildung 11: Spalt zwischen Einblendung der Protagonistin und dem Bildrand; Still aus Video 2, Einstellung 9 [Min. 0:39]



Abbildung 12: Verschobene Beschriftung, Detail eines Stills aus Video 2, Einstellung 5 [Min. 0:19]

Diese Ungenauigkeiten in der technischen Umsetzung des Videokonzepts können als fehlende Professionalität, aber auch als Anzeichen einer 'Massenproduktion' von Videos und somit als eine andere Form der medialen Autorität interpretiert werden.

Video 3 (Schminken)

Das Video ist zwar simpel aufgebaut und prinzipiell ohne großen Aufwand umsetzbar, durch das selbstbewusste Auftreten der Protagonistin und die Wahl des Formats, in dem sie sich parallel schminkt ("Get ready with me", vgl. Evans & Riley, 2023, 88), ist jedoch von einer relativ professionalisierten Produktion auszugehen - zumindest zitiert sie durch diese Form einen beliebten Trend in der Gestaltung von Kurzvideos und folgt damit der Popularitätslogik der Plattform.

Im Laufe des Videos teilt sie ihre persönlichen Erfahrungen mit der vorgestellten Methode ausführlich mit, während sie die Merkmale jeder Zyklusphase aufzählt. Dabei steht vor allem im Vordergrund, wie es ihr in Bezug auf ihre psychische Gesundheit in der lutealen Phase geht. Durch diese Selbstoffenbarung bekommen die vermittelten Informationen zum Menstruationszyklus sowie die praktischen Tipps zum Umgang damit einen auffällig persönlichen Charakter.

Video 4 (Schreiben)

Weil die Gestaltung des vierten Videos mit klassischen Regeln der Videogestaltung bricht (eher dunkle Belichtung, willkürlich scheinender Bildausschnitt) wirkt es insgesamt eher laienhaft. In seiner simplen Form (bis auf eine einfache Überschrift zu Beginn keine Einblendung von Text oder Symbolen, nur klassische harte Schnitte zwischen den eingefügten Clips) erinnert es an YouTube-Videos der ersten Stunde.

Die Protagonistin ist als einzige nur über ihre schreibenden Hände sichtbar und es werden so gut wie keine persönlichen Informationen über sie vermittelt, von ihrer Reflexion zu ihrem eigenen Lernprozess in Bezug auf Cycle Syncing abgesehen. Gleich zu Beginn betont sie den Neuigkeitswert des mit Cycle Syncing in Verbindung stehenden Wissens, was einerseits das Interesse des Publikums bindet und andererseits eine Selbstoffenbarung über ihren Lernprozess beinhaltet: „When I started cycle syncing, I felt like I had to go back to school and learn everything I never learned about“.

Insgesamt sind die Videos also vor allem auf der (audio)visuellen Ebene unterschiedlich aufwändig gestaltet. Professionalität wird am ehesten durch die Positionierung als erfahrene Content Creatorin inszeniert, die keine Vorstellung nötig hat. Die Protagonistinnen treten allesamt als selbstbewusste Sprecherinnen auf, wenngleich sie in unterschiedlichem Maße sichtbar sind. In den Videos 1 (Essen) und 3 (Schminken) wird den Zuschauer:innen visuell ein Einblick in den Alltag der Protagonistinnen geboten. In Video 2 (Infografik) und 4 (Schreiben) liegt der Fokus stärker auf der Vermittlung von unpersönlichen Informationen, doch auch hier bestimmt eine lockere Haltung die Präsentation der Protagonistinnen.

7.2.5. Angesprochene Zielgruppe

In diesem Kapitel wird beschrieben, welche Zielgruppe in den Videos angesprochen wird - zwar gibt es auf öffentlichen Profilen theoretisch keine Einschränkung des potenziellen Publikums, doch um ihre Beiträge in Inhalt und Stil zu formen orientieren sich Content Creator:innen an einer „imagined audience“ (Marwick & boyd, 2011, 115). Diese soll hier in Grundzügen rekonstruiert werden. Im Allgemeinen fällt auf, dass in den Videos (bis auf zwei eher unscheinbare Ausnahmen im ersten Video) nur (cis-)Frauen zu sehen und hören sind. Auf der Textebene werden nur Frauen adressiert, so dass ein exklusiv-weiblicher Raum zwischen Protagonistinnen und angesprochenem Publikum entsteht.

Video 1 (Essen)

Im ersten Video behauptet die Protagonistin, dass „this method is designed especially for women“. Dass diese Adressierung expliziert wird, verweist vermutlich auf eine Kritik an der Wahrnehmung, dass sonstige Inhalte aus dem Fitness-Bereich einen universellen Anspruch behaupten und dabei Frauen* ausschließen und/oder auf ‘männliche Körper’ ausgerichtet sind.

Video 3 (Schminken)

In Video 3 wird gleich im ersten Satz eine noch genauere Zielgruppe definiert: „If you’re a woman and you [have] a period, you need to be cycle syncing and you need to watch this video“. An anderer Stelle werden ‘männliche Körper’ als Gegenbild zum ‘weiblichen Körper’ herangezogen und mitunter als Konkurrenz inszeniert, wenn es um den Anstieg des Testosteronspiegels in der Ovulationsphase geht: „You have the most testosterone in this phase, which men have all the time and it’s super annoying that we only get it for like two weeks and still not even as much as them, but whatever.“ Hier wird die Gegenüberstellung von zwei klar unterscheidbaren Geschlechtern mitsamt der ihnen inhärenten biologischen Merkmale re-inszeniert.

Video 2 (Infografik) und Video 4 (Schreiben)

Im zweiten und vierten Video wird keine explizite Adressat:innengruppe angesprochen, aber durch die Wahl des Themas und die selbstverständliche Beschreibung von körperlichen Prozessen während des Menstruationszyklus wird ein Publikum vorausgesetzt, für welches die Informationen relevant sind.

Im Allgemeinen wird von allen vier Protagonistinnen ein menstruierendes Publikum angesprochen, für das die vermittelten Informationen relevant sein könnten. Der Zyklus, seine Phasen, die daran beteiligten Hormone und dadurch ausgelöste körperliche Empfindungen werden je nach Video mehr oder weniger ausführlich beschrieben (vgl. Kapitel 7.2.1. „vermitteltes Körperwissen“), aber in allen Fällen als Tatsache markiert und als relevant für alle Zuschauer:innen angenommen. Wird von körperlichen Erfahrungen gesprochen, werden sie stets entweder direkt an die Zuschauer:innen attribuiert („When you’re in your luteal phase your hormones are changing so much and you tend to question things“, Video 3 - Schminken) oder als mit der Protagonistin geteilte Erfahrung beschrieben („The ovulatory phase follows directly after and this is where **our** hormones really start to ramp up and energy begins to surge“, Video 4 - Schreiben, Herv. MK). Es ist also davon auszugehen, dass das imaginierte Publikum ein weibliches, menstruierendes ist, das die Erfahrungen körperlicher Beschwerden im Zusammenhang mit dem Zyklus teilt. Diese Voraussetzungen bilden den stillschweigenden Rahmen der Videos.

Nachdem in diesem Kapitel ein vordergründig deskriptiver Einblick in die grundlegenden Merkmale der Videos gegeben wurde, sollen nun die Strukturelemente vorgestellt werden, welche anhand der extensiven Interpretation von besonders eingängigen Szenen aus den Videos entwickelt wurden.

7.3. Strukturelemente

Um den Prozess der Auswertung nachvollziehbar zu machen, wird für jedes der folgenden Strukturelemente eine Szene als idealtypisches Beispiel herangezogen, die einer Feinanalyse unterzogen wurde. Durch eine kurze Beschreibung der jeweiligen Szene und deren Interpretation soll nachgezeichnet werden, anhand welchen Materials die jeweiligen Strukturelemente entwickelt wurden. Sie gelten als bedeutend für das gesamte Material, da sie charakteristische Elemente der Darstellung von Cycle Syncing auf TikTok beschreiben, die sich in jedem Video unterscheiden können.

7.3.1. Konstruktion von Dringlichkeit des Wissens

In allen Videos wird das vermittelte Wissen durch gestalterische Mittel in seiner Bedeutung und Dringlichkeit betont. Auffällig ist eine allgemeine Tendenz zur Beschleunigung, etwa durch den Einsatz schneller, teilweise fast unmerklicher Schnitte (Videos 1 - Essen & 3 - Schminken), sowie den Einsatz von Zeitraffern (Videos 1 & Essen & 4 - Schreiben). Diese Beschleunigung ermöglicht einerseits, mehr Informationen in kürzerer Zeit zu vermitteln, und erzeugt andererseits einen dynamischen Eindruck. Auch durch die Verwendung emotionaler, verstärkender Sprache auf der Textebene sowie Engagement und emotionale Involviertheit signalisierende Mimik und Gestik wird die Wichtigkeit von Cycle Syncing und der Neuigkeitswert der Videos betont.

Im vierten Video (Schreiben) wird idealtypisch eine Strategie verwendet, um das dargebotene Wissen als neuartig und 'lernenswert' zu markieren. Wie bereits gezeigt wurde, wird hier eine Gleichsetzung des präsentierten Inhaltes mit formalisiertem Schulwissen vorgenommen, das Wissen über Cycle Syncing somit als anzustrebendes 'Allgemeinwissen' inszeniert und somit mit Bedeutung versehen. Demnach wird das mit Cycle Syncing in Verbindung stehende Körperwissen als ein 'verdrängter Wissensbestand' konstruiert, der eigentlich schon allgemein bekannt sein sollte. In den Szenen 1 (Anfang) und 8 (Ende) werden Inszenierungsformen, die aus klassischen Langformat-Lernvideos (etwa für den Schulunterricht) bekannt sind, eingesetzt, um die vermittelten Informationen unterhaltsamer wirken zu lassen: Zu Beginn und am Ende des Videos wird das Blatt Papier, das im Verlauf des Videos beschrieben wird, mit einer Drehung in das Bild hinein- und wieder hinausbewegt. Diese Bewegung, die an das Auf-die-Bühne-treten von Schauspielenden im Theater oder an eine besonders eindrückliche Tanzfigur mit Drehung erinnert, rahmt den an Informationen dichteren Hauptteil des Geschehens und markiert ihn als eine sehenswerte Darbietung. In beiden Szenen wird dafür die bereits vollständig beschriebene und farblich gestaltete Version des Schaubilds verwendet, wodurch zu Beginn bereits auf das Ende des Videos vorgegriffen wird. In der ersten Szene des Videos wird das Blatt vom rechten Bildrand her von einer Hand entgegen dem Uhrzeigersinn auf den Tisch bewegt. In der letzten Szene des Videos wird das Blatt zunächst in einem Close-Up in der Luft hin- und her-geneigt, dann wieder auf dem Tisch abgelegt und von zwei Händen im Uhrzeigersinn nach rechts aus dem Bild bewegt (Abb. 13-15).

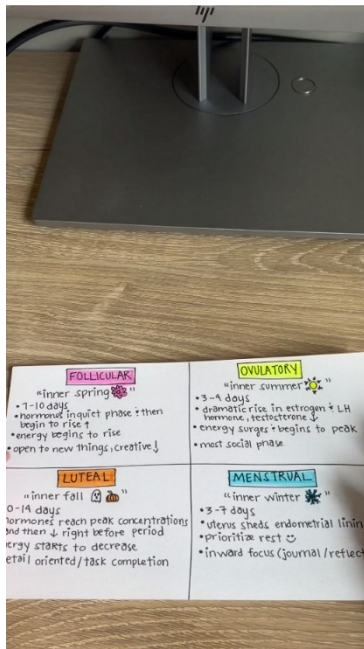


Abbildung 13: Stadium A der Drehung am Ende; Still aus Video 4, Einstellung 27 [Min. 1:19]

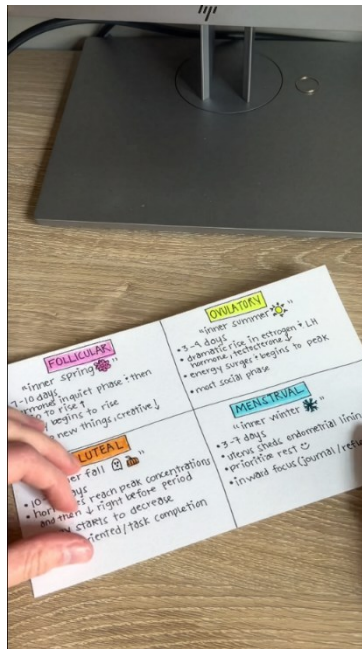


Abbildung 14: Stadium B der Drehung am Ende; Still aus Video 4, Einstellung 27 [Min. 1:20]



Abbildung 15: Stadium C der Drehung am Ende; Still aus Video 4, Einstellung 27 [Min. 1:20]

Das zentrale Element des Videos, das im Laufe des Videos bearbeitete Blatt Papier, wird in dieser letzten Szene schnell und 'effektiv' aus dem Bild bewegt. Durch diese Bewegung und die kontrastreiche Farbgebung (schwarze Schrift und bunte Farbakzente auf weißem Papier) hebt es sich vom neutralen Hintergrund (helles Holz und matt-silberner Computerbildschirmfuß) ab. Die Wahl dieses praktischen Effekts mag aus der Perspektive von Personen, deren Sehgewohnheiten durch regelmäßigen Konsum von Inhalten auf sozialen Netzwerken oder eine klassische ästhetische Ausbildung geprägt sind, nicht sehr gelungen sein. Die mit großer Wahrscheinlichkeit intendierte Wirkung dieses gestalterischen Mittels ist trotzdem, das sonst eher unscheinbare Setting des Videos lebendiger zu gestalten und die Wichtigkeit der vermittelten Informationen, die sich auf dem Blatt Papier befinden, auch auf visueller Ebene deutlich zu machen. Zusätzlich wird durch die Drehbewegung eine Komponente des Spaßes in die Szene eingebracht, die Informationen werden für kurze Zeit 'auf den Kopf gestellt'.

Das dargebrachte Wissen ist also kein neutrales Faktenwissen, sondern wird durch die Beteuerung seiner alltagspraktischen Relevanz und unterschiedliche gestalterische Mittel, die auf Beschleunigung und Unterhaltung abzielen, mit einem Neuigkeitswert versehen. So sollen die analysierten Videos die Aufmerksamkeit des Publikums auf sich ziehen.

7.3.2. Mädchenhafte Ästhetik

Ein weiteres Strukturelement bezieht sich auf eine bestimmte Ästhetik, die in den Videos auffällt und mit einer verspielten, kindlichen Art von Weiblichkeit in Verbindung gebracht werden kann. Diese Mädchenhaftigkeit wird über Symbole vermittelt, die an verschiedenen Stellen vorkommen, etwa Blumen, Herzen, 'niedliche' Emojis, die als Akzent verwendete Farbe Pink und der flächige Einsatz weicher Farben wie beige.

Besonders markant ist diese Ästhetik im dritten Video ersichtlich. Zunächst fällt das pinke Herzchen am Ende des als Überschrift zu verstehenden mittig platzierten Schriftzugs, der über das gesamte Video hinweg eingeblendet ist, auf. Die Verwendung des Emojis erweitert den Text „how cycle syncing changed my mental health“ um eine affektive Komponente. Die vermittelte Botschaft des Videos wird dadurch als freundliches Hilfsangebot an die Zuschauer:innen markiert oder alternativ als ein Ausdruck der Dankbarkeit für die Veränderungen, die Cycle Syncing in das Leben der Protagonistin gebracht hat. Auch lässt sich vermuten, dass durch das Herzchen das grundsätzlich mit Problemen assoziierte Thema „mental health“ (psychische Gesundheit) durch das Hinzufügen eines positiven Symbols in seiner Wirkung abgeschwächt werden soll.

Das pinke Herz in der Überschrift greift des Weiteren das Pink des Haarbandes auf dem Kopf der Protagonistin auf und deutet somit auf eine gewissenhafte Gestaltung des Videos hin, da hier eine harmonische Farbgebung gewählt wurde; weiß dominiert den Hintergrund und neben den 'neutralen' Farben der hellen Haut und schwarzen Kleidung der Protagonistin ist Pink die einzige (Akzent-)Farbe. Pink ist eine klassischerweise weiblich konnotierte Farbe, wobei sie insbesondere für Leichtigkeit, Jugend und Kindheit, aber auch Sexualität steht. Auch die Form und das Material des Haarbandes, das durch eine Schleife verziert ist und von einem Plüschstoff bedeckt ist, steht für eine traditionelle, aber verspielte Weiblichkeit; für Mädchenhaftigkeit.

In Szene 5 (Einstellung 9) spricht die so eingekleidete Protagonistin über die 'luteale Phase' des Menstruationszyklus, in der sie schwerwiegende emotionale Beeinträchtigungen und wiederkehrende Selbstzweifel verortet. Das Thema dieses Abschnitts spiegelt sich in der unsicheren Körperhaltung der Protagonistin wider, die sich durch ein Verschränken ihrer Arme kleiner macht sowie eine schützende Distanz zum imaginierten Gegenüber aufbaut (Abb. 16).

Gerade weil diese Bewegung der Protagonistin nur einen kurzen Augenblick einnimmt, während sie sonst mit der Schminkhandlung beschäftigt ist, ausschweifend gestikuliert oder in entspannter Sitzposition direkt in die Kamera spricht, verdient sie näherer Betrachtung. Durch die schützende Haltung nimmt die Protagonistin weniger Raum im Bild ein als durch die selbstbewusste Haltung im Rest des Videos. Diese Pose ist in ihrer Ambivalenz bezeichnend: einerseits erinnert sie an die Haltung eines Kindes, das sich schämt oder unsicher ist, andererseits kann sie auch als kokette Pose interpretiert werden. Dass die Protagonistin beide Hände auf ihrer linken Schulter ablegt, kann als eine sensuelle Berührung, aber eben auch als Selbstschutz verstanden werden. Im Vergleich zu anderen Gesten der Scham (Augen mit den Händen verdecken, Blick nach unten richten, etc.) ist diese Geste jedoch weitaus verspielter und verweist auf eine immer noch bestehende Kontrolle der kommunikativen Situation.

Es entsteht der Eindruck, das Aufgreifen einer mädchenhaften Ästhetik würde als ein Element verwendet, das immer wieder auftaucht und bestimmte Assoziationen erzeugt, die mitunter eine Identifikation vonseiten der Zuschauer:innen über die geteilte Erfahrung des Mädchen-Seins möglich machen und gleichzeitig zum Unterhaltungswert der Videos beitragen.

7.3.3. Geometrische und symmetrische Ordnung organischer Formen

Ein weiteres Strukturelement bezieht sich auf das Zusammenspiel verschiedener Formen in den Videos: stets werden organische, d.h. abgerundete, unregelmäßige Formen in eine (annähernd)

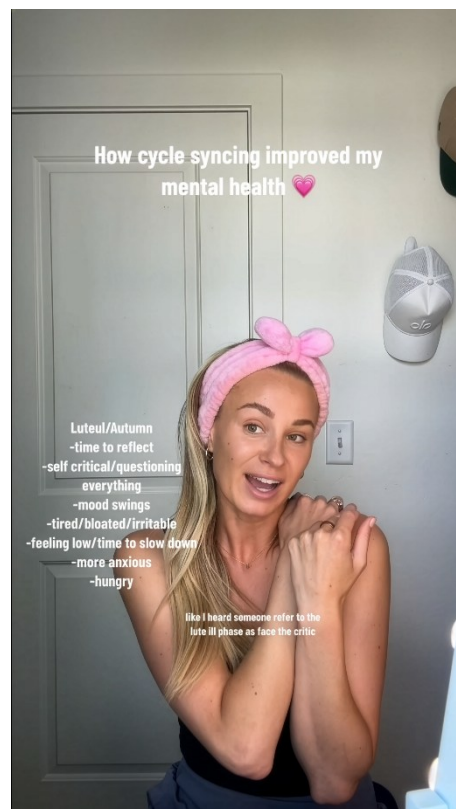


Abbildung 16: Unsichere Haltung der Protagonistin; Still aus Video 3, Einstellung 9 [Min. 2:03]

geometrische Form oder symmetrische Formation gebracht. Diese Kombination erzeugt eine lebendige, aber doch geordnete Wirkung.

Die zwei ersten Szenen aus Video 1 (Essen) sollen dafür als idealtypisches Beispiel herangezogen werden, bei dem die verschiedenen unregelmäßigen Formen, Texturen und Farben der gefilmten Lebensmittel bzw. Gerichte durch ihre Anrichtung in geometrisch rund geformtem Küchengeschirr und darüber hinaus durch den jeweils gewählten Bildausschnitt und die Kameraperspektive in eine geordnete Form gebracht werden.

In der ersten Szene (siehe Abb. 17) wird ein Dessert fertiggestellt, das in einer Glastasse auf einer weißen Marmorplatte steht. Das Dessert besteht aus drei Schichten, die einen starken farblichen Kontrast aufweisen: einer hellweißen Schicht am Boden des Glases, einer roten Beeren-Schicht und einer weiteren gelblich-weißen Schicht, die in der Szene von oben auf das Dessert gegossen wird. Die Tasse, in der das Dessert serviert wird, ist aus durchsichtigem, gerippten Glas und offenbart somit den Blick auf ihren Inhalt, verzerrt diesen aber durch die Struktur der Außenkante etwas. Die Perspektive von schräg oben ist so gewählt, dass der in Schichten geordnete Inhalt der Tasse gut zu sehen ist - sowohl von oben als auch von der Seite - und das Dessert den klaren Mittelpunkt der Aufnahme bildet. Außerdem rahmt die Tasse durch ihre fast perfekt runde Form - durch die leichte Schrägsicht wirkt sie minimal ovalförmig und auf der linken Seite hat sie einen Henkel - das 'fließende' Geschehen in ihrem Inneren. Obwohl hier ein (im Alltag oftmals unordentlicher) Kochschritt dargestellt wird, ist auch der durchsichtige Rand der Tasse sauber, es sind keine Spritzer zu sehen. Dadurch wirkt das Fließen der Soße außeralltäglich ordentlich.



Abbildung 17: Geometrische Ordnung der Bildfläche; Still aus Video 1, Einstellung 1 [Min. 0:00]

Auch in der zweiten Szene des ersten Videos wird ein Gericht in den letzten Schritten der Zubereitung gezeigt (Abb. 18). In dieser Szene wird ein belegtes Brot zubereitet. Das Bild kann in drei Bereiche unterteilt werden: In der unteren Hälfte des Bildes ist ein weißer Teller zu sehen, auf dem mittig zwei Brotscheiben liegen. Diese werden von zwei Händen mithilfe eines kleinen Löffels mit einer weißen, halbfesten Substanz bestrichen. Über dem Teller ist auf einem hellen Marmor-Untergrund, der jenem aus der ersten Szene ähnelt, ein rechteckiges Holzbrett zu sehen, welches das Bild waagerecht, leicht schräg, durchquert. Auf diesem Holzbrett befinden sich vier Zutaten, die für das Brot gedacht zu sein scheinen: von links nach rechts steht dort eine kleine Glasschale, in der sich eine gelbliche Flüssigkeit befindet (vermutlich Olivenöl oder Honig), mehrere Stücke einer orangeroten Frucht (vermutlich kleingeschnittene Zitrusfrüchte oder anderes Obst), einen kleinen Haufen dunkelroter Gemüsestücke (vermutlich Rote Beete) und ein kleines Bündel Schnittlauch. Diese vier ausgelegten Objekte³¹ legen durch ihre Anordnung eine Reihenfolge des Belegens nahe, wobei auch eine ästhetisch ansprechende Farbkontrastierung entsteht. Im oberen Drittel des Bildes ist zuletzt ein Stück der hellen Wand zu sehen und zwei auf der Platte stehende Objekte dienen der Dekoration des Raumes, der als Küche zu vermuten ist; links steht eine weiße Vase in Form eines als weiblich lesbaren Unterkörpers, in der einige Palmkätzchen und Zweige mit grünen Blättern stehen, und rechts ein Teelicht in einem mit Rillen versehenen Glas. Beide sind eher hell und harmonieren dadurch mit dem beige-grau-marmorierten Hintergrund. Obwohl die vorliegende Szene im Vergleich zur ersten deutlich unübersichtlicher ist und weniger 'Leerraum' bzw. Hintergrund beinhaltet, wirkt sie durch die Dreiteilung, das Holzbrett als unterstützende Linie ca. in der Mitte des Bildes sowie die Dominanz weißer bzw. heller Flächen trotzdem geordnet. Erneut lässt sich feststellen, dass das 'Chaos' organischer Formen, der unterschiedlichen Zutaten, die für das Brot



Abbildung 18: Geometrische Ordnung der Bildfläche II.; Still aus Video 1, Einstellung 2 [Min. 0:01]

³¹ Auch wenn es sich dabei vermutlich um einen Zufall handelt, fällt doch auf, dass die Anzahl der Zutaten der Anzahl der Phasen, in die der Zyklus unterteilt wird, entspricht.

verwendet werden sollen, durch geometrische Einpassungen in Kreis (Teller) und Viereck (Brettchen) geordnet wird.

Durch die Orientierung an geometrischen Formen und einem entlang symmetrischer Achsen geordneten Bildaufbau, der die Mittellinien betont (besonders in Video 2 - Infografik & Video 3 - Schminken), entsteht eine geordnete Version alltäglicher Handlungen, die Kontrolle ausstrahlt.

7.3.4. Weibliche Fürsorge und Selbstfürsorge

Als nächstes soll der Fokus auf das Thema (Selbst)Fürsorge gerichtet werden. Wie bereits festgestellt wurde, beschäftigen sich die Videos mit der Gesundheit und/oder dem Wohlbefinden von Frauen. Diese weibliche Zielgruppe wird auch audiovisuell abgebildet, es sind (fast) nur (cis-)Frauen, nämlich jeweils die Protagonistin eines Videos, zu sehen und zu hören. Auch wenn die Stimmen der Protagonistinnen aus dem Off kommen (Video 1 - Essen, Video 4 - Schreiben), sind sie eindeutig als weiblich zu erkennen, und auch die in Video 2 (Infografik) eingefügte Hintergrundmusik hat als weiblich 'lesbare' Vocals.

Die beiden Ausnahmen von diesem exklusiv-weiblichen Raum finden sich im ersten Video (Essen), wo an zwei Stellen andere Personen als junge Frauen zu sehen sind, nämlich ein erwachsener Mann und ein Kind. Die Szene, in der der Mann zu sehen ist, soll nun zur Anschauung herangezogen werden. In Szene 10 befindet sich die Protagonistin im Vordergrund, sie isst ein Püree aus einer Holzschüssel und zeigt einen Daumen nach oben in die Kamera (Abb. 19). Im Hintergrund, am Ende des langen weißen Tisches, vor dem sie sich befindet, steht ein Mann und schaut auf sein Handy. Von dem häuslichen Kontext zu schließen sowie durch seine fehlende Interaktion mit der Kamera, die ein gewisses Unbeteiligtsein demonstriert, lässt sich vermuten, dass es sich um den Partner oder ein Familienmitglied der Protagonistin handelt. Der sich offensichtlich mit der Protagonistin den Alltag teilende Mann löst sofort Assoziationen einer klassischen



Abbildung 19: Protagonistin isst mit Mann im Hintergrund; Still aus Video 1, Einstellung 44 [Min. 0:27]

Kernfamilie aus. (Diese Lesart wird dadurch gestützt, dass an anderer Stelle im selben Video kurz ein Kind zu sehen ist, das beim Dekorieren eines Auflaufs hilft - wenngleich dieses Kind nur kürzer als eine Sekunde zu sehen ist und damit in Normalgeschwindigkeit gerade noch so wahrnehmbar.) Es ließe sich deshalb vermuten, dass in dem gezeigten Haushalt eine traditionelle Rollenverteilung gelebt wird, nach der die Frau für das Kochen zuständig ist und der Mann mit seinem (Alleinverdiener-)Gehalt die Familie finanziell unterstützt. Doch die vorliegende Szene zeichnet ein anderes Bild: die Protagonistin ist sowohl durch die Komposition der Aufnahme und durch die Kameraposition in der zentralen Position des Bildes, als auch eindeutig der aktive Part der Szene. Sie schaut direkt in die Kamera und filmt sich beim Verzehr des Desserts. Der (Ehe?)Mann nimmt hingegen keine zentrale Rolle in dem dargestellten sozialen Gefüge ein, vielmehr verstärkt seine wie nebensächliche Anwesenheit noch den Eindruck, die Protagonistin würde sich hier vornehmlich um sich selber kümmern und für sich selbst kochen. Diese Szene ließe sich darüber hinaus auch so deuten, dass es der Protagonistin gelingt, eine Balance zwischen der Rolle der selbständigen, für sich sorgenden Frau und der Rolle der erfolgreichen Ehefrau und Familienmutter zu halten.

Weil die beschriebenen zwei Szenen in Video 1 (Essen) die einzigen sind, in denen andere Menschen vorkommen, lenken sie den Blick darauf, dass sonst immer die einzelne Frau für sich steht und darüber spricht, wie sie es sich gut gehen lassen bzw. für die eigene Gesundheit und das eigene Wohlbefinden sorgen kann. Diese Tatsache lässt Cycle Syncing als einen Akt der - selbstverständlichen - Selbstfürsorge erscheinen.

Gleichzeitig präsentieren die Protagonistinnen ihre Videos als eine freiwillig geleistete Hilfestellung für andere Frauen und als dringend notwendige Vermittlung eines relevanten Wissens (z.B. „if you're a woman [...] you need to watch this video!“ - Video 3 [Schminken]). Damit wird auch ein Akt der Fürsorge für andere Frauen inszeniert. Die Protagonistinnen richten sich in der Gestaltung der Videos nach den Interessen und Bedürfnissen ihres imaginierten weiblichen Publikums.

7.3.5. Privat-intimer Raum

Nun zu einem Strukturelement, das sich auf die Umgebung, in der gefilmt wird, bezieht. In der Gesamtschau der Videos fällt auf, dass sich die Protagonistinnen nur in Innenräumen aufhalten. Das dargestellte Universum ist auf den privaten, häuslichen Raum beschränkt: zu sehen sind eine Küche, ein Wohnzimmer, ein Bad, ein Flur oder Ankleideraum sowie ein Arbeitszimmer bzw. ein

Schreibtisch. Das gesellschaftliche Leben der dargestellten Frauen - Lohnarbeit, Erledigungen, Care-Verpflichtungen, Freund:innenschaften, Hobbys - scheint, zumindest visuell, ausgeklammert zu sein. Gleichzeitig wird durch die 'Einladung' in diesen privaten Raum auch eine gewisse Intimität hergestellt bzw. angeboten, die Protagonistinnen teilen einen Einblick in alltägliche Handlungen in ihrem Zuhause, wie Kochen oder Schminken, mit den Zuschauer:innen.

Als besonders prägnantes Beispiel für diese Beschränkung auf den privaten Raum soll die dritte Szene aus dem dritten Video herangezogen werden. In diesem Teil des Videos spricht die Protagonistin über die „follicular phase“, in der sie eine besonders energiegeladene Disposition und Abenteuerlust erlebt, während sie weiter ihre Augenbrauen schminkt (Abb. 20).

Auch das eingeblendete Textfeld, das in Stichpunkten eine Übersicht über die Phase gibt, verspricht unter anderem „most energy“. Nach der Beschreibung dieses positiv bewerteten Gesamtzustands kommt die Protagonistin auf die Aktivitäten zu sprechen, die sie in dieser Zyklusphase bevorzugt ausübt:

“the follicular phase is when I try to hit my hardest workouts. I would like to align like all my important work stuff in this week, like if I have to speak in front of people or give a presentation or do whatever, like that’s the week I wanna- those are the two weeks I wanna be doing it.” (3)

Auf der sprachlich-verbalen Ebene werden also Sporttrainings sowie Präsentationen bei der Arbeit als Aktivitäten genannt, deren Intensität an den Menstruationszyklus angepasst werden soll, beides Aktivitäten, die in den meisten Fällen außerhalb des eigenen Privatraums stattfinden. Auf der visuellen Ebene sehen wir diese erweiterte Lebenswelt der Protagonistin jedoch nicht, vielmehr ist gerade die Beschränkung des gezeigten Raumes auffällig. Die Protagonistin sitzt nah, schätzungsweise maximal einem Meter entfernt, vor einer weißen Wand. Die Tür, die hinter ihrem Körper zu sehen ist, ist verschlossen und es sind keine Fenster zu sehen. Der hier sichtbare Raum hat klare Grenzen und obwohl die Protagonistin über ihr berufliches Leben spricht, zeigt das Video



Abbildung 20: Protagonistin schminkt sich die Augenbrauen; Still aus Video 3, Einstellung 3 [Min. 0:30]

keinen Einblick darin, wie die Umsetzung der Cycle Syncing-Methode in dieser Sphäre funktioniert. Vielmehr entsteht durch den visuellen Fokus auf ihren Körper und dessen Verschönerung durch das Schminken der Eindruck, die Methode würde auf die Erfüllung des klassisch weiblichen Ideals von Häuslichkeit und sorgfältiger Pflege des eigenen Aussehens abzielen. Außerdem könnte die Protagonistin in dem engen, hellen Raum auch als von anderen Menschen isoliert verstanden werden, eine Lesart, die durch ihr selbstbewusstes Auftreten und die direkte Ansprache des Publikums abgeschwächt wird.

Die Protagonistinnen geben den Zuschauer:innen einen Einblick in ihren Alltag und sprechen zu ihnen als einer potentiellen Gemeinschaft, die in verschiedenen Privaträumen verstreut ist.

7.3.6. Soziale Dekontextualisierung

Versucht der:die interessierte Zuschauer:in, auf das soziale Milieu der Protagonistinnen der analysierten Videos zu schließen, sind einige (wenige) Hinweise auffindbar, einerseits durch die Kleidung und Selbstpräsentation der Frauen, andererseits durch die verwendeten Lebensmittel und ihre Präsentation sowie den physischen Raum im Hintergrund der Videos. Im Allgemeinen ist dieser eher spärlich eingerichtet und wird von hellen (weiß, beige) oder neutralen (braun, schwarz) Farben dominiert, was einen eher modernen Einrichtungsstil auszeichnet. Während in Video 1 (Essen) zahlreiche Marker darauf hinweisen, dass es sich um einen wohlhabenden Haushalt handelt (das Material und die Verarbeitung der Oberflächen in der Küche, der große Tisch im Wohnzimmer, das verwendete Geschirr usw.) und die Protagonistin mindestens als Angehörige der oberen Mittelschicht ausweist, ist eine Zuordnung zu einer sozialen Schicht durch die in den anderen Videos spärlicher sichtbaren Marker für ökonomisches und symbolisches Kapital schwieriger. Anhand der wenigen verfügbaren Marker zu urteilen, ist jedoch keine der Protagonistinnen der Unterschicht zuzuordnen.

Besonders schwierig ist ein Schließen auf die sozioökonomische Position der Protagonistin in Video 2. Hier wird der physische Raum, der Rückschlüsse auf verfügbare Ressourcen möglich machen würde, besonders eindeutig ausgeblendet. Im gesamten Video 'schwebt' die Protagonistin förmlich über der im Hintergrund eingeblendeten Infografik. In der ersten Szene (Abb. 21) stellt sie sich mit dem Satz „I'm back with another video" vor und dieses gerade angekündigte Video wird sogleich mit dem inhaltlichen Teil fortgeführt, es gibt keinen weiteren Kontext zu ihrer Person.

Auch das eingeblendete Video der sprechenden Protagonistin selbst, das nur den Torso und das Gesicht der Frau zeigt, ist auf einen kleinen Raum beschränkt. Ihre Gliedmaßen sind durch die Greenscreen-Technologie soweit abgeschnitten, dass der Rest ihrer Pose unklar bleibt und keinerlei Rückschluss auf die physische Umgebung möglich ist, in der dieser Kommentar zur Infografik gefilmt wurde. Links und rechts an den Armen und unten am Bauch ist die Videoeinblendung gerade abgeschnitten, die restlichen Kanten des Körpers (an den Haaren, an einer Seite des Oberkörpers, im Raum zwischen Gesicht, aufgestelltem Bein und stützender Hand) sind leicht verschwommen. Die Protagonistin ist also nicht in einer lebensweltlich bekannten Situation dargestellt, sondern steht in dieser Darstellung in direkter Verbindung zu der digital erstellten Grafik im Hintergrund. Durch die fehlende Verankerung an einem wahrnehmbaren Ort und Zeitpunkt wirkt sie wie eine 'objektive', u.U. allgemeingültige Instanz.

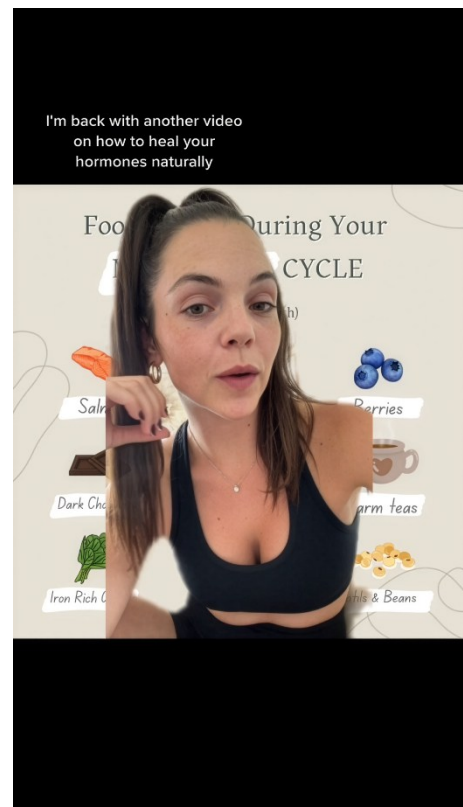


Abbildung 21: „I’m back with another video [...]“; Still aus Video 2, Einstellung 1 [Min. 0:00]

Auch die im Hintergrund wahrnehmbare beschwingte elektronische Musik trägt dazu bei, dass eine Verortung der eingeblendeten Person durch eventuelle Hintergrundgeräusche erschwert wird. Vielmehr ist sogleich klar, dass es sich nicht um eine authentische Aufnahme aus dem Alltag der Protagonistin, sondern um ein Format zur Vermittlung von Informationen handelt. Auch im weiteren Verlauf des Videos teilt die Protagonistin keine persönlichen Erfahrungen, sondern verbleibt auf der Ebene der Wissensvermittlung, die durch die Gestaltung der vier Infografiken als abgeschlossene, auch gestalterisch komponierte, Einheiten unterstützt wird. Durch die 'Abstinenz' der Protagonistin von persönlichen Einschüben wirken die Informationen in stärkerem Ausmaß objektiv und neutral.

Durch diese gänzlich fehlende (Video 2 - Infografik) oder nur implizite (Video 1 - Essen, 3 - Schminken, 4 - Schreiben) Verortung der Protagonistinnen in einer sozioökonomischen Position werden jedoch gleichzeitig auch die Voraussetzungen, die für die Umsetzung der von ihnen

präsentierten Verhaltenstipps notwendig sind, verschleiert. Die Lebensmittel, die in den Videos empfohlen werden (Videos 1 - Essen, 2 - Infografik), sind grundsätzlich nicht preiswert, außerdem wird von einer selbstständigen Zubereitung frischer Mahlzeiten ausgegangen, die in Bezug auf die notwendigen verfügbaren zeitlichen Ressourcen ebenfalls voraussetzungsreich ist. Auch die Möglichkeit, berufliche Verpflichtungen je nach eigenen Vorlieben zu planen (Video 3 - Schminken), verweist auf eine selbstständige Tätigkeit oder eine höhere Position in einem Unternehmen. Diese Voraussetzungen werden jedoch nicht thematisiert, es bleibt beispielsweise unklar, wer die schön angerichteten Gerichte in Video 1 (Essen) zubereitet, ob der kurz im Hintergrund aufscheinende Mann der finanzielle Alleinversorger der Familie ist oder ob die Protagonistin (neben potentiellen Monetarisierungsmöglichkeiten der TikTok-Videos) auch einer Lohnarbeit nachgeht. In den anderen Videos ist darüber hinaus (vor allem visuell) nicht nachzuvollziehen, ob die Protagonistinnen selbst die Mittel haben, die von ihnen präsentierten Ratschläge umzusetzen.

7.3.7. Typisierte Weiblichkeit

Stellt man Standbilder aus den drei Videos, in denen die Protagonistinnen samt Gesicht zu sehen sind (Videos 1 - Essen, 2 - Infografik & 3 - Schminken), nebeneinander, fällt auf, dass sie alle einem ähnlichen Typus entsprechen: Die Frauen, die hier zu sehen sind, sind *weiß*, haben keine sichtbaren Behinderungen, sind schlank, haben glatte Haut, symmetrische Gesichtszüge und lange Haare und tragen dezentes Makeup. Des Weiteren ist ihr Kleidungsstil eher unauffällig und verweist auf keine bestimmte Subkultur oder ähnliches; sie tragen keine Tattoos oder Piercings, nur dezenten, filigranen Schmuck (siehe Abb. 22-24).

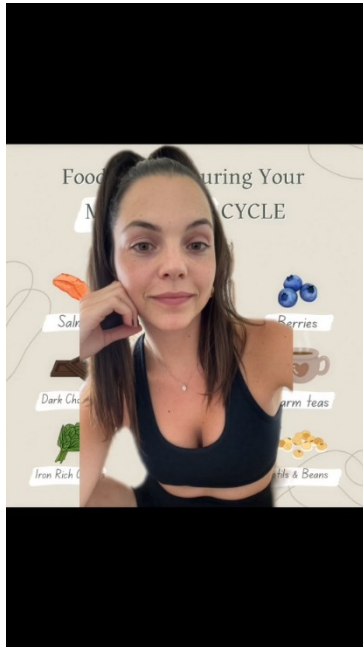


Abbildung 22: Typisierte Weiblichkeit A; Still aus Video 2, Einstellung 1 [Min. 0:00]

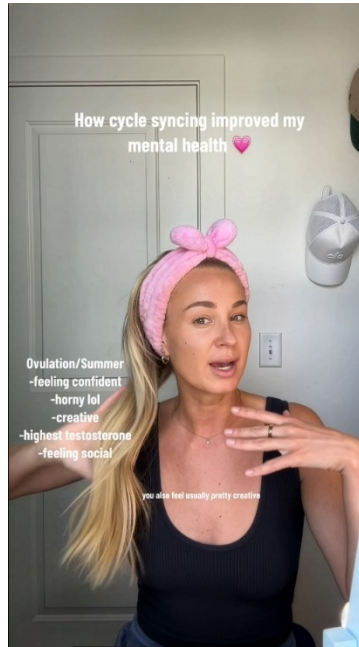


Abbildung 23: Typisierte Weiblichkeit B; Still aus Video 3, Einstellung 5 [Min. 1:14]



Abbildung 24: Typisierte Weiblichkeit C; Still aus Video 1, Einstellung 11 [Min. 0:07]

Die Protagonistinnen entsprechen damit einer konventionellen weiblichen Schönheitsnorm. Neben den grundsätzlichen Ähnlichkeiten im präsentierten Aussehen lassen sich aber auch je nach Video unterschiedliche Schwerpunkte beschreiben. So ist einerseits ein eher sportlicher Stil zu beobachten (Videos 2 – Infografik & 3 - Schminken), der durch sportliche, eng anliegende, schwarze Kleidung signalisiert wird. Hier ist durch Kleidung mit tieferem Ausschnitt mehr nackte Haut zu sehen, was den Effekt erzielt, Schlankheit und allgemeine 'Fitness' zur Schau zu stellen. Auf der anderen Seite kann ein betont femininer Stil beschrieben werden, der durch helle Farben und hochwertige Stoffe schlichte Eleganz ausstrahlt und gleichzeitig ebenfalls durch eher tiefe Ausschnitte und durchsichtige Stoffe die Haut der Protagonistin sichtbar macht (Video 1 - Essen).

Gemeinsam haben diese zwei Spielarten des beschriebenen Typus die Ideale von Gesundheit, 'Natürlichkeit' und einem gepflegten Äußeren. Die präsentierte Weiblichkeit verzichtet etwa auf die Verwendung von auffälligem Makeup oder ausgefallener Kleidung, sondern setzt den Körper subtil in Szene. Zwar ist davon auszugehen, dass die Aufrechterhaltung dieser Wirkung einen großen Aufwand benötigt, doch dies ist nur auf den zweiten Blick erkennbar. Diese Form der Selbstpräsentation der Frauen wird in Folge mit den Zielen des Cycle Syncing, die sie vorstellen, in Verbindung gebracht: Gesundheit, Wohlbefinden, Leistungsfähigkeit.

Dass die Protagonistinnen einer konventionellen Schönheitsnormen entsprechen, ist einerseits von Vorteil für die Bewerbung der Videos und die Aufrechterhaltung von Aufmerksamkeit auf TikTok. Gleichzeitig entsteht dadurch jedoch auch eine gewisse Homogenität. Den Zuschauenden präsentiert sich also ein typisiertes Gegenüber, das sich in einem engen Rahmen für die Präsentation von Weiblichkeit bewegt. Betrachtet man die Videos nebeneinander, stellt sich der Eindruck ein, Repräsentantinnen eines bestimmten Frauentypus (und nicht einer spezifischen Einzelperson) gegenüberzustehen. Durch die Häufung eines solchen Typus kann mitunter ein normativer Druck entstehen, dem mehrfach in ähnlicher Weise präsentierten Weiblichkeitsbild zu entsprechen. Durch die wiederholte Zurschaustellung des beschriebenen Frauentypus und die Assoziation mit Erfolg entsteht ein Ideal von Weiblichkeit, das gerade für ein junges Publikum mit Orientierungsbedürfnissen verlockend sein könnte, aber ohne spezifische Ressourcen nur schwer erreichbar ist.

7.4. Gesamtinterpretation

Im Folgenden werden die vorgestellten Strukturelemente zu einer Hypothese verdichtet, die für das gesamte Material gilt. Dabei werden auch Kontextinformationen, etwa zu den verwendeten Hashtags, den Kanälen, auf denen die Videos gepostet werden, und der Plattform TikTok in Betracht gezogen. Außerdem werden die Ergebnisse in der Literatur zu Wissensformen, Postfeminismus und Neoliberalismus verortet sowie in ihrem gesellschaftlichen Kontext beschrieben.

7.4.1. Strukturhypothese

Die abschließende Strukturhypothese lautet, dass Cycle Syncing in den untersuchten Videos als „FrauenWissen“ inszeniert wird, das als Allheilmittel für die Herausforderungen eines in seiner Leistung schwankenden ‘weiblichen Körpers’ in einer Gesellschaft dienen soll, die solche Schwankungen nicht akzeptiert.

7.4.2. Expert:innenwissen auf Augenhöhe

Wenn wir auf die in Kapitel 4.1.2. vorgestellten Typen von Wissen zurückblicken, die Angelika Wetterer (2009) vorschlägt, kann das vermittelte Wissen in alle drei Kategorien eingeordnet werden: das vermittelte biologische Körperwissen ist für den alltäglichen Gebrauch ‘übersetztes’ bzw. angepasstes **wissenschaftliches Wissen** - wie systematisch es erhoben wurde und ob es

wahrheitsgetreu wiedergegeben wird, ist für diesen Zusammenhang grundsätzlich irrelevant. Die aufbauend auf diesem Körperwissen vorgestellten Handlungsempfehlungen sowie die Bewertung des Wissens als relevant können als **Expertinnenwissen** verstanden werden, das auf die Informationsbedürfnisse des angenommenen Publikums reagiert. Die von den Protagonist:innen mitgeteilten eigenen Erfahrungen, die vor allem den Erfolg der Methode belegen sollen, können schließlich als **Alltagswissen** kategorisiert werden. Dass diese unterschiedlichen Arten von Wissen sich in den Videos vermischen, spiegelt sich auch in der ambivalenten Rolle wider, die die Protagonistinnen einnehmen.

Einerseits sprechen die Protagonistinnen in den Videos aus einer selbstverständlichen Autoritätsposition heraus; sie treten vordergründig als Expertinnen zum Thema Cycle Syncing auf, die selbstbewusst den Platz als Sprecherinnen der (unterschiedlich) professionell gestalteten Videos einnehmen. Dabei wird Cycle Syncing-Körperwissen in bereits vorhandene etablierte Wissensstrukturen (explizit in die „Wissenschaft“ und biologische Register, implizit in ein als verdrängt inszeniertes weibliches Körperwissen) eingeordnet. Durch die Verwendung von Fachbegriffen (z.B. bestimmte Hormone, Phasen des Zyklus) wird auf einen bereits legitimierten Wissensbestand verwiesen sowie die eigene Kompetenz zur Schau gestellt. Letztendlich bleiben die Quellen der vermittelten Informationen jedoch uneindeutig und deren Legitimation damit fraglich. Je nach Publikum kann die Kompetenzzuschreibung unterschiedlich stark ausgeprägt sein.

Andererseits präsentieren sich die Protagonistinnen durch die Mittel zur Herstellung **parasozialer Interaktion** (Selfie-Perspektive, direkte Ansprache) und allgemeiner Nahbarkeit (POV-Perspektive, Wir-Gefühl) als Gesprächspartnerinnen auf Augenhöhe mit den Zuschauer:innen. Das präsentierte Körperwissen und die daran geknüpften Handlungsempfehlungen werden als hilfreiches, sogar **dringliches**, unter Freundinnen geteiltes Wissen inszeniert. Auch in der Gestaltung werden Elemente verwendet, die unterhaltsam und den Zuschauer:innen zugewandt wirken, beispielsweise Emojis.

Die Protagonist:innen erscheinen also in einer ambivalenten Rolle zwischen Expertin und Freundin und das präsentierte Wissen wird nur spärlich kontextualisiert. Will eine interessierte Zuschauerin mehr zur Entstehungsgeschichte oder empirischer Wirksamkeitsforschung zu Cycle Syncing erfahren, muss sie dies auf eigene Faust tun. Die Videos bedienen dafür ein anderes Bedürfnis, und zwar jenes nach Kontrolle, wie nun ausgeführt wird.

7.4.3. Bedürfnis nach Kontrolle

Als zentrales Motiv für die Anwendung von Cycle Syncing lässt sich ein Bedürfnis nach Kontrolle des (menstruierenden) Körpers rekonstruieren, welches auf zweierlei miteinander in Beziehung stehende Unsicherheiten reagiert, denen junge Frauen ausgesetzt sind:

1. Die Unsicherheit eines neoliberal geprägten Arbeitsmarktes, in dem 'Normalbeschäftigung' eine Seltenheit ist und die in vielen Branchen prekäre Beschäftigungslage, z.B. in Form befristeter Verträge (Völker, 2009, 270f.), eine ununterbrochene Kuratierung des eigenen Lebenslaufes und der eigenen Leistungsfähigkeit erfordert. Dazu gehört auch das Management der eigenen Leistungsfähigkeit, wie es vom Konzept des „unternehmerischen Selbst“ (Bröckling, 2007) beschrieben wird.
2. Die Unzuverlässigkeit eines menstruierenden 'weiblichen Körpers', der einerseits durch hormonelle Schwankungen geprägt ist, die mitunter zu temporären Leistungseinschränkungen durch Schmerzen oder ein gesenktes Energielevel führen können. Andererseits wird durch die Tabuisierung der Menstruation (Gottlieb, 2020, 145; Johnston-Robledo & Chrisler, 2020, 186f.) das Sprechen über damit in Verbindung stehende Symptome erschwert und einer weniger extensive medizinische Forschung zum Menstruationszyklus herbeigeführt (McGregor & Choo, 2012).

Durch Videos zu Cycle Syncing können grundlegende Informationen über die Funktionsweise des Menstruationszyklus gewonnen werden, die die eigene Körpererfahrung menstruierender Personen mitunter einfacher zu verstehen machen. Durch die klaren Anweisungen, welche Aktivitäten bzw. welche Lebensmittel für welche Phase empfohlen sind, wird eine Struktur für die eigene Lebensführung angeboten, an der sich orientiert werden kann. Die als **geometrische Ordnung organischer Formen** beschriebene Form der Inszenierung ist für dieses Kontrollbedürfnis bezeichnend. Unregelmäßige, organisch geformte Gegenstände und Personen, die den Alltag auch visuell chaotisch und schwer zu überblicken machen, werden hier in eine überschaubare, klar geordnete Struktur gebracht. So kann 'Überflüssiges' ausgeblendet und eine temporäre Ordnung fokussiert werden.

Auch der beschriebene 'Rückzug' auf den **privat-intimen Raum** bedient das beschriebene Kontrollbedürfnis. Das Häusliche liegt meist im Rahmen des eigenen Einflusses und ist freier von den uneindeutigen (Leistungs-)Vorgaben beispielsweise des Arbeitsmarktes oder familiärer Beziehungen. Dass damit auch ein Rückzug von Frauen in den privaten Raum (wenngleich dieser nicht zwingend von einem Ehemann kontrolliert wird) dargestellt wird, ist ebenfalls eine

Erwähnung wert. Wie hängt dieser Rückzug aus der öffentlichen Sphäre – bei gleichzeitig maximaler Öffentlichkeit durch die mediale Zurschaustellung der privaten Sphäre – mit postfeministischen Ausprägungen aktueller Medienkulturen zusammen?

7.4.4. Postfeministische Sensibilitäten

Zwar werden in den untersuchten Videos keine expliziten Positionierungen als feministisch getätigt (anders als in manchen - wenigen - anderen Posts zu Cycle Syncing), doch es lassen sich auffällige Muster erkennen, die sich feministischer Narrative oder Ausdrücke bedienen: Die Sprache des weiblichen 'Empowerment' und vor allem der freien Wahl dominieren die Videos. Proklamiertes Ziel von Cycle Syncing ist es, das eigene Wohlbefinden und die Leistungsfähigkeit zu steigern, indem Selbsttechniken angewandt werden, die selbstständig gewählt und an den eigenen Alltag angepasst werden sollen. Auch dass die Protagonistinnen das vorgestellte Wissen als ein 'unter Verschluss gehaltenes'³² oder nicht genug Verbreitetes inszenieren (vor allem in Video 4 - Schreiben), impliziert eine Kritik an den systemischen Bedingungen, die die Vermittlung von Körperwissen über 'weibliche Körper' im hegemonialen, von klassischen Bildungseinrichtung getragenen Diskurs prägen. Durch die Ansprache des Publikums als ein weibliches und die Inszenierung von Cycle Syncing als Werkzeug für (alle) Frauen, um ihr Wohlbefinden zu verbessern (**Fürsorge und Selbstfürsorge**), wird eine Art universalisierende 'Sisterhood' angesprochen, ebenfalls ein klassisches Motiv feministischer Bewusstseinsbildung (Ostrov Weissner & Fleischner, 1994).

Dass trotz dieser Rückgriffe auf feministische Narrative oder Positionen kein expliziter Verweis auf Feminismus getätigt wird, entspricht einer **postfeministischen Sensibilität**, wie sie Gill (2007, 161f.) beschreibt. Teil dieser ist insbesondere die soeben beschriebene Betonung von **freier Wahl und „Empowerment“** (ebd., 153 ff.) in Bezug auf Körperarbeit. Auch solche Arbeit am eigenen Körper, die zu einer Anpassung an eine (sexistische oder den männlichen Blick bedienende) Norm beiträgt, wird als selbstständige Entscheidung dargestellt.

Weitere von Gill (2007) beschriebene Elemente, die auf das vorliegende Material zutreffen, sind die Konstruktion von **Femininität als körperliches Merkmal** (ebd., 149 f.). Frausein wird in

³² In anderen Videos zu Cycle Syncing wird mitunter von 'verlorenem' Wissen gesprochen. Dieser Diskurs, der auf Wissen verweist, das außerhalb naturwissenschaftlicher Kontexte hergestellt wird (z.B. indigenes Wissen), wird im gewählten Sample, wenn überhaupt, nur angedeutet.

postfeministischen Diskursen an biologischen Merkmalen festgemacht sowie daran, einen normschönen Körper zu haben und diesen durch Körpertechniken zu pflegen. In den untersuchten Videos werden Frauen als menstruierende Personen angesprochen und zu einer Arbeit an sich selbst, z.B. durch eine bestimmte Ernährung, angestiftet. Die Kategorie des Geschlechts steht nicht als eine soziale Kategorie im Mittelpunkt, sondern wird biologisch definiert. In direktem Zusammenhang mit dieser Biologisierung steht die ebenfalls im Material zu beobachtende **Betonung von Geschlechterunterschieden** (ebd., 158f.). In Video 3 (Schminken) kommt sie am explizitesten vor, wenn es um die unterschiedlichen Level an Testosteron geht, die Frauen und Männer aufweisen.

Ein entscheidender Unterschied zwischen dem von Gill beschriebenen Fokus auf die **Sexualisierung und Konstruktion von Frauen als sexuelle Subjekte** (ebd., 150 f.) in Zeiten der Popularität des Makeover-Paradigmas und dem hier analysierten Material ist die scheinbare Neutralität in Bezug auf (hetero)sexuelle Beziehungskonstellationen. Am ehesten entsprechen die hier sichtbaren Frauen einem Paradigma der Natürlichkeit, das die Arbeit am eigenen Selbst verschleiert soll, wenngleich über die Zurschaustellung von Fitness auch Attraktivität inszeniert wird.

Besonders gravierend ist umso mehr die **Selbstbeobachtung, -kontrolle und -disziplin** (ebd., 155ff.), die in Videos zu Cycle Syncing nahegelegt wird. Die intensive Auseinandersetzung mit der aktuellen Phase des Zyklus setzt ein genaues 'Tracking' der eigenen körperlichen Empfindungen und Zustände voraus. Die von Gill beschriebene Ausweitung der Arbeit am eigenen Selbst auf Bereiche wie psychologisches Wohlbefinden zeigt sich hier ebenfalls: die Zuschauer:innen sollen durch das vermittelte Wissen „more at ease“ (Video 3 - Schminken) werden und auch persönliche, soziale und berufliche Aktivitäten an den Menstruationszyklus anpassen, um den unterschiedlichen psychologischen Dispositionen gerecht zu werden, die er je Phase mit sich bringen soll: „You may be more creative during your follicular phase, more social during the ovulatory phase, more task-oriented during the luteal phase, and more introverted during the menstrual phase“ (Video 4 - Schreiben). Dass die maximal produktive Nutzung dieser Phasen in die Hände der Zuschauer:innen gelegt wird, ist bezeichnend für die in den Videos stattfindende Individualisierung gesellschaftlicher Problemlagen, wie jetzt ausgeführt wird.

7.4.5. Individualisierung gesellschaftlicher Problemlagen

Wie bereits beschrieben, verbleibt der Fokus der Videos auf jenem Bereich, der von einer einzelnen Person beeinflusst werden kann. Die vorgeschlagenen Tipps beziehen sich nicht nur auf die **private** Sphäre, sondern sind auch ohne die Beihilfe anderer Personen - wenn auch mit einem großen Aufwand verbunden - umsetzbar. So kann jede potenzielle Zuschauerin etwa bestimmen, welche Lebensmittel sie zu welcher Tageszeit zu sich nimmt und welche Aktivitäten sie in welche Woche des Monats legt. Doch hier verbirgt sich ein zentrales Merkmal des Trends: Dass das Verschieben von wichtigen beruflichen Tätigkeiten eine Arbeitsrealität voraussetzt, die durch einen großen Grad an Freiheit gekennzeichnet ist, ist bezeichnend für das Verhältnis von Individualismus und implizierter Gemeinschaft in den Videos. Hier kommt das Strukturelement der **Dekontextualisierung** ins Spiel. Der für die Umsetzung der angebotenen Verhaltensanpassungen notwendige Lebensstil ist jener einer wohlhabenden Klasse selbständig arbeitender Personen und bildet vermutlich nicht die Lebenserfahrungen des Großteils der Bevölkerung ab. Trotzdem werden die Videos an alle (menstruierenden) Frauen adressiert. Die zur Planung des eigenen Lebens nach der Methode des Cycle Syncing notwendigen Ressourcen werden als gegeben angenommen. Dadurch wird implizit eine homogene Gemeinschaft menstruierender Frauen angenommen, die in dieser Form nicht existiert. Folgt man den Darstellungen der Videos, müssten einerseits alle Frauen menstruieren und in irgendeiner Form unter ihrem Zyklus leiden, und andererseits die Möglichkeit haben, ihren Alltag entsprechend den Vorgaben von Cycle Syncing frei anzupassen. Dieses Ausblenden von strukturellen Ungleichheiten in Bezug auf die unterschiedlichen Möglichkeiten, die Frauen* je nach ihrer sozialen Position haben, ist ein klassisches Merkmal neoliberaler gesellschaftlicher Verhältnisse (Rogan, 2023, 30).

Durch die Verwendung einer **mädchenhaften Ästhetik** wird außerdem die Zugehörigkeit zum weiblichen Geschlecht selbst bereits als Auslöser eines Gemeinschaftsgefühls verwendet. Dass dabei gerade das Mädchen - und nicht die Frau - als Identifikationsfigur fungiert, schafft einen spielerischen und mitunter frivolen Eindruck, der ebenfalls dazu beiträgt, dass jene Machtverhältnisse aus dem Blick geraten, die gesellschaftlich ungleich verteilten Ressourcen, der Tabuisierung der Menstruation und dem fehlenden medizinischen Wissen zur Behandlung damit verbundener Beschwerden zugrunde liegen. Der apolitische Verweis auf eine Gemeinschaft von (erwachsenen) Mädchen erinnert an den 'girl power'-Diskurs in den populären Medien der 1990er Jahre (Rogan, 2023, 26). Die Rolle, die die Protagonistinnen in den Videos einnehmen, schwankt dabei zwischen großer Schwester/erfahrener Freundin und Volksschullehrerin - in ihnen verbinden sich die Präsentation einer außeralltäglichen Kompetenz bzw. eines besonderen

Wissens und der Nahbarkeit, vor allem im Rahmen einer Gemeinschaft von 'Mädchen'. Diese Mischung aus 'privatem' und 'öffentlichen' bzw. professionellen Auftreten ist typisch für soziale Medien:

„The overlay of private communication addressed to an informal circle by public communication addressed to a dispersed mass audience causes a hybrid space of self-expression, where strategies of public and private, formal and informal as well as global and local communication entangle.“ (Autenrieth & Neumann-Braun, 2011, 10)

Durch die Betonung der **Dringlichkeit des vermittelten Wissens**, aber auch der Verwendung einer **mädchenhaften Ästhetik** sowie dem Schaffen eines exklusiv weiblichen Raums wird eine eng gefasste Vorstellung davon vermittelt, wie ein optimierter Alltag aussieht. In Verbindung mit der **typisierten Weiblichkeit**, die ein hohes Maß an Selbstkontrolle in der Präsentation nach außen voraussetzt, kann so ein normativer Druck entstehen, einem neuen Ideal von (zyklus)optimierter Weiblichkeit zu entsprechen. Problematisch ist daran vor allem, dass einerseits die (ungleich verteilten) Voraussetzungen für diese Optimierung nicht thematisiert werden und andererseits kollektive und/oder politische Auseinandersetzungen mit dem Thema unterschlagen werden (vgl. dazu Villa, 2015, 266 in Bezug auf Schönheitsoperationen). Dabei gäbe es durchaus auch politische und feministische Diskurse, an die angeschlossen werden kann, etwa in Bezug auf die gesonderte Möglichkeit zur Krankschreibung während der Menstruation³³, wie sie 2023 in Spanien eingeführt wurde (Der Standard, 2023, 16. Februar), explizit feministische Interventionen in die wissenschaftliche Erforschung und Pathologisierung von menstruierenden Körpern (Fahs, 2016, 96; Ussher & Perz, 2020, 216f.) oder eine grundsätzliche Kritik an individualisierten Selbstoptimierungsansprüchen in neoliberalen Ausprägungen des Kapitalismus (Bohmann & Lindner, 2017, 233; Eulenbach, 2022, 118). Es handelt sich bei Cycle Syncing also um einen Weg, um die individuelle Lebensführung zu optimieren. In den Zielsetzungen der Videos fällt dabei auf, dass zwar eine Verbesserung des eigenen Wohlbefindens und damit eine Form der **Selbstfürsorge** inszeniert wird, gleichzeitig aber auch eine Optimierung der eigenen Leistungsfähigkeit angestrebt wird, die mit höherer (beruflicher) Produktivität einhergeht. Damit kann Cycle Syncing zwar unter Umständen dazu beitragen, die eigene (Arbeits-)Marktposition zu verbessern, es werden jedoch keine politischen Ansprüche an eine Veränderung der Arbeitswelt erhoben. Darin entsprechen die analysierten Videos gänzlich dem postfeministischen Narrativ von freier Wahl und Selbstbestimmung (Rogan, 2023, 22). Wie Villa (2015, 267) in Bezug auf

³³ In einigen anderen Ländern existieren ähnliche, aber weniger umfassende Regelungen. Für eine kritische Diskussion der "Menstrual Leave Debate" siehe Levitt & Barnack-Tavlaris (2020).

Schönheitsoperationen zeigt, kann die aufklärerische Verfügbarmachung von Wissen und Handlungsoptionen, wie sie für die (Post-)Moderne charakteristisch ist, sowohl eine freiwillige Unterwerfung unter diskursiv geprägte Normen als auch eine Abkehr von diesen zur Folge haben: „Eine soziologische Genealogie von Reflexivierungen [z.B. von Körperwissen, M.K.] [...] zeigt, dass diese als Ent-Naturalisierung immer beides enthält: Das Versprechen auf Selbst-*Ermächtigung* und die Gefahr der Selbst-*Beherrschung*“ (Herv. im Original; vgl. auch Bordo, 2004 [1993]).

Abschließend soll noch einmal die Frage aufgegriffen werden, ob es eine „Sehgemeinschaft“ gibt, die Inhalte zu Cycle Syncing prägt.

7.4.6. Transnationale soziale Netzwerke

Die Suche nach sich wiederholenden Konventionen in der Gestaltung von Videos zu Cycle Syncing, also einer angenommenen „Sehgemeinschaft“ (Raab, 2019, 375), blieb erfolglos. Es ist davon auszugehen, dass verschiedenste Trends in sozialen Netzwerken einander in ihrer Ästhetik beeinflussen und sich Kanäle gegenseitig in ihrem Stil kopieren (vgl. z.B. Wolf, 2021, 172). So sind auch in den hier analysierten Videos Parallelen zu anderen Lernvideos (etwa in Video 4 - Schreiben, das an klassische Langformat-Lernvideos auf YouTube erinnert) oder auch Trends in der Gestaltung von Videos (etwa in Video 3 - Schminken, dass sich an dem Format eines „Get ready with me“ orientiert) zu beobachten. Auffällig ist jedoch die relativ homogene Selbstdarstellung der Frauen, die hier als **Typisierte Weiblichkeit** beschrieben wurde. Dass die Frauen in den analysierten Videos einem konventionellen Schönheits- und Weiblichkeitsideal entsprechen, wird unter anderem durch die ökonomische Verwertungslogik der Plattform TikTok bedingt sein. Unabhängig von inhaltlichen Schwerpunkten gilt ein feminines, gepflegtes Äußeres als ein begünstigender Faktor für Aufmerksamkeit in den sozialen Medien (Seidman & Miller, 2013). Auch in den Zielsetzungen von Cycle Syncing, die in den Videos vorgestellt werden, vermischen sich der Wunsch nach größerem Wohlbefinden, einem optimierten Alltag und besserem Aussehen. Ein Blick auf die sonstigen Aktivitäten der Kanäle, auf denen die analysierten Videos hochgeladen wurden, offenbart die Monetarisierungsstrategien der Content Creatorinnen³⁴. Sie alle bieten entweder Links zu verschiedenen Onlineshops an, für die sie Kommissionen bekommen oder betreiben selbst Onlineshops, etwa für Nahrungsergänzungsmittel, oder verkaufen Kochbücher mit Cycle Syncing-spezifischen

³⁴ Hier wird (wieder) von Content Creator:innen gesprochen, weil es über die audiovisuellen Elemente der untersuchten Videos hinaus um eine Einbettung des Materials in dessen Entstehungsbedingungen geht.

Rezepten. Die auf TikTok veröffentlichten Videos funktionieren also gewissermaßen als Werbemittel für die sonstigen Produkte, die sie anbieten. Damit unterliegen sie der Verwertungslogik einer Ökonomie der Aufmerksamkeit, in der Aufmerksamkeit an sich als 'Währung' fungiert und gleichzeitig in finanzielles Kapital transformiert werden kann (Goldhaber 1997).

Ein weiterer wichtiger Kontextfaktor für die vorgenommene Analyse ist der geografische Raum, aus dem die Videos stammen. Auch wenn die analysierten Videos mit großer Wahrscheinlichkeit alle dem US-amerikanischen Raum entstammen (zwei von vier tun dies nach eigener Angabe, bei den anderen beiden lässt es sich anhand des Sprachklangs vermuten), werden Videos auf TikTok international verbreitet. Durch den Status von Englisch als Lingua Franca sind die Video-Empfehlungen des Algorithmus geografisch nicht gebunden und es entsteht eine transnationale digitale Kultur. Eine Auseinandersetzung mit Selbstoptimierungsstrategien in Bezug auf den Menstruationszyklus scheint sich in vielen 'westlichen' Gesellschaften zunehmender Beliebtheit zu erfreuen, wie zahlreiche Medienbeiträge, auch in Österreich, belegen (z.B. BIPA, 2025; Thaler & Zoidl, 2024). Auch neue Berufsfelder werden geschaffen, so bietet etwa der Ausbildungsanbieter Flexyfit eine Ausbildung zum „Zyklusbasierten Female Health Coach“ an (Flexyfit, 2025). In einer frühen Phase dieser Masterarbeit konnte ich ein Interview mit einer in Österreich ansässigen Fitnesstrainerin durchführen, die sich auf zyklusbasiertes Training spezialisiert. Wenngleich sich ihre Herangehensweise in einigen Punkten deutlich von den in den Videos beschriebenen Inhalten unterschied - als ausgebildete Ernährungsberaterin legt sie etwa großen Wert darauf, selber Studien zur Wirksamkeit bestimmter Maßnahmen zu rezipieren - gibt es auch Gemeinsamkeiten, allen voran den Fokus auf biologisch begründete Weiblichkeit als zentrale Kategorie der Gemeinschaftsbildung sowie den Versuch, Leistungsschwankungen im Verlauf des Zyklus verständlich, dadurch akzeptabel und gleichzeitig integrierbar zu machen.

Als Medium mit eigener (Aufmerksamkeits-)Logik und einer transnationalen Referenzkultur prägt TikTok das visuelle Handeln der Content Creatorinnen, weshalb keine eindeutigen gemeinsamen audiovisuellen Gestaltungskonventionen für Cycle Syncing ausgemacht werden konnte. In ihrer Ausrichtung auf die Vermittlung einer individuellen Lösung für das gesellschaftlich konstruierte 'Problem' des menstruierenden Körpers sind die Videos trotzdem miteinander verbunden. Eine abschließende Zusammenfassung der für sie charakteristischen Merkmale folgt nun im Fazit.

8. Fazit

Ziel dieser Arbeit war es zu untersuchen, wie Cycle Syncing in ausgewählten Videos auf TikTok inszeniert wird. Dabei hat sich herausgestellt, dass unter dem gemeinsamen #cyclesyncing durchaus unterschiedliche inhaltliche Schwerpunktsetzungen unternommen und gestalterische Mittel eingesetzt werden. So haben zwar alle untersuchten Videos einen informativen Charakter, entsprechen in ihrer Form aber unterschiedlichen 'Gattungen': einem Werbeclip, einer Präsentation, einem persönlichen Austausch unter Freundinnen, einem klassischen Lernvideo. Von einer „Sehgemeinschaft“ (Raab, 2019, 375) mit tradierten audiovisuellen Konventionen ist deshalb nicht auszugehen, wenngleich es auch Gemeinsamkeiten zwischen den Videos gibt: das typisiert feminine doing gender der Protagonistinnen, der Einsatz einer mädchenhaften Ästhetik, die vermittelte Relevanz des Cycle Syncing-Körperwissens. Diese Strukturelemente sind mutmaßlich durch Konventionen der Videogestaltung auf der Plattform TikTok geprägt, aber eben auch durch Diskurse einer postfeministischen Weiblichkeit, wie sie auch in anderen Trends auftreten. Hier vermischen sich die Ökonomie der Aufmerksamkeit, visuelle Konventionen der Wissensvermittlung sowie eine dekontextualisierte Mainstream-Ästhetik zu einem polierten, kontrollierten und typisierten Auftreten der Protagonistinnen.

Gleichzeitig wird in den Videos eine Gemeinschaft von Frauen angesprochen, die als gegeben vorausgesetzt wird. Dass dabei die ungleiche Verteilung von Ressourcen unter Frauen* ausgeblendet wird, ist ein klassisches Merkmal individualisierter Gesellschaften, die durch eine neoliberale Logik geprägt sind. So zeigt sich in der Beschränkung der Videos auf den privaten Raum und dem 'Rückzug' auf individuell beeinflussbare Lebensbereiche wie Ernährung eine Vernachlässigung der politischen Ebene. Außerdem werden durch die Trans*exklusivität des Trends und den Fokus auf biologische Prozesse als definierendes Merkmal für Weiblichkeit Anlehnungen an postfeministische Diskurse genommen.

Trotz seiner im Vergleich zu anderen Online-Trends noch eher überschaubaren Reichweite scheint Cycle Syncing beispielhaft für mediale Auseinandersetzungen mit umkämpften Körperwissen zu stehen, das im Rahmen einer neoliberalen Gesellschaftsordnung verschobene und/oder verstärkte Orientierungsbedürfnisse gerade junger Frauen bedient. Wie gezeigt wurde, stellt sich Cycle Syncing dabei als Lösung für ein Problem dar, das weit über Ernährung und den Lebensstil einzelner Personen hinausgeht und eigentlich grundlegende Fragen der (wissenschaftlichen) Wissensproduktion, des gesellschaftlichen Verhältnisses zu Körperlichkeit und der Organisation von Arbeit betrifft. Zwar hat die Ansprache einer angenommenen

homogenen Gemeinschaft von Frauen den Vorteil, dass eine mögliche feministische Bewusstseinsbildung zumindest nahelegt wird, gleichzeitig schafft sie jedoch auch neue Exklusionsmechanismen (für menstruierende Trans*personen, für Personen, die hormonelle Verhütungsmethoden nutzen und für aus gesundheitlichen Gründen oder durch extreme körperliche Anstrengung im Leistungssport nicht menstruierenden cis-Frauen), sowie einen normativen Druck, dem Ideal des optimierten Zyklus und damit verbunden einer typisierten Weiblichkeit zu entsprechen.

9. Reflexion und Ausblick

Wie in jedem qualitativ-interpretativen Forschungsprojekt, vor allem wenn es alltagsnahe Themen berührt, ist die Selbstreflexion der Forschenden ein essenzieller Teil der Qualitätssicherung. Deshalb werden hier abschließend noch einige Gedanken zum Forschungsprozess festgehalten.

Im Verlauf des Projekts veränderte sich meine ursprünglich sehr kritische Haltung gegenüber dem Phänomen des Cycle Syncing hin zu einem Erstaunen über die Widersprüche im Material und schließlich zu einem deutlich verständnisvolleren Blick auf die Gründe, warum sich der Trend so großer Beliebtheit erfreut. Ich hoffe, dass sich dieser Weg im Ergebniskapitel wiederfinden lässt und diese Arbeit zu einem besseren Verständnis der medialen Kulturen beitragen kann, in denen sich (junge) Frauen und andere menstruierende Personen bewegen.

Trotzdem sehe ich weiterhin die Gefahr der biologischen Essentialisierung von Geschlecht und der Verfestigung von sexistischen Stereotypen über die Leistungsfähigkeit von Frauen als ein zentrales Problem des Trends an und hoffe auf eine Zukunft, in der die Enttabuisierung von Menstruation und die verstärkte Repräsentation von menstruierenden Personen in medizinischer Forschung gleichzeitig mit dem Hinterfragen von Geschlechterstereotypen und neoliberalen Leistungsnormen stattfindet.

Methodisch herausfordernd war vor allem die Umsetzung der hermeneutischen Vorgehensweise, die die wissenssoziologisch-hermeneutischen Videoanalyse erfordert, da die (bewusst ausgesuchte) Unterschiedlichkeit der vier Videos immer wieder einen vergleichenden Blick auf der manifesten Ebene provozierte. Während der Feinanalysen ab dem zweiten Video bei der jeweiligen Sequenz zu bleiben, erforderte starke Selbst- und Fremdkontrolle. In den letzten Zügen der Auswertung gab die Vergleichsperspektive über die Videos hinweg jedoch letztlich auch den Blick auf wichtige Elemente wie die typisierte Weiblichkeit frei.

Ausblick

Durch den hohen Aufwand des gewählten methodischen Verfahrens wurde nur eine kleine Anzahl an Videos analysiert. Dadurch konnte ein Einblick in einen Ausschnitt des Phänomens Cycle Syncing gegeben werden, jedoch kein vollständiger Überblick über die unterschiedlichen Spielarten des Trends (z.B. spirituelle oder explizit feministische Beiträge) und seine Verflechtungen mit anderen Online-Phänomenen. Gerade weil das visuelle Handeln in sozialen Netzwerken sich aus den unterschiedlichsten Quellen speist und im Zuge dieser Analysen keine distinktive „Sehgemeinschaft“ festgestellt werden konnte, wäre eine genauere Untersuchung von Inhalten zu Cycle Syncing im Vergleich mit anderen Online-Trends interessant. Dafür würden sich beispielsweise die Trends „Clean eating“ (Ambwani et al., 2019; Nicholls & Gilchrist, 2022) und „Tradwives“³⁵ (Del Campo, 2023; Stotzer & Nelson, 2025) anbieten. Eine diskursanalytische Untersuchung der Textebene der Videos oder auch eine Hashtag-Analyse könnten gemeinsame (historische) Bezugspunkte der unterschiedlichen Trends sichtbar machen.

Ebenfalls konnte in dieser Arbeit keine Untersuchung der Rezeption von Inhalten zu Cycle Syncing geleistet werden. Diese könnte sowohl mithilfe qualitativer als auch quantitativer Methoden geschehen. Eine quantitative Erhebung könnte etwa die Kenntnis bzw. Verbreitung des Trends und die Einstellungen dazu bei verschiedenen Altersgruppen im österreichischen Kontext untersuchen. Qualitative Ansätze wie etwa Gruppendiskussionen würden sich eignen um zu untersuchen, ob die mitunter strengen Verhaltensvorschriften, die Cycle Syncing nahelegt, als alltagstauglich empfunden werden und wie menstruierende Personen sie im Kontext ihres sonstigen Körperwissens deuten.

³⁵ Siehe dazu auch die bald erscheinende Masterarbeit meiner Kollegin Ezgi Kizilocak (2026), die sich mit dem Phänomen „Tradwives“ auf TikTok auseinandersetzt.

Verzeichnis zitierter Beiträge auf sozialen Netzwerken

Adkins, Lynette (2022, 26. September). cycle syncing is changing my life | how to do it [Video].

YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=hLPQIAz5q6E> (Letzter Zugriff: 18.11.25).

Alexismwan (2024, 14. März) food is fuel, medicine, and love. [Kurzvideo]. TikTok.

https://www.tiktok.com/@alexismswan/video/7346334689021545770?_r=1&_t=8m0mNT2kw9x (Letzter Zugriff: 18.11.25).

Annatrim (2023, 27. Juli) the cycle phases explained to help you with your #cyclesyncing journey. [Kurzvideo]. TikTok. <https://www.tiktok.com/tag/cyclesyncing> (Letzter Zugriff: 18.11.25).

Brookenewmann_ (2023, 16. September) This is sooooo important please listen if you're not familiar with your cycle!! Aligning your lifestyle with what phase you're in can really help your mental. [Kurzvideo]. TikTok.

https://www.tiktok.com/@brookenewmann_/video/7246155607110126891 (Letzter Zugriff: 18.11.25).

Talks at Google (2013, 2. Juli). WomanCode | Alisa Vitti | Talks at Google. [Video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=166NrR5A7Ng> (Letzter Zugriff: 18.11.25).

Guerin, Jillz (2020, 19. November). HOW TO SYNC YOUR LIFE TO YOUR CYCLE // all about cycle syncing - info every woman should know!! [Video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=piniMW4pH6k&t=44s> (Letzter Zugriff: 18.11.25).

Mygirlwellness (2022, 25. Oktober) Screenshot last slides. Lmk if you have any questions / what you want me to share next. [Kurzvideo]. TikTok.

https://www.tiktok.com/@mygirlwellness/video/7158572848481783086?is_from_webapp=1&web_id=7368999296895370785 (Letzter Zugriff: 18.11.25).

Literatur

Ambwani, S., Shippe, M., Gao, Z., & Austin, B. (2019). Is #cleaneating a healthy or harmful dietary strategy? Perceptions of clean eating and associations with disordered eating among young adults. *Journal of eating disorders*, 7(17).

<https://doi.org/https://doi.org/10.1186/s40337-019-0246-2>

Andree, M., & Thomsen, T. (2020). *Atlas der digitalen Welt*. Campus Verlag.

Autenrieth, U., & Neumann-Braun, K. (2011). Windows to Ourselves or the Visual Worlds of Social Network Sites – Introduction: Images and image-based communication on

- Facebook and Co. In U. Autenrieth & K. Neumann-Braun (Hgs.): *The Visual Worlds of Social Network Sites* (9–14). <https://doi.org/10.5771/9783845232935-9>
- Bachmayer, K. N. (2025). *Cookbook Nourish Your Cycle*. <https://naam.thrivecart.com/cookbook-nourish-your-cycle> (Letzter Zugriff: 20.10.2025).
- Banet-Weiser, S. (2018). Postfeminism and Popular Feminism. *Feminist Media Histories*, 4(2), 152–156. <https://doi.org/10.1525/fmh.2018.4.2.152>
- Bauer, I. (2024). *Was sind Instagram Reels?* Heise Online. <https://www.heise.de/tipps-tricks/Was-sind-Instagram-Reels-5069296.html> (Letzter Zugriff: 04.10.2025).
- Berger, J. (1974). *Sehen: das Bild der Welt in der Bilderwelt*. Rowohlt.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1980 [1969]). *Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie*. Fischer.
- BIPA. (2025). *Cycle Syncing – so funktioniert die Synchronisation mit deinem Zyklus*. <https://www.bipa.at/cp/blog-cycle-syncing> (Letzter Zugriff: 11.11.2025).
- Blagrove, R. C., Bruinvels, G., & Pedlar, C. R. (2020). Variations in strength-related measures during the menstrual cycle in eumenorrhoeic women: A systematic review and meta-analysis. *Journal of Science and Medicine in Sport*, 23(12), 1220–1227. <https://doi.org/10.1016/j.jsams.2020.04.022>
- Bobel, C., Winkler, I. T., Fahs, B., Hasson, K. A., Kissling, E. A., & Roberts, T.-A. (2020). *The Palgrave Handbook of Critical Menstruation Studies*. Palgrave Macmillan.
- Bohmann, U., & Lindner, D. (2017). Von Sinnschmarotzern und widerwilligen Wirten: Institutionskrisen und subjektive Anpassungsmuster unter spätmodernen Ökonomisierungsbedingungen. In D. Lindner, J. Oberthür, A. Stiegler, S. Börner, & U. Bohmann (Hgs.): *Praktiken der Selbstbestimmung* (217–236). Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-658-14987-1_9
- Bordo, S. (2004 [1993]). *Unbearable Weight: Feminism, Western Culture, and the Body* (10. Ausg.). University of California Press. <https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=78bdad23-4258-3b48-a86b-500de7a7709c>
- Bordwell, D., Thompson, K., & Smith, J. (2020). *Film art: An introduction* (12. Ausg.). McGraw Hill.
- BrandMentions. (2025). *BrandMentions*. <https://brandmentions.com/de/> (Letzter Zugriff: 30.10.2025).
- Bröckling, U. (2007). *Das unternehmerische Selbst. Soziologie einer Subjektivierungsform*. Suhrkamp.

- Budgeon, S. (2011). The Contradictions of Successful Femininity: Third-Wave Feminism, Postfeminism and 'New' Femininities. In R. Gill & C. Scharff (Hgs.): *New Femininities. Postfeminism, Neoliberalism and Subjectivity*. Palgrave Macmillan.
- Butler, J. (1990). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. Routledge.
- Carmichael, M. A., Thomson, R. L., Moran, L. J., & Wycherley, T. P. (2021). The impact of menstrual cycle phase on athletes' performance: a narrative review. *International journal of environmental research and public health*, 18(4), 1667.
<https://doi.org/10.3390/ijerph18041667>
- Carson, F. (2001). Feminism and the Body. In S. Gamble (Hg.): *The Routledge Companion to Feminism and Postfeminism* (117–128). Routledge.
- Casanova-Garrigós, G., Torrubia-Pérez, E., Reverté, N. C., Fernández, J. C., Mora-López, G., & Albacar-Riobóo, N. (2025). Influence of social networks on adolescent body image. An integrative review. *Enfermería Global*, 24(1), 1–16.
<https://doi.org/10.6018/eglobal.622331>
- CBInsights. (2025). *The Complete List Of Unicorn Companies*. CBInsights.
<https://www.cbinsights.com/research-unicorn-companies> (Letzter Zugriff: 05.10.2025).
- Chandler, D., & Munday, R. (2020). edutainment. In *A Dictionary of Media and Communication* (3.Ausg.): Oxford University Press.
- Cleveland Clinic. (2025). *Nutrition and Exercise Throughout Your Menstrual Cycle*.
<https://health.clevelandclinic.org/nutrition-and-exercise-throughout-your-menstrual-cycle>
(Letzter Zugriff: 30.10.2025).
- de Beauvoir, S. (2011 [1949]). *The Second Sex*. Vintage Books.
- Del Campo, F. (2023). New culture wars: Tradwives, bodybuilders and the neoliberalism of the far-right. *Critical Sociology*, 49(4-5), 689–706.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1177/08969205221109169>
- Der Standard. (2023, 16. Februar). Spanien verabschiedet Gesetze für "Menstruationsurlaub" und freie Geschlechtswahl. *Der Standard*.
<https://www.derstandard.at/story/2000143642451/spanien-verabschiedet-gesetze-fuer-menstruationsurlaub-und-freie-geschlechtswahl>
- Dörre, R. (2022). Das authentische Selbst. In R. Dörre (Hg.): *Mediale Entwürfe des Selbst. Audiovisuelle Selbstdokumentation als Phänomen und Praktik der sozialen Medien* (65–193). Büchner Verlag.
- Dosekun, S. (2015). For Western Girls Only?: Post-feminism as transnational culture. *Feminist Media Studies*, 15(6), 960–975. <https://doi.org/10.1080/14680777.2015.1062991>

- Douglas, S. J. (2007 [1995]). Where the Girls Are: Growing Up Female with the Mass Media. In B. A. Arrighi (Hg.): *Understanding Inequality : The Intersection of Race/Ethnicity, Class, and Gender* (241–250). ROWMAN & LITTLEFIELD.
- Doyle, C. (2025). *Cycle Syncing: TikTok-Trend für mehr Wohlbefinden?* BARMER.
<https://www.barmer.de/gesundheitsverstehen/medizin/frauengesundheit/cycle-syncing-1234684> (Letzter Zugriff: 30.10.2025).
- Eisewicht, P., Nowodworski, P., Scheurer, C., & Steinmann, N. (2018). Seeing is Believing!?: Potenziale und Grenzen des vergleichenden Sehens im Video. In C. Moritz & M. Corsten (Hgs.): *Handbuch Qualitative Videoanalyse* (306–329). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-15894-1_17
- Eulenbach, M. (2022). *Selbstoptimierung: theoretische und empirische Erkundungen* (1. Ausg.). Beltz Juventa.
- Evans, A., & Riley, S. (2023). *Digital feeling*. Springer International Publishing.
- Fahs, B. (2016). *Out for blood: essays on menstruation and resistance*. State University of New York Press. <https://doi.org/10.1515/9781438462141>
- Flexyfit. (2025). Zert. Zyklusbasierter Female Health Coach.
<https://www.flexyfitacademy.com/li/sport/zyklusbasiertes-training> (Letzter Zugriff: 14.11.2025).
- Forbes. (2023). *Cycle Syncing: Everything You Need To Know*.
<https://www.forbes.com/health/womens-health/cycle-syncing/> (Letzter Zugriff: 15.02.2024).
- Fulterer, R. (2022). *Tiktok macht sich in Russland zum Gehilfen der staatlichen Propaganda*. Neue Züricher Zeitung. <https://www.nzz.ch/technologie/tiktok-macht-sich-in-russland-zum-teil-der-staatlichen-propaganda-ld.1675256> (Letzter Zugriff: 05.10.2025).
- Gavra, I. (2024). *Cooking in Sync with Your Cycle: 60 Recipes to Balance Your Hormones, Fight Fatigue and Feel Better in Your Body During Every Phase*. Page Street Publishing.
- Gill, R. (2007). Postfeminist media culture: Elements of a sensibility. *European journal of cultural studies*, 10(2), 147–166. <https://doi.org/10.1177/1367549407075898>
- Gill, R. (2016). Post-postfeminism? New feminist visibilities in postfeminist times. *Feminist Media Studies*, 16(4), 610–630. <https://doi.org/10.1080/14680777.2016.1193293>
- Gill, R., & Scharff, C. (2011). *New Femininities. Postfeminism, Neoliberalism and Subjectivity*. Palgrave Macmillan.
- Goldhaber, M. H. (1997). The attention economy and the Net. *First Monday*, 2(4).
<https://doi.org/10.5210/fm.v2i4.519>

- Gómez Sánchez, P., Pardo-Mora YY, Hernández-Aguirre, H., Jiménez-Robayo, S., & Pardo-Lugo, J. (2012). Menstruation in history. *Invest Educ Enferm*, 30(3), 371–377.
<https://doi.org/https://doi.org/10.17533/udea.iee.11459>
- Gottlieb, A. (2020). Menstrual taboos: Moving beyond the curse. In C. Bobel, I. T. Winkler, B. Fahs, K. A. Hasson, E. A. Kissling, & T.-A. Roberts (Hgs.): *The Palgrave handbook of critical menstruation studies* (143–162). Palgrave Macmillan.
- Granow, V. C., & Scolari, J. (2022). *TikTok – Nutzung und Potenziale der Kurzvideo-Plattform*.
https://www.media-perspektiven.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2022/2204_Granow_Scolari.pdf
- Green-Cole, R. (2020). Painting Blood: Visualizing Menstrual Blood. In C. Bobel, I. T. Winkler, B. Fahs, K. A. Hasson, E. A. Kissling, & T.-A. Roberts (Hgs.): *The Palgrave handbook of critical menstruation studies* (787– 801). Palgrave Macmillan.
- Guenther, T., & Schmidt, J. (2008). Wissenstypen im „Web 2.0“ — eine wissenssoziologische Deutung von Prodnutzung im Internet. In H. Willems (Hg.): *Weltweite Welten* (167–187). VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-531-91033-8_8
- Haliti-Sylaj, T., & Sadiku, A. (2024). Impact of Short Reels on Attention Span and Academic Performance of Undergraduate Students. *Eurasian journal of applied linguistics (Online)*, 10(3), 60–68. <https://doi.org/10.32601/ejal.10306>
- Hoggenmüller, S. W., & Raab, J. (2022). Bilder. In N. Baur & J. Blasius (Hgs.): *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung* (1581–1598). Springer Fachmedien.
https://doi.org/10.1007/978-3-658-37985-8_110
- Hoose, F., & Rosenbohm, S. (2024). Self-representation as platform work: Stories about working as social media content creators. *Convergence*, 30(1), 625–641.
<https://doi.org/10.1177/13548565231185863>
- Horton, D., & Wohl, R. R. (1956). MASS COMMUNICATION AND PARA-SOCIAL INTERACTION. *Psychiatry*, 19(3), 215–229.
<https://doi.org/https://uaccess.univie.ac.at/login?url=https://www.proquest.com/scholarly-journals/mass-communication-para-social-interaction/docview/1301432096/se-2>
- Hurley, Z. (2022). Middle Eastern women influencers' interdependent/independent subjectification on TikTok: feminist postdigital transnational inquiry. *Information Communication and Society*, 25(6), 734–751.
<https://doi.org/10.1080/1369118X.2022.2044500>
- Imdahl, M. (1996 [1980]). *Giotto, Arenafresken - Ikonographie, Ikonologie, Ikonik*. Brill | Fink.

- Iqani, M., & Schroeder, J. E. (2016). #selfie: digital self-portraits as commodity form and consumption practice. *Consumption Markets & Culture*, 19(5), 405–415.
<https://doi.org/10.1080/10253866.2015.1116784>
- Janke, K. (2018). "Reich sein reicht nicht mehr" Georg Franck, Begründer der Ökonomie der Aufmerksamkeit, über mentalen Kapitalismus, den Wert von "Likes" und Hass im Internet [Interview]. https://www-wiso-net-de.uaccess.univie.ac.at/document/HOR_cdafe2f340326a25d4b1efd4b3aa04b715a483eb (Letzter Zugriff: 20.10.2025).
- Johnston-Robledo, I., & Chrisler, J. (2020). The Menstrual Mark: Menstruation as Social Stigma. In C. Bobel, I. T. Winkler, B. Fahs, K. A. Hasson, E. A. Kissling, & T.-A. Roberts (Hgs.): *The Palgrave handbook of critical menstruation studies* (181–198). Palgrave Macmillan.
- Karaboue, K. (2024). A brief history of menstruation. *Medicina Historica*, 8(1).
<https://doi.org/https://www.mattioli1885journals.com/index.php/MedHistor/article/view/15262>
- Kemp, S. (2025). Digital 2025. WeAreSocial <https://wearesocial.com/de/blog/2025/02/digital-2025-ein-blick-auf-die-wichtigsten-digitalen-trends-weltweit/> (Letzter Zugriff: 05.10.2025).
- Kergel, D. (2018). *Kulturen des Digitalen*. Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-658-20327-6_1
- Klüppelberg, S. K., & Heinemann, S. (2024). Sprachlicher Umgang mit dem Tabu der Menstruation und mit Menstruierenden in Werbespots für Menstruationsprodukte. In S. Heinemann & C. Efig (Hgs.): *Geschlechterstereotype in den Medien* (239–256). Verlag Barbara Budrich. <https://doi.org/10.2307/jj.20626775.15>
- Knoblauch, H. (2014 [2005]). *Wissenssoziologie* (3. Ausg.). UVK.
- Koch, M.-C. (2022). *Tiktok setzt Videolänge auf bis zu zehn Minuten hoch*. Heise Online. <https://www.heise.de/news/Tiktok-setzt-Videolaenge-auf-bis-zu-zehn-Minuten-hoch-6528798.html> (Letzter Zugriff: 04.10.2025).
- Laufenberg, M. (2022). *Queere Theorien zur Einführung*. Junius Verlag.
- Levitt, R. B., & Barnack-Tavlaris, J. L. (2020). Addressing menstruation in the workplace: the menstrual leave debate. In C. Bobel, I. T. Winkler, B. Fahs, K. A. Hasson, E. A. Kissling, & T. A. Roberts (Hgs.): *The Palgrave handbook of critical menstruation studies* (561–575). Springer Nature.
- Losh, E. (2014). *Beyond Biometrics: Feminist Media Theory Looks at Selfiecity*. University of San Diego.
https://d25rsf93iwlmggu.cloudfront.net/downloads/Liz_Losh_BeyondBiometrics.pdf
- Lueger, M. (2010). *Interpretative Sozialforschung: Die Methoden*. UTB facultas wuv.

- Marie, A. (2023). *The Cycle Syncing Handbook: Identify Hormonal Patterns, Build Holistic Habits, and Embrace the Power of Your Menstrual Cycle*. Ulysses Press.
- Marwick, A. E., & boyd, d. (2011). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New media & society*, 13(1), 114–133.
<https://doi.org/10.1177/1461444810365313>
- McGregor, A. J., & Choo, E. (2012). Gender-specific Medicine: Yesterday's Neglect, Tomorrow's Opportunities. *Academic Emergency Medicine*, 19(7), 861–865.
<https://doi.org/10.1111/j.1553-2712.2012.01389.x>
- McRobbie, A. (2016). *Top Girls: Feminismus und der Aufstieg des neoliberalen Geschlechterregimes*. Springer Fachmedien.
- Media Measurement GfK Austria. (2025). *Studie Bewegtbildnutzung im Tagesverlauf 2025*.
https://www.rtr.at/medien/aktuelles/publikationen/Publikationen/nin/Not_NewsCenter_Publikationen_2025/BB_2025_Hauptergebnisse_final_Web.pdf
- Müller, M. R. (2016). Bildcluster: Zur Hermeneutik einer veränderten sozialen Gebrauchsweise der Fotografie. *Sozialer Sinn*, 17(1), 95–141. <https://doi.org/10.1515/sosi-2016-0004>
- Müller, M. R. (2018). Soziale Anschauung in technisierten Umgebungen. Die Fotografie als Medium visueller Sozialkommunikation. In M. R. Müller & H. G. Soeffner (Hgs.): *Das Bild als soziologisches Problem. Herausforderungen einer Theorie visueller Sozialkommunikation* (95–115). Beltz Juventa.
- Nicholls, R., & Gilchrist, P. (2022). Digital media and the promotion of a clean eating lifestyle: From 'glowing femininities' to 'skinny privilege'. In S. Lawrence (Hg.): *Digital Wellness, Health and Fitness Influencers* (110–127). Routledge.
- Ostrov Weisser, S., & Fleischner, J. (1994). INTRODUCTION. In S. Ostrov Weisser & J. Fleischner (Hgs.): *Feminist Nightmares: Women At Odds* (1–18). New York University Press. <https://doi.org/doi:10.18574/nyu/9780814784945.003.0004>
- Pfender, E., Kuijpers, K. L., Wanzer, C. V., & Bleakley, A. (2025). Cycle Syncing and TikTok's Digital Landscape: A Reasoned Action Elicitation Through a Critical Feminist Lens. *Qualitative Health Research*, 35(10-11), 1191–1203.
<https://doi.org/10.1177/10497323241297683>
- Pfender, E., Wanzer, C., Mikkers, L., & Bleakley, A. (2024). Sync or Swim: Navigating the Tides of Menstrual Cycle Messaging on TikTok. *Perspectives on Sex Reproductive Health*, 57(2), 127–132. <https://doi.org/10.1111/psrh.70004>
- Przyborski, A., & Wohlrab-Sahr, M. (2021). *Qualitative Sozialforschung* (5. Ausg.). De Gruyter.
- Przybylo, E., & Fahs, B. (2020). Empowered Bleeders and Cranky Menstruators: Menstrual Positivity and the "Liberated" Era of New Menstrual Product Advertisements. In I. T.

- Winkler, C. Bobel, E. A. Kissling, T.-A. Roberts, B. Fahs, & K. A. Hasson (Hgs.): *The Palgrave handbook of critical menstruation studies* (375–394). Springer Singapore Pte. Limited. https://doi.org/10.1007/978-981-15-0614-7_30
- Raab, J. (2008). *Visuelle Wissenssoziologie: theoretische Konzeption und materiale Analysen*. UVK, Univ.-Verl. Konstanz.
- Raab, J. (2019). 'Wer mehr sieht, hat mehr Recht.' Zur Kritik der wissenssoziologischen Bildhermeneutik. In R. Hitzler, J. Reichertz, & N. Schröer (Hgs.): *Kritik der Hermeneutischen Wissenssoziologie* (367–379). Beltz Juventa.
- Raab, J., & Stanisavljevic, M. (2018). Wissenssoziologische Videohermeneutik. In C. Moritz & M. Corsten (Hgs.): *Handbuch Qualitative Videoanalyse* (57–71). Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Rahayu, F. S., Wulandari, K., Christianto, S., Marcelino, A. J., & Haryanto, I. (2025, 23–25 July 2025). Does Short Video Lead to Decreased Attention Span and Memory Impairment? a Study on the Impact of Excessive Use of It on Well-Being. 2025 International Seminar on Intelligent Technology and Its Applications (ISITIA),
- Reichertz, J., & Englert, C. (2011). *Einführung in die qualitative Videoanalyse: Eine hermeneutisch-wissenssoziologische Fallanalyse*. VS Verlag für Sozialwissenschaften
- Reuter, M., & Köver, C. (2019a). *TikTok: Gute Laune und Zensur*. netzpolitik.org. <https://netzpolitik.org/2019/gute-laune-und-zensur/> (Letzter Zugriff: 05.10.2025).
- Reuter, M., & Köver, C. (2019b). *TikToks Obergrenze für Behinderungen*. netzpolitik.org. <https://netzpolitik.org/2019/tiktoks-obergrenze-fuer-behinderungen/> (Letzter Zugriff: 05.10.2025).
- Rogan, F. (2023). Backdrops: Neoliberalism, (post-)postfeminism and the transforming femininities of late modernity. In F. Rogan (Hg.): *Digital Femininities* (19–42). Routledge.
- Saini, R. K., & Dutta, U. (2025). Rhythms of the Menstrual Cycle in Therapy Rooms: Integrating Hormonal Awareness into Therapeutic Practice. *Annals of Indian Psychiatry*. [https://doi.org/DOI: 10.4103/aip.aip_88_25](https://doi.org/DOI:10.4103/aip.aip_88_25)
- Schnettler, B. (2007). Auf dem Weg zu einer Soziologie visuellen Wissens. *Sozialer Sinn*, 8(2), 189–210. <https://doi.org/10.1515/sosi-2007-0203>
- Schnettler, B., Kaden, T., & Voigt, L. (2025). "Look it up on the Web": Approaches to the Analysis of Clip-Based Knowledge Communication. *Forum, qualitative social research*, 26(1), 1–28. <https://doi.org/10.17169/fqs-26.2.4402>
- Seidman, G., & Miller, O. S. (2013). Effects of gender and physical attractiveness on visual attention to Facebook profiles. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(1), 20–24. [https://doi.org/doi: 10.1089/cyber.2012.0305](https://doi.org/doi:10.1089/cyber.2012.0305)

- Statista. (2024). *Ranking der größten Social Networks und Messenger nach der Anzahl der Nutzer im Januar 2024 (in Millionen)*.
<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/181086/umfrage/die-weltweit-groessten-social-networks-nach-anzahl-der-user/> (Letzter Zugriff: 17.09.2025).
- Steinem, G. (2020 [1978]). If Men Could Menstruate. In C. Bobel, I. T. Winkler, B. Fahs, K. A. Hasson, E. A. Kissling, & T.-A. Roberts (Hgs.): *The Palgrave handbook of critical menstruation studies* (353–356). Palgrave Macmillan.
- Stirenberg, T. (2022). *Scham, Schmerz, Hysterisierung : kulturwissenschaftliche Perspektiven auf Menstruation als Alltagspraxis*. utzverlag GmbH.
<https://ubdata.univie.ac.at/AC16660971>
- Stotzer, R., & Nelson, A. (2025). The (Anti)Feminism of Tradwives. *Terrorism and Political Violence*, k.A. <https://doi.org/10.1080/09546553.2025.2463588>
- Tagesschau. (2025, 17. September). *Trump verkündet Einigung mit China*. Tagesschau.
<https://www.tagesschau.de/wirtschaft/unternehmen/usa-tiktok-verbot-100.html> (Letzter Zugriff: 17.09.2025).
- Tagesschau. (2025, 19. Januar). *TikTok in den USA wieder erreichbar*. Tagesschau.
<https://www.tagesschau.de/ausland/trump-tiktok-aufschub-104.html> (Letzter Zugriff: 17.09.2025).
- Thaler, S., & Zoidl, F. (2024). In *Was es Frauen bringt, wenn sie nach dem Zyklus leben*.
<https://www.derstandard.at/story/3000000217352/was-es-frauen-bringt-wenn-sie-nach-dem-zyklus-leben>
- TIME. (2020). *Black TikTok Creators Say Their Content Is Being Suppressed*. TIME.
<https://time.com/5863350/tiktok-black-creators/> (Letzter Zugriff: 11.10.2025).
- Traue, B. (2013). Bauformen audiovisueller Selbst-Diskurse. Zur Kuratierung und Zirkulation von Amateurbildern in Film, Fernsehen und Online-Video. In R. Tuma, L.-M. Schmidt, & P. Lucht (Hgs.): *Visuelles Wissen und Bilder des Sozialen. Wissen, Kommunikation und Gesellschaft* (281–301). Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-531-19204-8_16
- Universität Wien. (2018). *Checkliste „Bildnutzung“ in wissenschaftlichen Arbeiten (Master-, Diplomarbeiten, Dissertationen)*
https://studienpraeses.univie.ac.at/fileadmin/user_upload/p_studienpraeses/Studienpraeses_Neu/Studienpraeses_Intern/Checkliste_Bild_Nutzung.pdf
- Ussher, J. M., & Perz, J. (2020). Resisting the mantle of the monstrous feminine: Women's construction and experience of premenstrual embodiment. In C. Bobel, I. T. Winkler, B.

- Fahs, K. A. Hasson, E. A. Kissling, & T. A. Roberts (Hgs.): *The Palgrave handbook of critical menstruation studies* (215–231). Palgrave Macmillan.
- Villa, P.-I. (2015). *schön normal: Manipulationen am Körper als Technologien des Selbst*. transcript Verlag.
- Vitti, A. (2014). *WomanCode: Perfect Your Cycle, Amplify Your Fertility, Supercharge Your Sex Drive, and Become a Power Source*. HarperOne.
- Vitti, A. (2020). *In the Flo. Unlock Your Hormonal Advantage and Revolutionize Your Life*. HarperCollins.
- Vogue. (2021). *Cycle Syncing: The Wellness Trend Every Woman Should Try For A Happier, Healthier Life*. <https://www.vogue.co.uk/beauty/article/what-is-cycle-syncing> (Letzter Zugriff: 15.02.2024).
- Völker, S. (2009). 'Entsicherte Verhältnisse' – Impulse des Prekarisierungsdiskurses für eine geschlechtersoziologische Zeitdiagnose. In B. Aulenbacher & A. Wetterer (Hgs.): *Arbeit. Perspektiven und Diagnosen der Geschlechterforschung* (268–286). Westfälisches Dampfboot. <https://ubdata.univie.ac.at/AC07355807>
- Weber, L., & Malhi, S. (2024, 21. März). *Women are getting off birth control amid misinformation explosion*. The Washington Post. <https://www.washingtonpost.com/health/2024/03/21/stopping-birth-control-misinformation/> (Letzter Zugriff: 11.11.2025).
- Weiß, E. M. (2021). *TikTok lässt Videos mit bis zu drei Minuten zu*. Heise Online. <https://www.heise.de/news/TikTok-laesst-Videos-mit-bis-zu-drei-Minuten-zu-6126847.html> (Letzter Zugriff: 04.10.2025).
- Wetterer, A. (2009). Gleichstellungspolitik im Spannungsfeld unterschiedlicher Spielarten von Geschlechterwissen. Eine wissenssoziologische Rekonstruktion. *GENDER - Zeitschrift für Geschlecht, Kultur und Gesellschaft*, 1(2), 45–60. <https://doi.org/https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-393946>
- Wimmer, B. (2021). *YouTube Shorts: Googles Antwort auf TikTok startet in Österreich*. FutureZone. <https://futurezone.at/apps/youtube-shorts-beta-phase-oesterreich-tiktok/401437885> (Letzter Zugriff: 04.10.2025).
- Wolf, K. D. (2021). Informelles Lernen mit Performanzvideos und Tutorials auf TikTok. In P. Moormann, M. Zahn, P. Bettinger, S. Hofhues, H. J. Keden, & K. Kaspar (Hgs.): *Mikroformate. Interdisziplinäre Perspektiven auf aktuelle Phänomene in digitalen Medienkulturen* (171–190). kopaed.
- Yetisen, A. K. (2018). Biohacking. *Trends in biotechnology*, 36(8), 744–747. <https://doi.org/10.1016/j.tibtech.2018.02.011>

- ZEIT, D. (2023, 21. April). *Datenschutz: Australien verbietet Staatsdienern Nutzung von TikTok auf Diensthandys*. DIE ZEIT. <https://www.zeit.de/digital/2023-04/tiktok-diensthandy-australien-verbot> (Letzter Zugriff: 05.10.2025).
- ZEIT, D. (2023, 24. März). *Datenschutz: Frankreichs Regierung verbietet TikTok auf Diensthandys*. DIE ZEIT. <https://www.zeit.de/digital/datenschutz/2023-03/tiktok-frankreich-verbot> (Letzter Zugriff: 05.10.2025).
- Zimmerman, D. H., & West, C. (1987). Doing gender. *Gender and Society*, 1(2).
<https://doi.org/doi:10.1177/0891243287001002002>
- Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism. The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. Profile Books.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Video 1 – Essen; Still aus Video 1, Einstellung 1 [Min. 00:00]	47
Abbildung 2: Video 2 – Infografik; Still aus Video 2, Einstellung 1 [Min. 00:00]	48
Abbildung 3: Video 3 – Schminken; Still aus Video 3, Einstellung 1 [Min. 00:00]	49
Abbildung 4: Video 4 – Schreiben; Still aus Video 4, Einstellung 18 [Min. 00:58]	50
Abbildung 5: POV-Perspektive; Still aus Video 1, Einstellung 3 [Min. 0:01]	58
Abbildung 6: Selfie-Perspektive; Still aus Video 1, Einstellung 4 [Min. 0:02]	59
Abbildung 7: Selfie-Perspektive; Still aus Video 2, Einstellung 1 [Min. 0:01]	60
Abbildung 8: Blick in den Spiegel; Still aus Video 3, Einstellung 3 [Min. 0:21]	61
Abbildung 9: Rekonstruiertes Aufnahmesetup in Video 3; eigene Darstellung	61
Abbildung 10: Drehung zu Beginn; Still aus Video 4, Einstellung 1 [Min. 0:00]	62
Abbildung 11: Spalt zwischen Einblendung der Protagonistin und dem Bildrand; Still aus Video 2, Einstellung 9 [Min. 0:39]	64
Abbildung 12: Verschobene Beschriftung, Detail eines Stills aus Video 2, Einstellung 5 [Min. 0:19]	64
Abbildung 13: Stadium A der Drehung am Ende; Still aus Video 4, Einstellung 27 [Min. 1:19]	69
Abbildung 14: Stadium B der Drehung am Ende; Still aus Video 4, Einstellung 27 [Min. 1:20]	69
Abbildung 15: Stadium C der Drehung am Ende; Still aus Video 4, Einstellung 27 [Min. 1:20]	69
Abbildung 16: Unsichere Haltung der Protagonistin; Still aus Video 3, Einstellung 9 [Min. 2:03]	71
Abbildung 17: Geometrische Ordnung der Bildfläche; Still aus Video 1, Einstellung 1 [Min. 0:00]	72
Abbildung 18: Geometrische Ordnung der Bildfläche II.; Still aus Video 1, Einstellung 2 [Min. 0:01]	73

Abbildung 19: Protagonistin isst mit Mann im Hintergrund; Still aus Video 1, Einstellung 44 [Min. 0:27]	74
Abbildung 20: Protagonistin schminkt sich die Augenbrauen; Still aus Video 3, Einstellung 3 [Min. 0:30]	76
Abbildung 21: „I’m back with another video [...]“; Still aus Video 2, Einstellung 1 [Min. 0:00]	78
Abbildung 22: Typisierte Weiblichkeit A; Still aus Video 2, Einstellung 1 [Min. 0:00]	80
Abbildung 23: Typisierte Weiblichkeit B; Still aus Video 3, Einstellung 5 [Min. 1:14]	80
Abbildung 24: Typisierte Weiblichkeit C; Still aus Video 1, Einstellung 11 [Min. 0:07]	80

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Nutzer:innen sozialer Netzwerke im Allgemeinen und Nutzung von TikTok (weltweit und in Österreich)	10
Tabelle 2: Anteil unterschiedlicher Altersgruppen an der Gesamtgruppe der TikTok-Nutzer:innen weltweit, aufgeschlüsselt nach Geschlecht	11
Tabelle 3: Datum der Veröffentlichung des ersten Posts der analysierten TikTok-Accounts, des ersten Posts zu Cycle Syncing und des analysierten Videos; sortiert nach dem Datum des ersten Videos auf TikTok	45

Abstract

Cycle Syncing ist ein Trend in sozialen Netzwerken wie TikTok, der behauptet, eine Anpassung des Alltags an den Menstruationszyklus würde eine Steigerung des eigenen Wohlbefindens sowie der Produktivität mit sich bringen. In dieser Arbeit werden Kurzvideos zu diesem Thema aus einer wissenssoziologischen Perspektive in den Blick genommen und im Kontext postfeministischer Medienkulturen verortet. Die wissenssoziologisch-hermeneutische Videoanalyse nach Jürgen Raab wird dazu eingesetzt, die audiovisuelle Gestaltung der Videos interpretativ in den Blick zu nehmen und ihren sozialen Sinn zu rekonstruieren. Der Fokus liegt dabei auf dem vermittelten Wissen über menstruierende Körper sowie auf Konstruktionen von Weiblichkeit. Die Interpretation ergab, dass die in den Videos eingesetzten gestalterischen Mittel zur Präsentation eines Körperwissens eingesetzt werden, das eine Antwort auf Orientierungsbedürfnisse von menstruierenden Personen in neoliberalen Gesellschaften anbietet und sich dabei auf eine eng gefasste Vorstellung von erfolgreicher Weiblichkeit stützt.

[English version]

Cycle syncing is a trend on social media platforms such as TikTok which claims that adapting one's daily routine to one's menstrual cycle will lead to an increase in well-being and productivity. Short video clips on the topic are analysed from the perspective of sociology of knowledge and placed in the context of postfeminist media cultures. Jürgen Raab's hermeneutic video analysis is used to interpretively examine the audiovisual design of the videos and reconstruct their social meaning. In doing so, the focus lies on the knowledge conveyed about menstruating bodies and on constructions of femininity. The interpretation concluded that the design elements used in the videos are employed to present 'body knowledge' that offers an answer to the orientation needs of menstruating persons in neoliberal societies and that relies on a narrow conception of successful femininity.

Anhang

- I. Kontextinformationen der Videos
- II. Partitur zu Video 1
- III. Partitur zu Video 2
- IV. Partitur zu Video 3
- V. Partitur zu Video 4
- VI. Texte in den Videos
- VII. Liste der zehn Accounts auf TikTok mit Cycle Syncing-Bezug mit den höchsten Follower:innenzahlen
- VIII. Liste der meistgeklicktesten Videos unter dem Begriff "Cycle Syncing" auf YouTube und TikTok

I. Kontextinformationen der Videos

	1 (Essen)	2 (Infografik)	3 (Schminken)	4 (Schreiben)
Titel des Videos	food is fuel, medicine, and love 💕	Screenshot last slides. Lmk if you have any questions / what you want me to share next	This is sooooo important please listen if you're not familiar with your cycle!! Aligning your lifestyle with what phase you're in can really help your mental	the cycle phases explained to help you with your #cyclesyncing journey 📝💡
Kanalname	@alexismswan	@mygirlwellness	@brooknewmann	@annatrim
Sitz des Kanals	k.A.	USA (laut verlinktem Shop)	Utah, USA	k.A.
Hashtags mit CS-Bezug oder Menstruations-Bezug	#cyclesyncing #infradianrhythm #menstralcycle #PMS #follicularphase #ovulation #lutealphase #howtobalancehormones	#hormonebalancehelp #hormonebalancetips #cyclesyncing #cyclesyncingfoods	#womenshealth #periodtips #cyclesyncing #cyclesyncingmethod	#womenshealth #hormonehealth #hormonebalance #cyclesyncingmethod #cyclesyncingexercise #cyclesyncingworkout
Sonstige Hashtags	#healthyrecipes #wellnesstok #easyrecipe	#greenscreen	#mentalhealth #women #mentalhealthmatters	#workoutplan #workoutroutine #womensupporting-women
Follower:innen (Stand 20.10.25)	180.900	50.800	73.400	22.500

Datum der Veröffentlichung	14.03.2024	25.10.2022	16.09.2023	27.07.2023
Klicks des Videos (Stand 30.10.2025)	118.500	1 Mio.	1.6 Mio.	4.9 Mio.
Kommentare zum Video (Stand 30.10.2025)	26	301	1635	1857

II. Partitur zu Video 1

Anmerkung zum TikTok-Logo (gilt für alle Partituren): Beim Herunterladen von TikTok-Videos über die plattformeigene Download-Funktion werden diese mit einem Wasserzeichen versehen, das aus dem Logo der Plattform - einer stilisierten Musiknote, rechts daneben in weißer Schrift "TikTok" - und darunter dem jeweiligen Benutzernamen, im Fall des ersten Videos "@alexismswan" besteht. Dieses Logo wird im Verlauf des Videos durchgängig, aber an wechselnden Stellen im Bild angezeigt. In diesem Fall wurde es zunächst mittig am linken Bildrand, dann rechts unten im Bild eingeblendet. Da nicht alle für die Analyse ausgewählten Videos über diese hauseigene Download-Funktion heruntergeladen werden konnten, wurde der Vergleichbarkeit halber eine externe Software verwendet, um die Videos für die Analyse herunterzuladen. In dieser Form (ohne Wasserzeichen) entsprechen sie jener Form, in der sie auf der Plattform selbst einzusehen sind. Informationen wie der Kanalname und Statistiken zur Interaktion mit dem Video werden am unteren und am rechten Rand des Videos angezeigt.

Titel des Videos und Link:

food is fuel, medicine, and love 

https://www.tiktok.com/@alexismswan/video/7346334689021545770?_r=1&_t=8m0mNT2kw9x

Grobstruktur

1. Verschiedene Gerichte werden **angerichtet**: Dessert mit Beeren, Brot mit Aufstrich
2. **Frau isst** ein Dessert
3. Verschiedene Gerichte werden **angerichtet**, **weitere Anwesende** im Hintergrund: Shake mit Blumen, Auflauf mit Gemüse, Kind dekoriert Auflauf
4. **Frau** schaut in Kamera und richtet **Haare**
5. Verschiedene Gerichte werden **angerichtet**: Pancakes, Kokosnuss, Kürbissuppe, grüner Smoothie, Erdbeere mit Schokolade, Schokodessert
6. **Frau** in Bikini/Unterwäsche, seitliche Aufnahme von **Gesicht**

7. Verschiedene Gerichte werden **angerichtet**: Nudelgericht, Pancake
8. **Frau isst** Pancakes
9. Rotes Püree/Mousse wird **angerichtet**
10. **Frau isst** Püree/Mousse, **weitere Anwesende**
11. Verschiedene Gerichte werden **angerichtet**: Küchlein wird angeschnitten, Nudelgericht

Nr. Sz.	Nr. Ei.	Zeitpunkt	Bild	Ton			Schrifteinblendung
			<i>Handlung (Tätigkeit)</i>	<i>Figur(en)</i>	<i>Umgebung</i>	<i>Kameraeinstellung, Video-bearbeitung</i>	<i>Gesprochener Text</i>
1	1	0:00-0:00	Dessert mit Beerensoße (Chia-Samen-Puding?) in einer gerippten Glasschale steht in der Mitte des Bildes, helle Soße wird aus einem Metallgefäß von oben darauf gegossen	Verschwommene weiße Hand (?) gießt von links kommend	Helle Marmorfläche (bildfüllend)	Aufsicht, Kamera nah am Motiv, Zeitraffer	weibliche Stimme, eher leise und ruhig, aber lebendig: Here is the exact method
	2	0:00-0:01	Dessert mit Beeren (Chia-Samen-Puding) in einer Glasschale steht	/	Helle Marmorfläche (bildfüllend)	Aufsicht, Kamera sehr nah am Motiv (vermutl. Zoom?), Zeitraffer	Schrift ist mit dem Ton synchronisiert, mittig im Bild platziert (weiße Schrift mit sehr kleinen Serifen, schwarz umrandet) „here is the“ “exact method“

3	5	0:03-0:03	Hellgelber Shake wird aus einem Glasbehälter in ein Trinkglas eingegossen	trägt einen weißen Pullover	Fotorahmen etc.)	Aufsicht, Kamera nah am Motiv, Zeitraffer	look and feel your best -	„eat healthier“ „look and feel“
	6	0:03-0:03	Shake wird mit einer gelben Blume geschmückt	Weißer Hand mit lackierten oder aufgeklebten etwas längeren Nägeln (beige/hellrosa) kommt von links	-II-	Aufsicht, Kamera nah am Motiv, Zeitraffer		„look and feel“
	7	0:04-0:04	Shake wird mit zwei weiteren Blumen (orange und blau) geschmückt	Weißer Hand mit lackierten oder aufgeklebten etwas längeren Nägeln (beige/hellrosa) kommt von rechts	-II-	Aufsicht, Kamera nah am Motiv, Zeitraffer		„look and feel“ „your best“ „just“
	8	0:04-0:04	Strohalm wird hinzugefügt	Weißer Hand mit lackierten oder aufgeklebten etwas längeren Nägeln (beige/hellrosa) kommt von oben	-II-	Aufsicht, Kamera sehr nah am Motiv: leichter Zoom?, Zeitraffer		„your best“ „just“
	9	0:04-0:05	Auflauf wird zubereitet: Lauch und anderes	Verschwommene weißer Hand	Heller Holzton-Untergrund und, Eierkarton	Aufsicht, Kamera nah am Motiv, Zeitraffer		„just“ „follow“ „these“

		Gemüse in einer rechteckigen Glasform wird mit einer Ei-Mixtur übergossen, Schüssel mit Mixtur nimmt Hälfte des Bildes ein, wandert von links nach rechts		mit Eierschalen und Ziegenkäse-Packung und Käsepackung				follow these recipes.	"recipes"
10	0:05-0:06	Fertiger, gebackener Auflauf mit Petersilie steht auf einem Tisch oder wird hochgehalten, dahinter stehendes Kind im HG fügt ein Blatt Petersilie hinzu	Weißes, blondes lockiges Kind, hat konzentriert Mund geöffnet, streckt rechten Arm nach oben, um an Lasagne zu kommen	Weißer Teller, braune Holzmöbel im Hintergrund	Leichte Aufsicht, Detail vom Kopf des Kindes (v.a. Haare), Zeitraffer			For some background,	„recipes“ "for some" "background"
4	11	Frau schaut in Kamera und richtet mit beiden Händen ihre Haare, als würde sie einen Spiegel verwenden, schaut aufmerksam	Blonde weiße Frau in halb durchsichtigem langärmeligen hellblau-weiß-ge mustertem Top über einem weißen Unterhemd/BH, grüne Augen, glatte Haut mit	Wohnzimmer? weiß dominante Farbe, geschlossene Tür im Hintergrund, Bogen, rechts Regal mit offenen Regalen und hellen Gegenständen	Frontale Aufnahme aus Normalsicht, Nahe, Zeitraffer			I'm Alex and	„background“ „I'm Alex“ „and i've been“

5	12	0:07-0:08	Stapel aus mehreren Pancakes wird "in Linien" mit Erdnussbutter (?) aus einer Plastiktube übergossen	Blush, glänzende Lippen /	(Bücher, Ordner, Fotorahmen etc.) Nur weiß	Aufsicht, Kamera sehr nah an Motiv, Zeitraffer	in etwa hier: beschwingter Beat kommt hinzu, Melodie geht weiter	I've been	„and i've been“
	13	0:08-0:08	Rote Beeren-Soße kommt von einer Gabel von oben dazu, wird damit verteilt	/	-ll-	-ll-, etwas näher ran (vermutl. Zoom)		cycle syncing for seven years	"cycle syncing" "for seven years"
	14	0:08-0:09	Puderzucker wird von oben dazu gestreut, rechts auf dem Teller liegen Minzeblätter	/	-ll-	-ll-, etwas weiter weg, Kamera weiter rechts, Zeitraffer			"for seven years"
	15	0:09-0:09	Offene Kokosnuss wird mit Zitrone/Limette beträufelt	Weisse Hände mit dunkelrot lackierten Nägeln und einem filigranen Ring an der linken Hand	Weisse Platte, dahinter unerkennbarer Schatten	Aufsicht, Kamera nah am Motiv, Zeitraffer		and I've come up with	"for seven years" "and I've" "come up with"
	16	0:09-0:10	Fruchtfleisch der Kokosnuss wird	-ll-	-ll-	-ll-			"come up with"

		mit einem Löffel ausgehöhlt, jetzt ist die zweite Hälfte der Kokosnuss zu sehen							
17	0:10-0:11	Kürbissuppe köchelt in einem Stahltopf auf dem Herd, Sahne o.ä. wird mit einem silbernen Messlöffel hinzugefügt	Weißer Hand mit dezenten "French Nails" kommt von links	moderne, glatte Herdplatte mit silbernen Bedienungsknöpfen; im HG weißer Marmor	Aufsicht, leicht schief - linke Seite näher an Kamera, Zeitraffer	some insanely	"come up with" "some insanely"		
18	0:11-0:11	Suppe im Topf wird mit einem weißen Löffel umgerührt	- -	- -	- -	delicious	"delicious"		
19	0:11-0:12	Fertige Suppe in einem Teller, mit einem Blatt angerichtet, von oben rechts wird ein Strahl Sahne o.ä. eingegossen	/	nur weißer Marmor	Aufsicht, Kamera sehr nah am Motiv (vermutl. Zoom), Zeitraffer	easy	"delicious" "easy and"		
20	0:12-0:12	Fertige Suppe in einem Teller wird mit einem Löffel links unten gegessen	/	- -	- -, minimal weiter weg, Zeitraffer	and nourishing	"easy and" "nourishing"		
21	0:12-0:12	Grüner Smoothie wird aus einem Glasbehälter in	/	Weißer Marmor	Leichte Aufsicht, Zeitraffer		"nourishing" "recipes for"		

			-mousse (?) wird in runde Holzschüssel gegessen		Marmorfläche, Vase in Form eines weiblichen Körpers, Kerze im HG	Kamera nah an Motiv, Zeitraffer				
40	0:25-0:25		Selbiges Püree ist mit grünlichen Kernen bestreut und wird mit einem Sirup/Öl übergossen	/	Weiß	Aufsicht, Kamera viel näher an Motiv, vermutl. Zoom, Zeitraffer	This method is designed	„overall health“ „this method“		
41	0:25-0:26		- -	- -	- -	- -, Kamera wieder ein bisschen weiter weg, Zeitraffer		„this method“ „is designed“		
42	0:26-0:27		Frau (Alex) hält Beerenpüree-Schale in der Hand und rührt es mit einem Stangengebäck (Grissini?) um, isst einen Löffel, im HG läuft ein Mann von links ins Bild	Weißes Frau, keine Schatten im Gesicht, glänzende rosa Lippen, glatte Haut, Rouge, weit auseinanderstehende Augen, weiße Ohrringe, Haare zusammengebunden, schwarzes Hemd (locker sitzend)	Heller Raum, Regale, offene Tür	Fast frontale Aufnahme, minimale Aufsicht, Kamera nah an Figur, Nahe, Zeitraffer	especially for	„is designed“ „especially“		
10				/	Weißer Mann mit dunklen kurzen Haaren,					

43	0:27-0:27	Frau (Alex) hält Beerenpüree-Schale in der rechten Hand und isst mit dem Stangengebäck (Grissini?) in der linken Hand etwas davon, im HG läuft der Mann weiter ins Bild	hellblaues Hemd, dunkle Hose Weiße Frau, keine Schatten im Gesicht, glänzende rosa Lippen, glatte Haut, Rouge, weit auseinanderstehende Augen, weiße Ohrringe, Haare zusammengebunden, schwarzes Hemd (locker sitzend) / Weißer Mann mit dunklen kurzen Haaren, hellblaues Hemd, dunkle Hose	-ll- -ll-	-ll- -ll-				„especially“
44	0:27-0:27	-ll-, zeigt Daumen nach oben, Mann hat sich bewegt und schaut jetzt auf ein Handy	-ll-	-ll-	-ll-		women and I'm only		„for“

50	0:30-0:31	Parmesan wird von Holzbrett runter auf das Gericht gegeben	/	-ll-	-ll-, Kamera wieder weiter weg vom Motiv, Zeitraffer			<i>„truly“</i> “delicious”
----	-----------	--	---	------	--	--	--	-------------------------------

III. Partitur zu Video 2

Titel des Videos und Link:

Screenshot last slides. Lmk if you have any questions / what you want me to share next

https://www.tiktok.com/@mygirlwellness/video/7158572848481783086?is_from_webapp=1&web_id=7368999296895370785

Grobstruktur:

1. **Einführung und Erklärung Cycle Syncing:** Frau groß im Bild, spricht in die Kamera
2. **Die vier "Cycles":** a) menstrual, b) follicular, c) ovulatory, b) luteal; weiterhin sprechende Frau jetzt nur klein links oben im Bild, Infografik im Zentrum
3. **Abschluss:** Empfehlung zur weiteren Verwendung der Information, Frau wieder groß im Bild und spricht in die Kamera

Anmerkung: Im Gegensatz zur Grobstruktur wird die zweite Szene in der Partitur noch einmal in vier Szenen (je Zyklusphase) eingeteilt, sodass sich insgesamt sechs Szenen ergeben.

Nr. Sz.	Nr. Ei.	Zeitpunkt	Bild: Quadrat in der Mitte mit Videoinhalt		Bild: Oberer und unterer schwarzer Rand des Videos	Ton	
			(Greenscreen-)Einblendung Figur	Grafik (Hintergrund)	Schrifteinblendung	Gesprochener Text	Musik

1	1	0:00-0:03	Einblendung in den mittleren drei Fünfteln des Bildes (vertikal): junge <i>weiße</i> Frau in der Nahaufnahme, links, rechts und unten gerade abgeschnitten. Braune, zu einem glatten Zopf gebundene Haare, auf zwei Stränge geteilt, die auf Achsellänge aufliegen. Eher zierliches Gesicht mit großen Augen, breitem, schmalen Mund, helle Haut. Trägt schwarzen (Sport-)BH mit weitem U-förmigen Ausschnitt sowie eine kurze schwarze (Sport-)Hose, eine filigrane Kette mit weißem tropfenförmigen Stein daran und simple kleine Kreolen. Arme, Dekolleté, Bauch und Beine sind nicht bedeckt Frau stützt mit rechter Hand ihr Gesicht ab, während sie in die Kamera schaut, sie lächelt dezent Beim Sprechen bewegt sich die Hand weg vom Gesicht, sie dreht die linke Seite des Gesichts leicht von der Kamera weg, dann die andere Seite; belebter Gesichtsausdruck (z.B.	grülicher Hintergrund mit abstrakten dunkelgrauen Linien in organischen Formen (mittig links, oben rechts, unten rechts am Bildrand); darauf: oben mittig eine Schrift, von der Person überdeckt, es ist zu lesen: "Food — Uring Your — M — CYCLE"; darunter links und rechts jeweils drei Zeichnungen von Lebensmitteln übereinander, symmetrisch angeordnet links (von oben): - Lachs - Schokolade - Spinatblätter (?) rechts: - Heidelbeeren - Teetasse - Hülsenfrüchte/Bohnen Unter jedem Piktogramm ist eine Beschriftung des Lebensmittels in einer wie handgeschrieben Schriftart, dunkelbraun, mit einer weißen Unterlegung	Schrift ist mit dem Ton synchronisiert, das Bild ist oben und unten von einem schwarzen Rand gerahmt, sodass das 'eigentlich gefüllte' Bild quadratisch ist; sich ändernde Schrift ist links oben im Bild platziert (weiße Schrift ohne Serifen, schwarz umrandet). „I'm back with another video on how to heal your hormones naturally“	weibliche Stimme, freundlich, aber bestimmt: I'm back with another video on how to heal your hormones naturally. (“on” ist langgezogen, teilt den Satz in zwei Teile)	Sehr leise im Hintergrund: EDM/Pop, weibliche, stark bearbeitete Stimme singt unverständliche Vocals, elektronischer Beat
---	---	-----------	--	--	--	--	--

2	0:03-0:08	Augenbrauen hochziehen) beim Sprechen rechte Hand kommt von links gestikulierend ins Bild	-II-	-II- bleibt noch einen ganz kurzen Moment eingeblendet, dann kurzes 'blank' „today I'm talking about food and cycle syncing” “cycle syncing is so important if you haven't heard about it already	Kurzes Schnalzen, dann: Today I'm talking about food and cycle syncing - and cycle syncing is so important if you haven't heard about it already.				
3	0:08-0:13	rechte Hand wieder näher am Gesicht, wird aus der Ruheposition zum gestikulieren herangezogen Zeigt die Zahl vier mit der Hand	-II-	-II- bleibt noch einen ganz kurzen Moment eingeblendet, dann: “it's when you match your food” “your exercise and your lifestyle habits to your current cycle” “we have 4 by the way”	It's when you match your food, your exercise and your lifestyle habits to your current cycle. We have four by the way.				
4	0:13-0:19	Hand wieder aus dem Bild	-II-	kurz 'blank', dann: “so your body actually needs specific foods during each cycle”	So your body actually needs specific foods during each cycle to				

[illegible]

3	6	0:25-0:29	Frau wird noch etwas kleiner und mit dem Gesicht weiter weg von der Kamera, zeigt erneut nach unten rechts auf die Grafik	- Eine aufgeschnittene, eine ganze Avocado (Avocado) - Körner (Ground flax) - Dunkelgrüne Vierecke, Algen? (Kelp and Nori) rechts: - drei Heidelbeeren (Berries) - Teetasse mit Herz drauf und aufsteigendem Dampf (Warm teas) - Hülsenfrüchte/Bohnen (Lentils and Beans) → Beschriftung ist schief im Verhältnis zum weiß unterlegten 'Schriftfeld' eingeblendet Neuer Inhalt auf dem gleichen gräulichen HG; neue Überschrift lautet: "Foods to Eat During Your FOLLICULAR Cycle", FOLLICULAR ist dabei weiß unterlegt; darunter: "(around days 7-12)" Die wieder insgesamt neun quadratisch aufbereiteten neuen Lebensmittel inkl. Beschriftungen: links (von oben): - aufgeschnittene Grapefruit (Citrus)	"take a screenshot here" the foods to focus on during your follicular cycle" "which is right after menstrual"	Here (are) the foods to focus on during your follicular cycle, which is right after menstrual.	Musik baut sich auf, Drums werden schneller
---	---	-----------	---	---	---	--	---

4	7	0:29-0:33	Frau noch etwas kleiner/ weiter unten rechts, zeigt erneut nach unten rechts auf die Grafik	- Hand, die ein Glas mit runden Teilen als Inhalt hält (Fermented Foods) - drei grüne Kerne (Pumpkin Seeds) Mitte: - Ein Brokkoli-Teil (Broccoli) - Zwei aufgeschnittene Hühnerhälften (Eggs) - Eine (Hühner)Fleischkeule (Poultry) rechts: - drei Karotten (Carrots) - kreisförmig angeordnete grüne Punkte (Green Lentils) - Eine Zucchini (Zucchini) Neuer Inhalt auf dem gleichen gräulichen HG; neue Überschrift lautet: "Foods to Eat During Your OVULATORY Cycle", OVULATORY ist dabei weiß unterlegt; darunter: "(around days 13-20)" Die wieder insgesamt neun quadratisch aufgereihten neuen Lebensmittel inkl. Beschriftungen lauten: links (von oben):	"and the foods you need during your ovulatory cycle" "which is when you drop your egg" And the foods you need during your ovulatory cycle, which is when you drop your egg. 0:32- "Drop"
---	---	-----------	---	--	--

				links (von oben): - aufgeschnittene Süßkartoffel (Sweet potato) - Gleiche Fleischkeule wie in Einst. 6 (Turkey) - eine Walnuss (Walnuts) Mitte: - ein Apfel (Apples) - zwei Datteln (Dates) - ein rohes Steak (Beef) rechts: - Weißkohlkopf (Cauliflower) - sieben Kichererbsen (Chickpeas) - einige Minzblätter und eine Ingwerknolle (Ginger & Mint)			
6	9	0:36-0:42	Person wieder groß im Bild, verdeckt mittlere Reihe an Lebensmitteln in der Grafik komplett, etwas kleineres Bildausschnitt als in ersten Einstellungen, Nahe - Bauch ist nicht zu sehen, rechte Hand ist kurz zu sehen, als sie gestikuliert Kleinerer Bildausschnitt, jetzt nur mehr Kopfspitze bis Mitte der Brust zu sehen	- -, von Figur überdeckt	“feel free to rewatch to take screenshots of each graphic” “otherwise I posted on our Instagram so you can save it there as well too”	Feel free to rewatch to take screenshots of each graphic. otherwise I posted on our Instagram so you can save it there as well too.	

IV. Partitur zu Video 3

Titel des Videos und Link:

This is sooooo important please listen if you're not familiar with what phase you're in can really help your mental

<https://www.tiktok.com/@brookenewmann/video/7246155607110126891>

Grobstruktur:

1. **Einführung:** Bedeutung von Cycle Syncing
2. Aufzählen der **vier Phasen des Zyklus** (a) menstrual, b) follicular, c) ovulatory, b) luteal); Erklärung **“menstrual phase”**
3. Erklärung **“follicular phase”**
4. Erklärung **“ovulation phase”**
5. Erklärung **“luteal phase”** und **Abschluss, Fazit**

Nr. Sz.	Nr. Ei.	Zeitpunkt	Bild		Ton	Einblendung Schrift		
			Gesten/Bewegung/Gesichtsausdruck	Sonstiges Bild		Gesprochener Text	Untertitel	Schrift mittig
1	1	0:00-0:07	Person sitzt mittig im Bild, nimmt die unteren zwei Drittel des Bildes ein. Sie hat helle Haut, blonde Haare, trägt ein schwarzes Top	Weißer Wand mit weißer geschlossener Tür, zwei Caps an Wand aufgehängt,	[How?] cycle syncing changed my mental health! If you're a woman and you [have] a period and you're not cycle syncing, you need	"how cycle sinking change my mental health" "if you're a woman and you have a period and	Durchgehend eingeblendet: How cycle syncing	

		mit eckiger Form und tieferem U-Ausschnitt. Die offenen Haare sind mit einem pinken flauschigen Haarband mit einer Schleife drauf zurückgesteckt, sie trägt dezenten Schmuck (eine feine Kette, goldene kleine Kreolen, jeweils einen schlichten Ring an jeder Hand) Beide Hände werden zum gestikulieren verwendet: - zunächst beide seitlich, mit spitzen Fingern - dann hebt linke Hand zu einem gehobenen Zeigefinger an, senkt sich wieder - beide Zeigefinger treffen sich in der Mitte, in der Mitte des Ausschnitts; werden mehrfach auseinander und wieder zusammengetippt - linke Hand bewegt sich in Richtung der Kamera	eine weiße und eine dunkle, weißer Lichtschalter; rechts unten in der Ecke ist ein hellblauer Spiegel mit Lampen (?) angeschnitten Das von Kameraseite einfallende Licht scheint natürliches Tageslicht oder helles Kunstlicht zu sein, das Bild ist insgesamt gleichmäßig & auf Gesichtshöhe tendenziell am hellsten ausgeleuchtet, zu den Rändern hin sind Schatten auf der Wand zu erkennen	to be, and you need to watch this video!	you're not cycle sinking" "you need to be and you need to watch this video"	Menstruation/Winter -bleeding -cramping -tired -back pain	improved my mental health [pinker, expandierender Herz-Emoji]
2	2	0:07-0:19 - rechter Arm ist vorne im Bild, wird zurückgezogen - schnelle, Horizontal gerade ausbreitende Geste mit beiden Händen		So obviously there's four phases to our cycle: menstruation, follicular, ovulation and then luteal. Menstruation - think we're all pretty familiar with - it's when you're bleeding, you	"so obviously there's 4 phases to our cycle" "menstruation" "follicular ovulation and then luteal menstruation"		

			- dreht mit beiden Händen gelbe Makeup-Verpackung auf - zeigt mit der linken Hand einen Daumen nach oben; zählt eine "1" - hält Makeup mit rechter Hand und dreht mit der linken - in beide Richtungen ausschweifende Bewegung mit Makeup in der Hand - Streicht Bürstchen mit der rechten Hand an der Dose ab	have cramps, you feel like shit, you're tired - we get it.	"think we're all pretty familiar with" "it's when you're bleeding" "you have cramps" "you feel like shit"	-low progesterone & testosterone	
3	3	0:19-0:39	- streicht mit linker Hand das Bürstchen über ihre linke Augenbraue - zeigt mit linker Hand Gänsefüßchen in der Luft, bewegt beide Hände mittig im Bild hin und her, Schminke noch in jeweils einer Hand - Schaut in Kamera, bewegt Hände kurz auf und wieder ab - Fährt damit fort, die rechte Augenbraue zu schminken	The next phase is [the/your] follicular phase which lasts about two weeks. And that's what they [kinda?] call spring, they break up like the four parts of your cycle into four different seasons - follicular, spring. So. It's kind of when you feel energized, you feel adventurous, you're usually your most snatched at this point; I'm my happiest at this point (lacht), my least	"we get it the next phase is your regular phase" "which lasts about 2 weeks" "and that's what they call spring" "they break up" "like the 4 parts of your cycle into 4 different seasons" "circular spring" "so it's kind of when you feel energized" "you feel adventurous"	Menstruation/Winter -bleeding -cramping -tired -back pain -low progesterone & testosterone (nur kurz eingeblendet, dann:) Follicular/Spring -most energy -feeling refreshed -clear skin	

			- zieht die rechte Hand gerade nach unten - Schminkt kurz die linke Augenbraue weiter, während die rechte Hand im Vordergrund ist und auf sich selbst zeigt - Wackelt mit beiden Händen hin und her	anxious. It's just like - my favourite phase.	"you're usually at your most snatched at this point" "I'm my happiest at this point" "my least anxious" "it's just like my favourite phase"	-estrogen and testosterone start to rise again -thoughts are clear
4	0:39-0:52	- führt rechte Hand in der Mitte des Bildschirms umher - zählt am kleinen Finger der linken Hand beginnend ab (1, 2) - löst die Verbindung der Hände, bewegt sie ausschweifend im Kreis - bringt Fingerspitzen beider Hände zusammen und hält sie auf Schulterhöhe ("that's the week"), bewegt sie um Satz zu betonen - Bewegt beide Hände geöffnet parallel nach links - rechte Hand bewegt sich in Richtung Kamera	But the follicular phase is when I try to hit my hardest workouts. I would like to align like all my important work stuff in this week, like if I have to speak in front of people or give a presentation or do whatever, like that's the week I wanna- those are the two weeks I wanna be doing it.	"but the flicker phase is when I try to hit my hardest workouts" "I would like to align" "like all my important work stuff in this week" "like if I have to speak in front of people" "I give a presentation or do whatever" "like that's the week I wanna" "those are the 2 weeks I wanna be doing it"		
4	0:52-1:15	- rechte Hand bewegt sich von Kamera weg	And then we get into	"and then we get into our ovulation phase"	Follicular/Spring -most energy -feeling refreshed	

			- öffnet mit der rechten Hand eine Schublade unter dem (Schmink)tisch, an dem sie sitzt, greift mit der linken Hand eine (Lidschatten?) Palette hinaus - öffnet mit beiden Händen die Palette und legt sie auf dem Tisch (außerhalb des aufgenommenen Winkels) ab - schüttelt die linke Hand ein wenig ("a little"), macht dann eine runde Bewegung in der Luft ("pretty good") - zieht Schublade wieder mit rechter Hand auf, während die linke Hand den Zeigefinger hochhebt; anschließend eine flache Hand zeigt und dann die Hand umkehrt um auf sich selbst zu zeigen; die rechte Hand richtet währenddessen die Haare - Hände führen aus dem Bild heraus in einer	our ovulation phase which people consider, like, your summer phase. And that's usually when you're feeling sexy, you kind of want to do the deed maybe a little more oooften. Some people feel a little overwhelmed in this phase but for me, I usually feel pretty good. I start to bloat a little bit in this phase, I don't know if that's for everybody, but my experience. You also feel like usually pretty creative.	"which people consider like" "your summer phase" "and that's usually when you're feeling sexy" "you kind of want to do the deed maybe a little more often" "some people feel a little overwhelmed in this phase" "but for me I usually feel pretty good" "I start to bloat a little bit in this phase" "I don't know if that's for everybody" "but my experience" "you also feel usually pretty creative"	-clear skin -estrogen and testosterone start to rise again -thoughts are clear Ab 0:57: Ovulation/Summer -feeling confident -horny lol -creative -highest testosterone -feeling social	
--	--	--	---	---	--	---	--

[illegible]

				literally just my hormones. Our hormones dictate so much about us and once you realize that you will be more at ease. I promise.	"I need to change everything about my life" "I start to question everything" "and it I for so long" "I didn't understand what was going on" "and it's literally just my hormones" "our hormones dictate so much about us" "and once you realize that" "you will be more at ease" "I promise so"		
		- gleiche Position mit geschlossenen Fingerspitzen, bewegt Hände gegeneinander, ohne dass sie sich berühren (changing so much) - öffnet Fingerspitzen auf beiden Händen, führt Hände leicht auseinander (question things) - führt Hände zusammen, verschränkt Finger (literally) - zählt mit rechter Hand die Finger an der linken bis drei ab - führt Hände flach auseinander, über Schulterhöhe - richtet Top - öffnet Hände erneut, legt Haare mit rechte Hand von hinten nach vorne über die Schule - zeigt geöffnete linke Hand mit Handfläche zur Kamera - schließt linke Hand und bewegt sie in kurzen Bewegungen leicht nach links und rechts					

V. Partitur zu Video 4

Titel des Videos und Link:

the cycle phases explained to help you with your #cyclesyncing journey 📝📅

<https://www.tiktok.com/@annatrim/video/7260526844699626794>

Grobstruktur:

1. **Einleitung:** Vorhaben für das Video, Blatt Papier kommt ins Bild
2. Vorstellung der **vier Phasen des Zyklus** (follicular, ovulatory, luteal, menstrual) anhand eines **Schaubilds**: pro Phase werden jeweils die assoziierte Jahreszeit, die Dauer, die hormonellen Veränderungen und ihre Auswirkungen händisch auf das Blatt Papier geschrieben
3. Aufforderung zur Nutzung der Phasen zur Verbesserung der Produktivität, **Vervollständigung des Schaubilds**
4. **Abschluss:** Metareflexion der Wissensvermittlung, Blatt Papier wird aus dem Bild bewegt

Anmerkung: In diesem Video verlaufen die Strukturen des Textes auf der auditiven Ebene und des auf der visuellen Ebene inszenierten Schaubildes teilweise nicht synchron. Es musste also für die Beschreibung der Struktur des Videos eine der Ebenen als entscheidend gesetzt werden. Für die Grobstruktur wurde die Textebene als bestimmend gewählt, da hier die vier unterschiedlichen inhaltlichen Teile des Videos klar benannt werden. Die Partitur ist grundsätzlich primär an den visuellen Ebene ausgerichtet - die Einstellungen bilden als kleinste Einheit ihre Grundstruktur -, bei der Bezeichnung der vier Szenen wurde ein 'Kompromiss' zwischen auditiver und visueller Ebene gefunden. Außerdem wurden die vier bereits durch die Grobstruktur festgelegten Szenen zur besseren Orientierung durch "Runden" des Ausfüllens des Schaubilds auf der visuellen Ebene ergänzt.

No. Sz.	No. Ein.	Zeit	Bild (alles in leichtem Zeitraffer)	Ton		
			Gesamtes Bild	Handgeschriebene Grafik	Voice-Over	Musik
1	1	0:00-0:02	Helbrauner Holz(optik)tisch bildet den fast bildfüllenden Hintergrund, am oberen Rand ist ein schmales Stück einer weißen Wand zu sehen, auf dem Tisch steht ein silberner Bildschirm mit einem eckigen, flachen Ständer, das Bein sowie der angeschnittene untere Rand des Bildschirms sind auch zu sehen, das Logo "hp" ist am oberen Bildrand zu erkennen In der Mitte des oberen Drittels, auf Höhe der silbernen Fläche des Bildschirmständers, ist die Überschrift "CYCLE SYNCING EXPLAINED" in einer serifenlosen weißen Schrift mit schwarzer Umrandung eingeblendet Aus der unteren rechten Bildecke kommt, sich gegen den Uhrzeigersinn drehend, ein beschriftetes Blatt Papier in die Mitte des Bildes, es wird von zwei <i>weißen</i> Händen bewegt. Es kommt zu einem Halt in einer Position, in der es in etwa parallel zum Rand des Bildschirmständers ist, mit einer leichten Neigung nach rechts	Weißes Blatt ist durch zwei handgezeichnete Linien in vier Teile geteilt, die jeweils hauptsächlich durch Schrift gefüllt sind, alles in Schwarz geschrieben, die Überschriften und jeweils ein Symbol zusätzlich mit vier Farben (rosa, gelb, orange, hellblau) markiert. Lesbar ist: FOLLICULAR <<inner spring [Blume] >> • 7-10 days • hormones in quiet phase; then begin to rise • open to new things, creative [Ausrufezeichen mit Herz] OVULATORY <<inner summer [Sonne] >> • 3-4 days • dramatic rise in estrogen; LH hormone, testosterone [Pfeil nach unten] • energy surges, begins to peak • most social phase	When I started Cycle Syncing I felt like I had to	leise, hoffnungsvolle Klaviermusik baut sich im Laufe des Videos auf (wird voller und ein kleines bisschen lauter): eher hohe Töne begleitet von einem regelmäßigen tieferen Grundrhythmus

				LUTEAL <<inner fall [Geist, Kürbis] >> • 10-14 days • hormones reach peak concentrations and then [Pfeil nach unten] right before period • energy starts to decrease • detail oriented/task completion MENSTRUAL <<inner winter [Schneeflocke] >> • 3-7 days • uterus sheds endometrial lining • prioritize rest [lächelnder Smiley] • inward focus (journal/reflect)	
1. 'Runde' des Ausfüllens: Überschriften umranden					
2	2	0:02-0:03	Der Bildausschnitt ändert sich leicht, die Kamera scheint etwas näher am Tisch zu sein, sodass nur mehr ein Teil des Ständers des Bildschirms zu sehen ist, nicht mehr dessen unterer Rand Das Blatt Papier (jetzt deutlich weniger beschriftet) liegt schräg auf dem Tisch, rechte Seite ist weiter unten, von der linken Seite kommt eine weiße Hand mit einem schwarzen Stift und umrahmt die Überschrift links oben	FOLLICULAR	go back to school and learn everything I never learned about.

			FOLLICULAR / OVULATORY	So we're gonna walk through how I taught myself about these phases in a way that really helped me understand this method.	
3		0:03-0:05	Die Hand ist jetzt weiter im Bild, auch das Handgelenk mit einer digitalen (Sport?)Uhr mit grauem Band ist zu sehen, der Stift umrandet die Überschrift rechts oben mit einem Kästchen		
4		0:05-0:07	-II-, umrandet die neu erschienene Überschrift links unten		
5		0:07-0:08	-II-, umrandet die neu erschienene Überschrift rechts unten		
2. 'Runde' des Ausfüllens: Jahreszeiten-Äquivalente zu den Zyklusphasen					
6		0:08-0:11	Schreibt und zeichnet im linken oberen Rechteck des Blattes das Jahreszeiten-Äquivalent zur Phase	FOLLICULAR [schreibt]/ OVULATORY / LUTEAL / MENSTRUAL	Think of your follicular phase as your inner spring, your ovulatory phase as your inner summer, the luteal phase as your inner fall and the menstrual phase as your inner winter. The follicular phase can be anywhere from seven to ten days;
7		0:11-0:13	Schreibt und zeichnet im rechten oberen Rechteck -II-	FOLLICULAR << inner spring [Blume] >> / OVULATORY [schreibt]/ LUTEAL / MENSTRUAL	
8		0:13-0:18	Schreibt und zeichnet im linken unteren Rechteck -II-	FOLLICULAR << inner spring [Blume] >> / OVULATORY << inner summer [Sonne] >> / LUTEAL [schreibt] / MENSTRUAL	
9		0:18-	Schreibt und zeichnet im rechten	FOLLICULAR	

		0:22	unteren Rechteck -II-	<< inner spring [Blume] >> / OVULATORY << inner summer [Sonne] >> / LUTEAL << inner fall [Geist, Kürbis] >> / MENSTRUAL [schreibt]		
3. 'Runde' des Ausfüllens: Tage je Phase						
10	0:22-0:24	Schreibt im linken oberen Rechteck des Blattes die Dauer der Phase in Tagen hinzu	FOLLICULAR << inner spring [Blume] >> [schreibt] OVULATORY << inner summer [Sonne] >> / LUTEAL << inner fall [Geist, Kürbis] >> / MENSTRUAL << inner winter [Schneeflocke] >>	ovulatory three to four days;		
11	0:24-0:25	Schreibt im rechten oberen Rechteck des Blattes -II-	FOLLICULAR << inner spring [Blume] >> 7-10 days/ OVULATORY << inner summer [Sonne] >> / LUTEAL << inner fall [Geist, Kürbis] >> / MENSTRUAL << inner winter [Schneeflocke] >>			
12	0:25-0:27	Schreibt im linken unteren Rechteck des Blattes -II-	FOLLICULAR << inner spring [Blume] >> 7-10 days/ OVULATORY << inner summer [Sonne] >>	luteal ten to fourteen days;		

			3-4 days/ LUTEAL <<inner fall [Geist, Kürbis] >> [schreibt]/ MENSTRUAL <<inner winter [Schneeflocke] >>	and menstrual three to seven days.	
13	0:27- 0:29	Schreibt im rechten unteren Rechteck des Blattes -II-	FOLLICULAR << inner spring [Blume] >> 7-10 days/ OVULATORY << inner summer [Sonne] >> 3-4 days/ LUTEAL <<inner fall [Geist, Kürbis] >> 10-14 days/ MENSTRUAL <<inner winter [Schneeflocke] >> [schreibt]	During the follicular phase, your hormones start out in a quiet phase and	
4. 'Runde' des Ausfüllens: biologische Charakteristika der Phasen					
14	0:29- 0:33	Schreibt im linken oberen Rechteck des Blattes biologische Charakteristika der Phase hinzu	FOLLICULAR << inner spring [Blume] >> 7-10 days [schreibt]/ OVULATORY << inner summer [Sonne] >> 3-4 days/ LUTEAL <<inner fall [Geist, Kürbis] >> 10-14 days/ MENSTRUAL <<inner winter [Schneeflocke] >> 3-7 days	slowly begin to increase. (lauter) The energy begins to rise.	

15	0:33-035	Schreibt die biologischen Charakteristika weiter im linken oberen Rechteck des Blattes, ein gezeichneter Pfeil erscheint (Teil des Schreibprozesses wurde "übersprungen")	FOLLICULAR << inner spring [Blume] >> 7-10 days [schreibt]/ OVULATORY << inner summer [Sonne] >> 3-4 days/ LUTEAL <<inner fall [Geist, Kürbis] >> 10-14 days/ MENSTRUAL <<inner winter [Schneeflocke] >> 3-7 days	The ovulatory phase follows directly after and this is where our hormones really start to ramp up and energy begins to surge. During the luteal phase, hormones reach their peak concentration and then begin to decrease. Energy starts to decrease as well and this is why you might feel a bit tired right before your period. This is when I start to embrace my inner	
16	0:35-0:45	Schreibt im rechten oberen Rechteck des Blattes -II-	FOLLICULAR << inner spring [Blume] >> 7-10 days - hormones in quiet phase; then begin to rise [Pfeil nach oben] - open to new things, creative [Ausrufezeichen mit Herz]/ OVULATORY << inner summer [Sonne] >> 3-4 days [schreibt]/ LUTEAL <<inner fall [Geist, Kürbis] >> 10-14 days / MENSTRUAL <<inner winter [Schneeflocke] >> 3-7 days		
17	0:45-	Schreibt im linken unteren Rechteck des	FOLLICULAR		

		0:54	Blattes -II-	<< inner spring [Blume] >> 7-10 days • hormones in quiet phase; then begin to rise [Pfeil nach oben] • open to new things, creative [Ausrufezeichen mit Herz]/ OVULATORY << inner summer [Sonne] >> 3-4 days • dramatic rise in estrogen; LH hormone, testosterone [Pfeil nach unten] • energy surges, begins to peak LUTEAL <<inner fall [Geist, Kürbis] >> 10-14 days [schreibt] / MENSTRUAL <<inner winter [Schneeflocke] >> 3-7 days	slug. During the menstrual phase, the uterus sheds the endometrial lining and this is the best time to prioritize	
18		0:54-1:00	Schreibt im rechten unteren Rechteck des Blattes -II-	FOLLICULAR << inner spring [Blume] >> 7-10 days • hormones in quiet phase; then begin to rise [Pfeil nach oben] • open to new things, creative [Ausrufezeichen mit Herz]/ OVULATORY << inner summer [Sonne] >> 3-4 days • dramatic rise in estrogen; LH hormone, testosterone [Pfeil nach unten]		

			unten] - energy surges, begins to peak LUTEAL <<inner fall [Geist, Kürbis] >> 10-14 days - hormones reach peak concentrations and then [Pfeil nach unten] right before period - energy starts to decrease/ MENSTRUAL <<inner winter [Schneeflocke] >> 3-7 days [schreibt]	rest. [leicht veränderter Tonfall]	
5. 'Runde' des Ausfüllens: Handlungsempfehlungen					This method can help you
3	19	1:00-1:02	Schreibt im linken oberen Rechteck des Blattes eine Handlungsempfehlung hinzu	FOLLICULAR << inner spring [Blume] >> 7-10 days - hormones in quiet phase; then begin to rise [Pfeil nach oben] - open to new things, creative [Ausrufezeichen mit Herz]/ [schreibt] OVULATORY << inner summer [Sonne] >> 3-4 days - dramatic rise in estrogen; LH hormone, testosterone [Pfeil nach unten] - energy surges, begins to peak LUTEAL <<inner fall [Geist, Kürbis] >> 10-14 days	

			- hormones reach peak concentrations and then [Pfeil nach unten] right before period - energy starts to decrease/ MENSTRUAL <<inner winter [Schneeflocke] >> 3-7 days - uterus sheds endometrial lining - prioritize rest [lächelnder Smiley]			
20	1:02-1:04	Schreibt im rechten oberen Rechteck des Blattes -II-	FOLLICULAR << inner spring [Blume] >> 7-10 days - hormones in quiet phase; then begin to rise [Pfeil nach oben] - open to new things, creative [Ausrufezeichen mit Herz] - open to new things, creative [Ausrufezeichen mit Herz]/ OVULATORY << inner summer [Sonne] >> 3-4 days - dramatic rise in estrogen; LH hormone, testosterone [Pfeil nach unten] - energy surges, begins to peak [schreibt]/ LUTEAL <<inner fall [Geist, Kürbis] >> 10-14 days			biohack your way into making your month more

			- hormones reach peak concentrations and then [Pfeil nach unten] right before period - energy starts to decrease/ MENSTRUAL <<inner winter [Schneeflocke] >> 3-7 days - uterus sheds endometrial lining - prioritize rest [lächelnder Smiley]		
21	1:04-1:07	Schreibt im linken unteren Rechteck des Blattes -II-	FOLLICULAR << inner spring [Blume] >> 7-10 days - hormones in quiet phase; then begin to rise [Pfeil nach oben] - open to new things, creative [Ausrufezeichen mit Herz] - open to new things, creative [Ausrufezeichen mit Herz]/ OVULATORY << inner summer [Sonne] >> 3-4 days - dramatic rise in estrogen; LH hormone, testosterone [Pfeil nach unten] - energy surges, begins to peak - most social phase/ LUTEAL <<inner fall [Geist, Kürbis] >> 10-14 days	efficient. You may be more creative during your follicular	

			- hormones reach peak concentrations and then [Pfeil nach unten] right before period - energy starts to decrease/ [schreibt]/ MENSTRUAL <<inner winter [Schneeflocke] >> 3-7 days - uterus sheds endometrial lining - prioritize rest [lächelnder Smiley]	phase, more social during the ovulatory phase, more	
22	1:07-1:10	Schreibt im rechten unteren Rechteck des Blattes -II-	FOLLICULAR << inner spring [Blume] >> 7-10 days - hormones in quiet phase; then begin to rise [Pfeil nach oben] - open to new things, creative [Ausrufezeichen mit Herz] - open to new things, creative [Ausrufezeichen mit Herz]/ OVULATORY << inner summer [Sonne] >> 3-4 days - dramatic rise in estrogen; LH hormone, testosterone [Pfeil nach unten] - energy surges, begins to peak - most social phase/ LUTEAL <<inner fall [Geist, Kürbis] >>		

				10-14 days • hormones reach peak concentrations and then [Pfeil nach unten] right before period • energy starts to decrease • detail oriented/task completion/ MENSTRUAL << inner winter [Schneeflocke] >> 3-7 days • uterus sheds endometrial lining • prioritize rest [lächelnder Smiley] [schreibt]	task-oriented	
4	23	1:10-1:10	Bildausschnitt wieder (wie zu Beginn) etwas größer, mehr vom Bildschirm sichtbar Papier liegt schräg auf dem Tisch, die rechte Seite näher zur Kamera	FOLLICULAR << inner spring [Blume] >> • 7-10 days • hormones in quiet phase; then begin to rise [Pfeil nach oben] • open to new things, creative [Ausrufezeichen mit Herz] OVULATORY << inner summer [Sonne] >> • 3-4 days		

			- hormones in quiet phase; then begin to rise [Pfeil nach oben] - open to new things, creative [Ausrufezeichen mit Herz] OVULATORY << inner summer [Sonne] >> 3-4 days - dramatic rise in estrogen; LH hormone, testosterone [Pfeil nach unten] - energy surges, begins to peak - most social phase LUTEAL << inner fall [Geist, Kürbis] >> 10-14 days - hormones reach peak concentrations and then [Pfeil nach unten] right before period - energy starts to decrease - detail oriented/task completion MENSTRUAL << inner winter [Schneeflocke] >> 3-7 days - uterus sheds endometrial lining - prioritize rest [lächelnder Smiley] - inward focus (journal/reflect) phase,			
--	--	--	--	--	--	--

25	1:11-1:11	Papier liegt etwas weiter rechts auf dem Tisch, sonstiges Bild unverändert	Das Kästchen der Überschrift "luteal" (links unten) ist nun orange ausgemalt, lesbar: FOLLICULAR << inner spring [Blume] >> • 7-10 days • hormones in quiet phase; then begin to rise [Pfeil nach oben] • open to new things, creative [Ausrufezeichen mit Herz] OVULATORY << inner summer [Sonne] >> • 3-4 days • dramatic rise in estrogen; LH hormone, testosterone [Pfeil nach unten] • energy surges, begins to peak • most social phase LUTEAL << inner fall [Geist, Kürbis] >> • 10-14 days • hormones reach peak concentrations and then [Pfeil nach unten] right before period • energy starts to decrease • detail oriented/task completion		
----	-----------	--	---	--	--

			LUTEAL << inner fall [Geist, Kürbis] >> • 10-14 days • hormones reach peak concentrations and then [Pfeil nach unten] right before period • energy starts to decrease • detail oriented/task completion MENSTRUAL << inner winter [Schneeflocke] >> • 3-7 days • uterus sheds endometrial lining • prioritize rest [lächelnder Smiley] • inward focus (journal/reflect)	more introverted during the menstrual phase. So again, this is just a high level overview, but this	
27	1:12-1:17	Blatt Papier ist vom Tisch aufgehoben und wird näher an der Kamera gehalten, nur mehr ca. die (linke) Hälfte des Blattes im Blick der Kamera, am linken Bildrand sind die das Blatt haltenden Fingerspitzen zu sehen; dann wird das Blatt weiter nach links geschoben, um die rechte Seite zu zeigen, Finger der rechten Hand sind zu sehen; dann wieder nach rechts, dann kurz nach links	Linke Seite des Blattes sichtbar: FOLLICULAR << inner spring [Blume] >> • 7-10 days • hormones in quiet phase; then begin to rise [Pfeil nach oben] • open to new things, creative [Ausrufezeichen mit Herz] LUTEAL << inner fall [Geist, Kürbis] >> • 10-14 days		

			- hormones reach peak concentrations and then [Pfeil nach unten] right before period - energy starts to decrease - detail oriented/task completion Die obere Überschrift ist rosa markiert, die untere orange. Dann rechte Seite des Blattes im Bild: OVULATORY << inner summer [Sonne] >> 3-4 days - dramatic rise in estrogen; LH hormone, testosterone [Pfeil nach unten] - energy surges, begins to peak - most social phase MENSTRUAL << inner winter [Schneeflocke] >> 3-7 days - uterus sheds endometrial lining - prioritize rest [lächelnder Smiley] - inward focus (journal/reflect) Die obere Überschrift ist gelb, die untere hellblau markiert. Dann wieder linke Seite sichtbar		is what helped me learn the best way.	
--	--	--	---	--	---------------------------------------	--

28	1:17-1:20	Papier wird von zwei <i>weißen</i> Händen in der Luft über dem Tisch gehalten und dabei abwechselnd horizontal nach links und rechts geneigt, dann auf den Tisch fallengelassen; im Anschluss wird es von beiden Händen schnell im Uhrzeigersinn über den Tisch gedreht und dabei nach rechts aus dem Bild bewegt	vollständige Grafik inkl. farblich markierter Überschriften: FOLLICULAR << inner spring [Blume] >> • 7-10 days • hormones in quiet phase; then begin to rise [Pfeil nach oben] • open to new things, creative [Ausrufezeichen mit Herz] OVULATORY << inner summer [Sonne] >> • 3-4 days • dramatic rise in estrogen; LH hormone, testosterone [Pfeil nach unten] • energy surges, begins to peak • most social phase LUTEAL << inner fall [Geist, Kürbis] >> • 10-14 days • hormones reach peak concentrations and then [Pfeil nach unten] right before period • energy starts to decrease • detail oriented/task completion		
----	-----------	--	--	--	--

				MENSTRUAL << inner winter [Schneeflocke] >> • 3-7 days • uterus sheds endometrial lining • prioritize rest [lächelnder Smiley] • inward focus (journal/reflect)		
--	--	--	--	--	--	--

VI. Texte in den Videos

Video 1: @alexismswan - "food is fuel, medicine, and love 💕"

Hashtags:

#cyclesyncing #infradianrhythm
#menstralcycle #PMS #follicularphase
#ovulation #lutealphase #healthyprecipes
#wellnesstok #howtobalancehormones
#easyrecipe"

Gesprochener Text (= Untertitel)

Here is the exact method to get in sync with your cycle eat healthier look and feel your best - just follow these recipes. For some background, I'm Alex and I've been cycle syncing for seven years and I've come up with some insanely delicious easy and nourishing recipes for each day of your cycle. Eating based around the four phases of my cycle has changed my body, cleared up my acne, eliminated cramps and improved my mental health. Eating the right foods at the right time is medicine and research shows that your cycle reflects your overall health. This method is designed especially for women and I'm only sharing recipes that are truly delicious.

Video 2: @mygirlwellness - "Screenshot last slides. Lmk if you have any questions / what you want me to share next"

Hashtags:

#hormonebalancehelp
#hormonebalancetips #cyclesyncing
#cyclesyncingfoods #greenscreen"

Gesprochener Text

I'm back with another video on how to heal your hormones naturally. Today I'm talking about food and cycle syncing - cycle syncing is so important if you haven't heard about it already. It's when you match your food, your exercise and your lifestyle habits to your current cycle. We have four by the way. So your body actually needs specific foods during each cycle to optimize the way it works and help you feel your best. I made myself super small so you can see the types of food you're supposed to eat during your menstrual cycle. take a screenshot! Here (are) the foods to focus on during your follicular cycle, which is right after menstrual. And the foods you need during your ovulatory cycle which is when you drop your egg. And lastly the foods you need during your luteal cycle. Feel free to rewatch to take screenshots of each graphic. Otherwise I posted on our Instagram so you can save it there as well too.

Video 3: @brookenewman - "This is sooooo important please listen if you're not familiar with your cycle!! Aligning your lifestyle with what phase you're in can really help your mental."

Hashtags:

#womenshealth #periodtips #cyclesyncing
#cyclesyncingmethod #mentalhealth
#women #mentalhealthmatters

Gesprochener Text (= Untertitel)

[How?] cycle syncing changed my mental health!
If you're a woman and you [have] a period and you're not cycle syncing, you need to be, and you need to watch this video! So obviously there's four phases to our cycle: menstruation, follicular, ovulation and then luteal. Menstruation - think we're all pretty familiar with - it's when you're bleeding, you have cramps, you feel like shit, you're tired - we get it. The next phase is [the/your] follicular phase which lasts about two weeks. And that's what they [kinda?] call spring, they break up like the four parts of your cycle into four different seasons - follicular, spring. So. It's kind of when you feel energized, you feel adventurous, you're usually your most snatched at this point;
I'm my happiest at this point (lacht), my least anxious. It's just like - my favourite phase. But the follicular phase is when I

try to hit my hardest workouts. I would like to align like all my important work stuff in this week, like if I have to speak in front of people or give a presentation or do whatever, like that's the week I wanna- those are the two weeks I wanna be doing it. And then we get into our ovulation phase which people consider, like, your summer phase. And that's usually when you're feeling sexy, you kind of want to do the deed maybe a little more oooften.

Some people feel a little overwhelmed in this phase but for me, I usually feel pretty good. I start to bloat a little bit in this phase, I don't know if that's for everybody, but my experience. You also feel like usually pretty creative. You have the most testosterone in this phase, which men have all the time and it's super annoying that we only get it for like two weeks and still not even as much as them, but whatever. And then you get your luteal phase. And this is the phase that understanding what's going on really saved my mental health. When you're in your luteal phase your hormones are changing so much and you tend to question things. So literally once a month I feel like I need to quit my job, I need to move, I need to change everything about my life. I start to question everything. And it- for so long I didn't understand what was going on and it's literally just my hormones. Our hormones dictate so much

about us and once you realize that you will be more at ease. I promise. So, your luteal phase [is] compared to autumn, you should be, like, slowing down, you're usually very self critical around this point. You're probably starting to feel bloated and have sore boobs, you're questioning everything. Like, I heard someone refer to the luteal phase as "face the critic" and I thought that was really interesting, cause that [is] kind of what I feel like I'm doing during that part of my cycle. It's also obviously known as PMS because you're a few days away from bleeding, you're very irritable. And I feel like just, like, knowing that there's littl- literal science like backing your symptoms makes me feel better, especially with like the questioning life things. I was like "something's wrong", like I really like my life and then one week out of the month I'm like [stellt Stimme tiefer, mysteriöser Effekt] "do I", "should I change everything", "should I quit my job and move to Bali?". It's just hormones people. It's crazy. Hope that helps!

Überschrift

How cycle syncing improved my mental health
[pinker, expandierender Herz-Emoji]

Eingeblendete Stichpunkte

Menstruation/Winter
-bleeding
-cramping

-tired
-back pain
-low progesterone & testosterone
Follicular/Spring
-most energy
-feeling refreshed
-clear skin
-estrogen and testosterone start to rise again
-thoughts are clear
Ovulation/Summer
-feeling confident
-horny lol
-creative
-highest testosterone
-feeling social
Luteal/Autumn
-time to reflect
-self critical/questioning everything
-mood swings
-tired/bloated/irritable
-feeling low/time to slow down
-more anxious
- hungry

Video 4: @annatrimms - "the cycle phases explained to help you with your #cyclesyncing journey 📝👉"

Hashtags:

#womenshealth #hormonehealth
#hormonebalance #cyclesyncingmethod
#cyclesyncingexercise
#cyclesyncingworkout #workoutplan
#workoutroutine
#womensupportingwomen

Gesprochener Text

When I started Cycle Syncing I felt like I had to go back to school and learn everything I never learned about. So we're gonna walk through how I taught myself about these phases in a way that really helped me understand this method. Think of your follicular phase as your inner spring, your ovulatory phase as your inner summer, the luteal phase as your inner fall and the menstrual phase as your inner winter. The follicular phase can be anywhere from seven to ten days; ovulatory three to four days; luteal ten to fourteen days; and menstrual three to seven days. During the follicular phase, your hormones start out in a quiet phase and slowly begin to increase. (lauter) The energy begins to rise. The ovulatory phase follows directly after and this is where our hormones really start to ramp up and energy begins to surge. During the luteal

phase, hormones reach their peak concentration and then begin to decrease. Energy starts to decrease as well and this is why you might feel a bit tired right before your period. This is when I start to embrace my inner slug. During the menstrual phase, the uterus sheds the endometrial lining and this is the best time to prioritize rest. (slight change in tone) This method can help you biohack your way into making your month more efficient. You may be more creative during your follicular phase, more social during the ovulatory phase, more task-oriented during the luteal phase, and more introverted during the menstrual phase. So again, this is just a high level overview, but this is what helped me learn the best way.

Schaubild

FOLLICULAR

<< inner spring [Blume] >>

- 7-10 days
- hormones in quiet phase; then begin to rise [Pfeil nach oben]
- open to new things, creative [Ausrufezeichen mit Herz]

OVULATORY

<< inner summer [Sonne] >>

- 3-4 days

- dramatic rise in estrogen; LH hormone, testosterone [Pfeil nach unten]
- energy surges, begins to peak
- most social phase

LUTEAL

<< inner fall [Geist, Kürbis] >>

- 10-14 days
- hormones reach peak concentrations and then [Pfeil nach unten] right before period
- energy starts to decrease
- detail oriented/task completion

MENSTRUAL

<< inner winter [Schneeflocke] >>

- 3-7 days
- uterus sheds endometrial lining
- prioritize rest [lächelnder Smiley]
- inward focus (journal/reflect)

VII. Liste der zehn Accounts auf TikTok mit Cycle Syncing-Bezug mit den höchsten Follower:innenzahlen (Annäherung, Stand 08.10.2025)

Accounts, deren Videos analysiert wurden, sind grün markiert

Nr.	Name des Accounts	Anzahl Follower:innen (Stand 08.10.2025)	Kanalbeschreibung
1	paigelindgren	267.500	nutritionist hormone health pilates recipes happy & healthyyyy 
2	alexismswan	180.500	easy recipes for each day of your cycle cookbook out now!
3	thecyclicalcoach	163.300	Period Coach  Better periods w/ cycle syncing & food Cycle Cookbook 
4	brookenewmann_	72.800	SAHW • Utah brooke@likealchemy.co
5	femmebodied	58.200	Cycle-Syncing Exercise
6	mygirlwellness	50.900	A daily dose of relatable wellness. Shop our Gut, Sex, & Hormone Health Products
7	lisamcgregor.tok	27.300	Sync w/ Rhythm not Rules
8	steme.fitness	25.700	ULTIMATE FEMININE WELLNESS 
9	annatrim	22.500	
10	nutritionisteliza	19.800	Nutritionist Cycle Syncing App

VIII. Liste der meistgeklicktesten Videos unter dem Begriff “cycle syncing” auf YouTube und TikTok (Stand: 28.11.24)

Nr.	Nutzer:in	Videoname	Anzahl der Klicks	Link	Plattform	Typ
1	annatrim	the cycle phases explained to help you with your #cyclesyncing journey	3,9 Mio.	https://www.tiktok.com/@annatrim/video/7260526844699626794	TikTok	Erklärvideo Auf Papier
2	Hitomi Mochizuki	I lived by my cycle for a month straight and this is what happened	2,5 Mio.	https://www.youtube.com/watch?v=q55qvUEUtw8	YouTube	Alltagsaufnahmen Reden
3	annatrim	here's the breakdown of how I make my #cyclesyncing workout calendar each month!	2,3 Mio.	https://www.tiktok.com/@annatrim/video/7253905302603566378?q=cycle%20syncing&t=1732816074868	TikTok	planung auf papier (nur workout)
	lifewithmils	the 4 cycle phases - acne healing guides in bio!	1,9 Mio.	https://www.tiktok.com/@lifewithmils/video/7246851684813638914?q=cycle%20syncing&t=1732816074868	TikTok	infografik mit beweglichem hintergrund (alltagsszene)
4	paigelingren	eat in accordance to your cycle! all these recipes will be in my hormone platform!	1,7 Mio.	https://www.tiktok.com/@paigelingren/video/7158132238998048043?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7368999296895370785	TikTok	Rezepte (ohne Menschen)

5	brookenewmann_	This is sooooo important please listen if you're not familiar with your cycle!! Aligning your lifestyle with what phase you're in can really help your mental	1,6 Mio.	https://www.tiktok.com/@brookenewmann/video/7246155607110126891	TikTok	Reden - getreadywith me - Infografik einblendungen
6	mygirlwellness	Screenshot last slides. Lmk if you have any questions / what you want me to share next	958.400	https://www.tiktok.com/@mygirlwellness/video/7158572848481783086?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7368999296895370785	TikTok	Reden eingeblendet über Infografik
7	Natacha Océane	The Truth About Menstrual "Cycle Syncing": Diet, Workouts + Progress	580.001	https://www.youtube.com/watch?v=PSYxUn4NsJA	YouTube	Reden, Einblendung von Infografiken und wiss. Artikeln
8	jaciemariesmith	cycle syncing workout inspo	552.800	https://www.tiktok.com/@jaciemariesmith/video/7188240246943927594?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7368999296895370785	TikTok	Reden eingeblendet über Infografik
9	Elicia Goguen	take care of yourself like a woman. cycle syncing 101, period care & navigating womanhood	505.371	https://www.youtube.com/watch?v=5SoMLVXmWns	YouTube	Reden im Alltag
10	tawniontiktok	Cycle syncing	262.900	https://www.tiktok.com/@tawniontiktok/video/7188240246943927594?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7368999296895370785	TikTok	Reden

		simplified! What you should be eating according to your hormonal phase.		tiktok.com/@tawniontiktok/video/7267732453299735851?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7368999296895370785		eingebildet über Infografik
11	courtneysnell	Easiest and best way to start cycle syncing	239.700	https://www.tiktok.com/@courtneysnell/video/7260568740805299502?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7368999296895370785	TikTok	Reden im Alltag, mit Einblendungen (seed cycling)
12	LenaLifts	wellness diaries 🌱 my workout routine, high protein recipes, cycle syncing, & how to be consistent!	212.954	https://www.youtube.com/watch?v=jvq3gac4uW8	YouTube	Reden, Alltagsszenen, Einblendungen (gemischt)
13	ZOE	How to "Hack" Your Menstrual Cycle With Diet, Exercise, & Sleep	201.880	https://www.youtube.com/watch?v=05t8Lam8G24	YouTube	Interview
13	jacquelinexx	#cyclesyncing #follicularphase #femalecycle #balancinghormones	149.800	https://www.tiktok.com/@jacquelynxx/video/7312132518428331270?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7368999296895370785	TikTok	Einblendung über Infografik
14	Jillz Guerin	HOW TO SYNC YOUR LIFE TO YOUR CYCLE // all about	138.907	https://youtu.be/piniMW4pH6k?si=Ss8nO	YouTube	Reden

		cycle syncing - info every woman should know!!		OkM7LGfuZ9N		
15	dietitianwitht wins	Cycle syncing with nutrition can make a huge difference in hormone health, weight loss and inflammation. Would you try this!?	121.100	https://www.tiktok.com/@dietitianwitht_wins/video/7203421293889211691?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7368999296895370785	TikTok	reden eingeblendet über infografik (ernährung)
16	Lynette Adkins	cycle syncing is changing my life how to do it	103.817	https://www.youtube.com/watch?v=hLPQLAz5q6E&t=13s	YouTube	Reden
17	biohacking	Day 7 of seed cycling for my hormones and preconception health	103.600	https://www.tiktok.com/@biohacking/video/7243951282153688325?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7368999296895370785	TikTok	reden eingeblendet über infografik
18	megsquats	How I Cycle Sync My Workouts Menstrual Cycle Training	94.677	https://www.youtube.com/watch?v=sQS_Zn6Ik48	YouTube	Reden im Fitnessstudio
19	rebbecaaleigh	3 of my cycle syncing faves! to feel less burnt out and more in tune & in flow with my body >	70.200	https://www.tiktok.com/@rebeccaaleigh/video/7225815755600891182	TikTok	Alltagsszenen mit Schrift

20	ieke.booiij	If you haven't started tracking your cycle yet, I highly recommend doing so	54.000	https://www.tiktok.com/@ieke.booiij/video/7345227644524399904?q=cycle%20syncing&t=1732816074868	TikTok	Übungen mit Einblendung
----	-------------	---	--------	---	--------	-------------------------

Anmerkung: Die Tabelle ist unter Umständen nicht vollständig, da TikTok keine Reihung von Videos nach Anzahl der Klicks ermöglicht und dadurch nur jene Videos erfasst werden konnten, die durch den "Blackbox"-Algorithmus der Plattform (Vombatkere et al. 2024, 3789) bei der Suche nach "Cycle Syncing" angezeigt werden.

Vombatkere, K., Mousavi, S., Zannettou, S., Roesner, F., & Gummadi, K. P. (2024). *TikTok and the Art of Personalization: Investigating Exploration and Exploitation on Social Media Feeds* Proceedings of the ACM Web Conference 2024, Singapore, Singapore. <https://doi.org/10.1145/3589334.364560>