



MASTERARBEIT | MASTER'S THESIS

Titel | Title

„How to radiate feminine energy“ – Selbstoptimierung und die
Konstruktion von Gender im Social-Media-Trend feminine
energy

verfasst von | submitted by
Melanie Hofstätter 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 066 665

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

Interdisziplinäres Masterstudium Zeitgeschichte und
Medien

Betreut von | Supervisor:

Univ.-Prof. Dr. Maja Figge M.A.

Abstract (deutsch)

In der Fragilität der postmodernen Welt existieren Mechanismen, die der Erosion heteronormativer, binärer Identitätskonstrukte entgegenwirken. Einer davon ist der *feminine-energy*-Trend, der sich aktuell in den Sozialen Medien ausbreitet. Abgesehen von biologischem und sozialen Geschlecht bietet *feminine* und *maskuline Energie* ein drittes, spirituelles Geschlecht. Während Influencer*innen behaupten, diese Energien müssten separat von Gender gedacht werden, dienen sie schlussendlich dennoch der Reproduktion von vergeschlechtlichten Stereotypen und sozialen Rollen. Der Zweck dieser Masterarbeit ist es, diesen Trend zu analysieren und ihn mit den soziokulturellen Phänomenen in Bezug zu setzen, die in der zeitgenössischen westlichen Gesellschaft prävalent sind: Neoliberalismus, Antifeminismus, Spiritualität und New Age, populärer und reaktionärer Feminismus, um die wichtigsten zu nennen. In foucault'schen Begriffen sprechend können die Selbstoptimierung und Selbstregulierung, die von Frauen* durch *feminine energy* verlangt werden, Technologien des Selbst genannt werden.

Abstract (englisch)

In the fragility of the postmodern world there are mechanisms to counteract the erosion of heteronormative binary identity constructs. One of those is the *feminine-energy*-trend, that currently spreads around social media. Apart from biological sex and social gender, *feminine* and *masculine energy* mark a third, spiritual gender. While influencers claim these energies to be separated from a persons gender, in the end, they further serve to reproduce gendered stereotypes and social roles. The purpose of this masters thesis is to analyze this trend and connect it to sociocultural phenomena which are prevalent in todays western society: Neoliberalism, antifeminism, spiritual and New Age beliefs, popular and reactionary feminisms to name the most important ones. Speaking in foucaultian terms, the selfoptimization and self-governing that is demanded of women* through *feminine energy* could be called a technology of the self.

Schlagworte

feminine energy – Neoliberalismus – Selbsthilfe – Selbstoptimierung – Technologien des Selbst – Gender Studies – New Age

Danksagung

Zuallererst möchte ich mich bei meiner Betreuerin Univ.-Prof. Dr. Maja Figge bedanken, die mich mit ihrem Wissen und Feedback während dieses Prozesses begleitet hat. Ihre Denkanstöße haben sowohl diese Arbeit als auch mein Weltbild nachhaltig beeinflusst. Gleich danach möchte ich Hannah Ruppert meinen Dank ausdrücken, nicht nur für ihr Lektorat, sondern auch und vor allem für ihr offenes Ohr und ihre wertvolle Gesellschaft in den ewigen Stunden an der Bibliothek. Zudem möchte ich Paul Draganoff und Manuela Milosevic für ihr Lektorat und ihre Geduld mit mir danken. Laetitia Fritz gebührt mein Dank für die Grafiken, die sie exakt nach meinen Vorstellungen gestaltete. Bei Felix Wildmann möchte ich mich für die geduldige technische Unterstützung bedanken. Und zuletzt danke ich meiner Familie und meinen Freund*innen, die mir emotional im letzten Jahr beistanden und mich durch Gespräche und Anregungen auf den richtigen Weg geführt haben.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	5
2. Forschungsstand	7
2.1 Von <i>femininer</i> & <i>maskuliner Energie</i>	7
2.1.1 Naturalisierung & Performativität von Gender	9
2.1.2 Stereotype & binäre Genderidentitäten	12
2.2 Phänomene der Sozialen Medien	15
2.2.1 Problematische Verwicklungen	18
2.2.2 Konnektivität & digitale Ökonomie	23
2.3 Zur Frau* der eigenen Träume werden	26
2.3.1 Das bessere Ich	27
2.3.2 Glücklich, gesund & selbstbewusst	32
3. Vorgehensweise	35
3.1 Forschungsperspektive: Dispositivanalyse	35
3.2 Forschungsmethode: Konkretes Vorgehen	37
4. Dispositivanalyse des <i>feminine-energy</i> -Trends	41
4.1 Case Study: Jillz Guerin auf YouTube	41
4.1.1 Sprache, Thumbnails & Visualität	45
4.1.2 <i>10 Tiny Micro Habits to Increase Your Feminine Energy</i>	47
4.1.3 <i>The *Ultimate* Beginner's Guide to ACTIVATING FEMININE ENERGY</i>	54
4.1.4 Kontextualisierung durch Rezeption	60
4.2 Der Diskurs um <i>feminine energy</i>	62
4.2.1 Balance mit Yin & Yang	64
4.2.2 Essentialistische Geschlechterbinarität	66
4.2.3 Von Lebensphilosophie bis Aesthetic	70
4.2.4 Neoliberalismus & Individualisierung	72
4.2.5 Kritische Stimmen	75
4.3 Verbreitungsstrukturen & Funktionsweisen	80
4.3.1 Popularität & Klickzahlen	80
4.3.2 Trendökonomie & Plattformaffordanzen	83

4.3.3 Monetarisierung & Kommerzialisierung.....	85
4.4. Konstruktion des neoliberalen Subjekts	87
4.4.1 Identitätsbildung durch <i>feminine energy</i>	90
4.4.2 Polarisierung als Prinzip der <i>feminine energy</i>	92
5. Conclusio.....	94
6. Verzeichnisse	97
6.1 Bibliografie.....	97
6.2 Mediografie	101
6.3 Abbildungsverzeichnis	105
7. Anhang	105

1. Einleitung

„Let me help you become the woman of your dreams“¹ – dieses Versprechen gibt *feminine-energy*-Influencerin Jillian „Jillz“ Guerin in ihrer YouTube-Kanalbeschreibung. Die Verheißung von Selbstverwirklichung steht in digitalen Life-Coaching-Trends an erster Stelle. Eine aktuelle Abspaltung dieser Beschäftigung mit dem Selbst ist *feminine energy*. Dieser Trend ist hauptsächlich an Frauen* gerichtet und fokussiert sich sowohl auf Geschlechterdynamiken als auch auf die Persönlichkeitsentwicklung und -entfaltung des weiblichen Publikums. Probleme mit dem Selbstbild, eigenen Verhaltensweisen, dem Körper, der Lebenssituation, Beziehungen oder der mentalen und physischen Gesundheit werden vorgestellt. Die Ursache und Lösung all dessen fällt für die Content-Creator*innen in einem Konzept zusammen: *feminine energy*.

Meine Forschungsfrage lautet: Inwiefern werden im Social-Media-Trend *feminine energy* Gender und die Optimierung des Selbst in einen Zusammenhang gestellt? Ausgehend davon haben sich weitere Unterfragen entwickelt: Inwiefern spiegeln sich im *feminine-energy*-Trend neoliberale Gesellschaftsstrukturen wider? Wie wirkt *feminine energy* als gouvernementale Technologie des Selbst? In welchen plattform- und trendökonomischen Zusammenhängen steht *feminine energy*? Wie kann *feminine energy* in die digitalen Diskursräume eingeordnet werden?

In aktuellen vergeschlechtlichten Trends findet eine öffentliche Verhandlung von Gender statt, die feministische Positionen verzerrt, angreift und für nichtig erklärt. Eine medienwissenschaftliche Analyse davon hat zur Unterstützung von gendergerechten Positionen große Relevanz.² Diese Arbeit versteht Soziale Medien als eine Artikulation gesamtgesellschaftlicher Entwicklung, in der sich kulturelle Logiken materialisieren.³ „Medien sind sowohl an der Hervorbringung als auch an der Perpetuierung geschlechtlicher Differenzen beteiligt.“⁴ Daher ist ihre Betrachtung für das Verständnis der Gesellschaft und Gender sehr aufschlussreich.

Diskursiv verbunden ist der Selbsthilfe-Trend *feminine energy* mit Spiritualität und New Age, Selbstoptimierung und Life Coaching sowie Pop- und Postfeminismen. Die Argumentationen stecken voller Paradoxien und Problematiken, die in dieser Arbeit analysiert werden. Dadurch soll ein Einblick in einen laufenden kulturellen Prozess gewonnen werden. Aus medienwissenschaftlicher Perspektive bietet diese Masterarbeit durch die Analyse eines Social-Media-Trends ein Beispiel, wie sich gesellschaftskulturelle Entwicklungen in Online-Räumen manifestieren können. Die Untersuchung des YouTube-Kanals der oben zitierten Guerin soll zeigen, wie *feminine energy* präsentiert wird und welche

¹ Beschreibung, „Jillz“ Guerin auf YouTube (@jillzguerin)“, YouTube, 2020, <https://www.youtube.com/@JillzGuerin>, Zugriff am: 17.11.2025.

² Vgl. Tanja Carstensen, „Social Media: Zwischen Selbstrepräsentation und Unsichtbarkeit, Empowerment und Sexismus“, *Handbuch Medien und Geschlecht*, hg. v. Johanna Dorer et al., 2023, S. 381–392, hier: S. 387.

³ Vgl. William Davies, *The happiness industry: how the government and big business sold us well-being*, London/New York: Verso 2015, S. 208.

⁴ Andrea Seier, *Mikropolitik der Medien*, Berlin: Kulturverlag Kadmos 2019, S. 165.

Ratschläge darin vermittelt werden. Auf YouTube ist Guerin eine der meist gesehenen *feminine-energy*-Influencer*innen und bedient sich konsistent seit der Eröffnung des Kanals 2020 des Begriffes, weshalb sie als Fallstudie ausgewählt wurde. Was die harmlos und sogar emanzipatorisch wirkende Influencerin in ihrem unanfechtbaren Modus der Expertise, ob bewusst oder unbewusst, unterstützt und verschleiert, sind systematische Ungerechtigkeiten.

Ich argumentiere, dass der *feminine-energy*-Trend symptomatisch für eine größere gesellschaftliche Entwicklung patriarchaler Strukturen, populärer Feminismen und dem Neoliberalismus verstanden werden kann. In den darin ausgedrückten Ideen wird der Individualismus der Empowerment-Selbsthilfe deutlich: Der verlangte Fokus auf das Selbst, um *feminine energy* zu erreichen, wird im Sinne von Foucaults Technologien des Selbst als ein Regierungsmechanismus gesehen, der dem neoliberalen, patriarchalen Kapitalismus dient. Zudem werde ich eine Verwandtschaft des *feminine-energy*-Contents zur Manosphere bzw. Femosphere durch seine Mitarbeit am Einbezug von genderessentialistischem Gedankengut in den Mainstream nahelegen. *Feminine energy* wird sich in dieser Arbeit als Artikulation und Praxis des neoliberalen Feminismus herausstellen, der sowohl das Patriarchat als auch den Neoliberalismus durch sein Narrativ stützt.

Obwohl der Trend bereits von einigen kritischen Social-Media-Kommentator*innen, Boulevardmagazinen und in jüngster Zeit auch seriösen journalistischen Medien (z. B. Kurier) thematisiert und kritisch betrachtet wurde, gibt es zu ihm, auch ob seiner immer noch stattfindenden Weiterentwicklung und Verwendung, kaum akademische Auseinandersetzung. Diese Arbeit soll diese Lücke bearbeiten und im Zuge dessen an Forschung über reaktionären Popfeminismus, Plattformkapitalismus und -neoliberalismus sowie die Manosphere anschließen. Die wissenschaftliche Problematisierung soll Aufschluss über aktuelle gesellschaftliche und politische Prozesse geben und die Ambivalenzen sichtbar machen.

2. Forschungsstand

Es existiert eine breite Landschaft an wissenschaftlicher Auseinandersetzung mit Phänomenen, die mit dem *feminine-energy*-Trend in Verbindung gebracht werden können. Darunter fallen genderessentialistische Vorstellungen, Social-Media-Trends zur Förderung konservativer Geschlechterbilder, Selbstoptimierungstrends, der Neoliberalismus, populäre Feminismen und Antifeminismus. Dieser Forschungsstand soll im folgenden Kapitel erörtert werden. Angefangen bei Konzepten von Gender, die sich im *feminine-energy*-Trend äußern, werden die Thematiken von Online-Feminismen, Trends und Pipelines, also den technisch assistierten, radikalisierten Überleitungen zwischen verschiedenen digitalen Inhalten, aufgemacht. Zur weiterführenden Kontextualisierung werden die Plattformökonomien, Life Coaching und Selbstoptimierung herangezogen. Auch die foucaultschen Konzepte von Gouvernementalität und Regierungstechnologien finden dabei Einzug.

Insgesamt soll eine Wissensbasis über den Social-Media-Raum, die zeitgenössische Gesellschaft und ihre (anti-)feministischen und neoliberalen Mechanismen geschaffen werden. Diese Einbettung wird einige kulturkritische Erkenntnisse im Zusammenhang mit *feminine energy* bedingen.

Zu Begriffen und Schreibweisen sei vorab gesagt: In dieser Arbeit werden *feminine energy*/ *feminine Energie* sowie *masculine energy*/ *maskuline Energie* als Synonyme für das Konzept selbst und den Social-Media-Trend verwendet. Die vielen anderen Begriffen des Online-Raumes (Manosphere, TradWife etc.) werden aufgrund der Lesbarkeit nicht kursiv gestellt. Um das binäre Denken von zwei Geschlechtern nicht zu reproduzieren und darauf aufmerksam zu machen, dass dieser Dualismus nicht für die Repräsentation aller Genderidentitäten ausreicht, werden die Begriffe „Frau“ und „Mann“ mit Asterisken markiert: Frau* und Mann*. Weiblichkeit und Männlichkeit werden ebenfalls als Konstrukte betrachtet, allerdings nicht markiert, da sie keine direkte Identitätszuschreibung implizieren.

2.1 Von *femininer* & *maskuliner Energie*

Jeder Mensch, unabhängig von Geschlecht, trage die beiden Kräfte der *feminine* und *masculine energy* in sich, so die Idee. Je nach Situation und Gender seien unterschiedliche Maße von *maskuliner* und *femininer Energie* verlangt. Eine Person, die eine Firma leitet, müsse mehr *maskuline Energie* einsetzen, während ein Mensch, der sich um Kinder kümmert, *feminine Energie* benutzen solle.⁵ In welcher dieser Energien sich jemand wohler fühle, sei individuell, aber dennoch tendenziell geschlechtskonform: Das bedeutet, Frauen* würden mit überwiegender *feminine energy* ein besseres Leben führen und Männer* mit mehr *masculine energy*.⁶ So wird das Konzept trotz vehement abgestrittenem Zusammenhang mit Gender doch wieder explizit zu Geschlecht zurückgeführt – und auch die Notwendigkeit von Frauen*-

⁵ Vgl. „feminine/masculine energy‘ WTF“, R.: Simone Simmons, 30.01.2023, https://www.youtube.com/watch?v=OCpFIPz2I_8, Zugriff am: 09.09.2025, TC 00:05:17.

⁶ Vgl. „The *Ultimate* Beginner’s Guide to ACTIVATING FEMININE ENERGY“, R.: Jillz Guerin, 23.03.2025, <https://www.youtube.com/watch?v=I0zsuBZuG9M>, Zugriff am: 20.08.2025, TC 00:04:08.

spezifischen Coachings legitimiert. Jegliches Problem, das Frauen* empfinden, wird auf eine Unausgeglichenheit der vergeschlechtlichten Energien zurückgeführt: eine erfundene Ursache, eine genauso erfundene Lösung. Falls es nicht funktionieren sollte, versuche man es nicht stark genug und könne zur Unterstützung auf die zahlungspflichtigen Coaching-Ressourcen zurückgreifen.

Weibliche Selbsthilfe und das Frauen*-Life-Coaching sind die Einbettung, in der sich der *feminine-energy*-Trend aktuell entfaltet. Darin wird ein postfeministisches Kulturphänomen ausgetragen, das Angela McRobbie in *Notes on the Perfect* beschreibt: Jeder Lebensumstand der Frau* wird als eine eigene Entscheidung gerahmt, so auch Weiblichkeit selbst – Einflüsse von patriarchalen Strukturen oder hegemonialen Umständen werden verleugnet und ausgeblendet. Unter diesen scheinbar emanzipierten Umständen würden sich Frauen* aus freien Stücken und für das eigene Wohlbefinden an die gängigen Schönheitsideal anpassen und sich zum Sexualobjekt machen. Die männliche Herrschaft und das Patriarchat bleiben erhalten, gleichzeitig entziehen sie sich der Verantwortung für weibliche Missstände.⁷

Jillz Guerin ist eine Influencerin in ihren frühen 30ern, die sich auf Life Coaching für Frauen* spezialisiert hat. Obwohl sie auch andere Inhalte produziert, ist *feminine energy* seit Beginn ihrer Online-Karriere 2020 auf ihrem Kanal omnipräsent. Für sie ist *feminine energy* der Schlüssel zu einem glücklichen Leben. Eine Frau* müsse sich bloß zurücklehnen und zu einem Magnet werden, der mittels seiner Anziehungskraft alles bekomme, was er sich wünsche. Das hört sich durchaus vielversprechend an – Guerin gibt selbst zu, dass es zu gut klinge, um wahr zu sein, besteht aber darauf, dass es funktionieren würde.⁸ Ich streite nicht ab, dass einige der Tipps und Hinweise tatsächlich hilfreich für einen gesunden Lebensstil sein können: Bewegung, frische Luft und Natur, den Perfektionismus loszulassen, Hilfe anzunehmen und sich auf andere zu verlassen. Die große Frage, die sich hier allerdings stellt, ist folgende: Warum sind diese Ratschläge und die *feminine energy* explizit an Frauen* gerichtet? Wenn, wie behauptet, allen Menschen unabhängig von Gender eine gewisse *feminine Energie* innewohne, die in der maskulinen Gesellschaft⁹ allgemein vernachlässigt werde, sollten die Ratschläge zur Wiedererlangung dieser nicht ebenso an Männer* und alle anderen Personen gerichtet werden?

Die Gründe für die weibliche Zielgruppe werden klarer, wenn anerkannt wird, dass der *feminine-energy*-Trend keine Gesellschaftskritik übt, sondern Strukturen der Ungleichheit unterstützt. Zwar sagen Influencer*innen, es ginge um individuelle Lebensverbesserung und nicht um Politik oder Macht – trotzdem wird dadurch eine Geschlechterhierarchie reproduziert, die die Gesellschaft erst an diesen Punkt der strukturellen Ungerechtigkeit getrieben hat. Das Private ist ebenso politisch.¹⁰

⁷ Vgl. Angela McRobbie, „Notes on the Perfect“, *Australian Feminist Studies* 30/83, 2015, S. 3–20, hier: S. 10.

⁸ Vgl. „The *Ultimate* Beginner’s Guide to ACTIVATING FEMININE ENERGY“, TC 00:01:20.

⁹ Vgl. „HOW TO ACTIVATE YOUR FEMININE ENERGY *life changing*“, R.: Jillz Guerin, 09.11.2020, <https://www.youtube.com/watch?v=ntdAGm7fbis>, Zugriff am: 20.08.2025, TC 00:01:57.

¹⁰ Vgl. Carol Hanisch, „The Personal Is Political“, *Notes from the Second Year: Women’s Liberation* 1970, S. 76–78.

2.1.1 Naturalisierung & Performativität von Gender

Eine Kernproblematik des *feminine-energy*-Trends ist die dualistisch-vergeschlechtlichte Teilung von Charaktereigenschaften, Verhaltensweisen und sogar dem Wert eines Menschen. *Feminine Energie* sei sanft, empfangend, intuitiv und nicht kontrollierend, während *maskuline Energie* stark, führend, strukturiert und versorgend sei. Zwar wird behauptet, die Energien wären universell und unabhängig vom Geschlecht inhärent, allerdings steht dies mit den explizit an Frauen* gerichteten *feminine-energy*-Inhalten im Widerspruch. Auch die von den Influencer*innen postulierte „typische Balance“ von 80% *femininer* zu 20% *maskuliner Energie* in Frauen*¹¹ trägt nicht zur Behauptung der Unabhängigkeit von Gender bei.

Gender ist performativ – es ist eine Subjektivierung, „die sich in kaum bewusst oder absichtsvoll zu nennenden, permanenten Wiederholungen von Alltagspraktiken, Gesten, kulturellen Codes und Regimen der Sichtbarkeit von Benennungen und Anrufungen vollzieht“.¹² In ihrem Aufsatz *Performative Acts and Gender Constitution*¹³ beschreibt Judith Butler Identität, die das Geschlecht inkludiert, als durch sogenannte „stylized repetition of acts“¹⁴ hergestellt. Genderidentität wird damit zu einer performativen Leistung erklärt, die für ihr Bestehen kontinuierlich erbracht werden muss.¹⁵ Butler sieht Gender weder aktiv noch passiv – weder als eine rein individuelle Entscheidung noch als einen kollektiven Zwang, der dem Individuum die Handlungsmacht entzieht. Stattdessen wird es kulturell eingeübt: die sozialen Bedeutungen sind bereits etabliert, die ritualisierte Ausführung, die Gender eigentlich konstruiert, obliegt allerdings dem Subjekt.¹⁶

Gender, so Butler, wird als das metaphysische Gegenstück zu biologischem Geschlecht gesehen: „the gender appears to the popular imagination as a substantial core which might well be understood as the spiritual or psychological correlate of biological sex.“¹⁷ Diese Vorstellung verschleiert allerdings die Konstruiertheit und Performativität von Gender. Denn Gender ist nicht essenziell – es entsteht erst in seiner Ausführung, seiner Performanz. Butler plädiert dafür, nicht von Gender-Ausdruck zu sprechen, weil dieser Begriff impliziert, dass es ein substanzielles Gender gäbe. Ein essentialistisches Denken, das von einem natürlichen, spirituellen oder psychologischen Kern von Geschlecht ausgeht, verleugnet die Fluidität von Genderperformanz.¹⁸ Durch die Illusion des dualistischen Genderessentialismus und die Marginalisierung von „falschem“ vergeschlechtlichten Verhalten wird soziale Kontrolle ausgeübt.¹⁹

¹¹ Vgl. „RELATIONSHIPS: the NO B.S. guide to masculine & feminine ENERGY“, R.: Clark Kegley, 21.04.2021, <https://www.youtube.com/watch?v=Vv9RYgPr1m8>, Zugriff am: 05.09.2025, TC 00:02:15.

¹² Andrea Seier/Kathrin Peters, *Gender & Medien-Reader*, Zürich/Berlin: Diaphanes 2016, S. 11.

¹³ Judith Butler, „Performative Acts and Gender Constitution“, *Feminist theory reader: local and global perspectives*, hg. v. Carole R. McCann, New York, London: Routledge⁵ 2021, S. 353–361.

¹⁴ Ebd., S. 353.

¹⁵ Vgl. Ebd.

¹⁶ Vgl. Ebd., S. 357.

¹⁷ Ebd., S. 358.

¹⁸ Vgl. Ebd.

¹⁹ Vgl. Ebd., S. 359.

„There is, in my view, nothing about femaleness that is waiting to be expressed,“²⁰ so Butler. Gender und Weiblichkeit haben keine intrinsische Bedeutung, die „von Natur aus“ in Personen eingebaut sind – es ist eine Innovation, die bis zur Naturalisierung wiederholt wurde. „Gender is what is put on, invariably, under constraint, daily and incessantly, with anxiety and pleasure.“²¹ Das binäre Geschlechtersystem ist keine präexistente Tatsache, sondern ein kultureller Mechanismus.²²

Butlers Argumente des kulturellen Einübens und der Performanz von Gender sowie der Funktion des Genderessentialismus zur sozialen Regulation sind für die Erklärung des *feminine-energy*-Trends relevant. Das Phänomen kann durch diese Linse als Mechanismus der (Wieder-)Herstellung von konservativen, veralteten Geschlechterrollen interpretiert werden, die ein Gefühl von Kontrolle versprechen. Genderperformanz wirkt als Überlebensmechanismus und verhandelt dabei ganze Identitäten.²³ Verständlich wird dadurch, weshalb eine Öffnung der Grenzen zwischen Männlichkeit und Weiblichkeit zu Krisen führen kann. Und weshalb so vehement darauf bestanden wird, für vergeschlechtlichte Anleitungen zu sorgen. Ein starr dualistisches Konzept, in dem sich für eine einzelne Maskulinität oder Femininität entschieden werden muss, schränkt laut Carrie Paechter allerdings sowohl das Weltbild als auch die Selbstentfaltung ein.²⁴ Dennoch ist sie der Meinung, dass die Binarität der beiden Hauptgeschlechter zu tief in der Gesellschaft verankert ist, um sie umzustößen.²⁵ Dieser Einschätzung schließt sich Heike vom Orde an: Sie schreibt dem „gender belief system“, das in jeglichen Interaktionen reproduziert wird, eine gewisse Änderungsresistenz zu.²⁶

Paechter spricht von einer relationalen Definition von Maskulinität und Femininität. Als maskulin wird das unklare Feld dessen umrissen, was Männer* im Gegensatz zu Frauen* tun – dieses vergeschlechtlichte Handeln wird idealtypisch als singuläre Männlichkeit konstruiert.²⁷ Hegemoniale Männlichkeit dient der Legitimation des Patriarchats, sie unterstreicht die Richtigkeit der Dominanz der Männer* über die Frauen*.²⁸ Femininität ist in dieser Logik das Fehlen von Maskulinität und damit von Macht.²⁹ Pierre Bourdieu sieht in der Vergeschlechtlichung von Körpern herrschaftsinduzierende Akte:

„Die Maskulinisierung des männlichen und die Feminisierung des weiblichen Körpers sind gewaltige und in einem bestimmten Sinn unendliche Aufgaben, die, heute wohl mehr denn je, einen beträchtlichen

²⁰ Ebd., S. 360.

²¹ Ebd.

²² Vgl. Ebd., S. 360.

²³ Vgl. Ebd., S. 355.

²⁴ Vgl. Carrie Paechter, „Masculine femininities/feminine masculinities: power, identities and gender“, *Gender and Education* 18/3, 2006, S. 253–263, hier: S. 262.

²⁵ Vgl. Ebd., S. 261.

²⁶ Vgl. Heike vom Orde, „Geschlechterdarstellungen in den Medien: eine unendliche (Klischee-)Geschichte“, *BPJMAKTUELL* 2/2020, S. 9–14, hier: S. 13.

²⁷ Vgl. Paechter, „Masculine femininities/feminine masculinities“, S. 254f.

²⁸ Vgl. Raewyn Connell, *Der gemachte Mann: Konstruktion und Krise von Männlichkeiten*, Wiesbaden: Springer Fachmedien 2015, S. 130.

²⁹ Vgl. Paechter, „Masculine femininities/feminine masculinities“, S. 256.

Aufwand an Zeit und Anstrengung erfordern und eine Somatisierung des Herrschaftsverhältnisses zur Folge haben, das auf diese Weise naturalisiert wird.“³⁰

Das Ziel der geschlechtsabhängigen Arbeit am Körper ist es, „systematisch differenzierte und differenzierende Habitus“³¹ herzustellen. Diese erlernten Habitus dienen als Grundlage für vergeschlechtliche Arbeitsteilungen, die die Dichotomie zementieren, Abhängigkeitsverhältnisse schaffen und hierarchisieren.³² Von den anerzogenen Tugenden und Charaktereigenschaften der Geschlechter profitiert schließlich das Patriarchat und die bestehende Hegemonie. Arbeit wird aufgrund von Gender verteilt, gleichzeitig wird sie abhängig davon, wer sie verrichtet, als unterschiedlich wertvoll gesehen.³³ Die Funktion des Unterordnens heteronormativer Weiblichkeit läge nach Sarah Banet-Weiser darin, Männer* in ihrer Dominanz zu versichern. Das Stören der femininen Performanz, die als gegeben angesehen wird, fordert das patriarchale System und seine Hierarchien heraus.³⁴

Das Ideal des Femininen ist von Schwäche, Hilflosigkeit, Minderwertigkeit und Infantilisierung geprägt. Frauen* wird antrainiert, so wenig Raum wie möglich zu beanspruchen und jedes Zeichen von Alter und damit einhergehender Erfahrung und Weisheit unsichtbar zu machen. Sogar die (gesellschaftlich verlangte) Arbeit am femininen Selbst wird unsichtbar gemacht, da sie sonst als Oberflächlichkeit verurteilt wird.³⁵ Die disziplinierenden Machtstrukturen sind so weit in die Gesellschaft eingeschrieben, dass es nicht möglich ist zu identifizieren, von wem oder was diese ausgehen, so Sandra Lee Bartky in foucaultscher Tradition. Das fördert allerdings nur den Glauben daran, dass Femininität freiwillig oder „natürlich“ sei:³⁶ „The absence of formally identifiable disciplinarians and of a public schedule of sanctions only disguises the extent to which the imperative to be ‚feminine‘ serves the interest of domination.“³⁷

Bartky beschreibt drei disziplinäre Praktiken, die zum Produzieren eines femininen Körpers angewandt werden. Das sind Praktiken, die den Körper erstens formen und gestalten sollen, zweitens bestimmte Gesten daraus hervorbringen und ihn drittens als eine Hülle verhandeln, die es zu schmücken gilt.³⁸ Femininität wird als disziplinäres Projekt gesehen – und ist dementsprechend von verschiedenen Ressourcen abhängig. Die Ansprüche sind hoch: „Feminine movement, gesture, and posture must exhibit not only constriction, but grace and a certain eroticism restrained by modesty: all three.“³⁹ Zu erfolgreicher Produktion von Femininität im Körper kommen Strategien hinzu, die das mentale

³⁰ Pierre Bourdieu, *Die männliche Herrschaft*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 2010, S. 99.

³¹ Ebd.

³² Vgl. Ebd., S. 102.

³³ Vgl. Ebd., S. 106.

³⁴ Vgl. Sarah Banet-Weiser, *Empowered: Popular Feminism and Popular Misogyny*, Durham: Duke University Press 2018, S. 3.

³⁵ Vgl. Sandra Lee Bartky, *Femininity and Domination: Studies in the Phenomenology of Oppression*, New York: Routledge 2015, S. 347.

³⁶ Vgl. Ebd., S. 348.

³⁷ Ebd., S. 349.

³⁸ Vgl. Ebd., S. 343.

³⁹ Ebd., S. 345.

Selbstbild einbeziehen. Das Drängen nach Selbstbewusstsein findet sich beispielsweise in vielen an Frauen* gerichteten medialen Botschaften wie auch bei *feminine energy* wieder.⁴⁰ Femininitätsarbeit wird durch die Behauptung, es sei der „natürliche“ Weg des Frau*seins, normalisiert und unsichtbar gemacht.⁴¹

2.1.2 Stereotype & binäre Genderidentitäten

Als vages Konzept kann *feminine energy* für vieles verwendet werden – ganz besonders wird es in der Frauenberatungsszene eingesetzt. YouTube- und TikTok-Influencer*innen widmen ihren Content der *femininen Energie*, mit der sie Frauen* ein Versprechen auf ein verbessertes Selbst geben. Durch das Verstärken der „natürlich gegebenen“ Energie würde man Heilung und Gesundheit erreichen.⁴² Das Problem dabei ist, dass die Behauptung, Frauen* hätten „natürlich“ mehr *feminine energy* und Männer* mehr *masculine energy* eine biologisierende Argumentation ist, die den Gedanken unterstützt, geschlechtskonformes Verhalten sei ein Allheilmittel für ein besseres und gesünderes Leben.

Die Behauptung, dass Männer* und Frauen* intrinsisch unterschiedlich sind, gibt es schon lange und wurde auf vielen Ebenen versucht zu legitimieren: religiös und metaphysisch, psychologisch und sozial, biologisch und physikalisch, energetisch und spirituell. Ein besonders prägnantes und weit rezipiertes historisches Beispiel dafür ist Otto Weiningers 1903 erschienenes Buches *Geschlecht und Charakter*,⁴³ das ausgesprochen misogyne, rassistische und antisemitische Positionen vertritt. Das Werk war seinerzeit sehr einflussreich und versuchte, eine allumfassende philosophische Begründung für die Unterschiede zwischen den binär gedachten Geschlechtern zu liefern. Bei Weininger werden „Weib“ und Mann* einander konträr gegenübergestellt, das W als das verkehrte M. Den Charakter des Weiblichen bestimmt Weininger sehr negativ als logikbefreit, seelenlos und unsozial.⁴⁴ Die Frau* wird hier zur sexuellen Sünde selbst, woraus sich das Bild der mysteriösen, bedrohlichen *Femme Fatale* ergibt.⁴⁵ Die Gegensätzlichkeit der Geschlechter im Sinne einer Ergänzung wandelt sich zu einer moralischen Opposition.⁴⁶

Die Binarität der Geschlechter, die Unterteilung in Mann* und Frau* sowie deren Zusammenhang mit gewissen Eigenschaften und Veranlagungen, findet bei Weininger einen radikalen Ausdruck. Das geht bereits prägnant aus den Formulierungen des Inhaltsverzeichnisses hervor: „Seelenlosigkeit des

⁴⁰ Vgl. Laura Favaro, „‘Just Be Confident Girls!’: Confidence Chic as Neoliberal Governmentality“, *Aesthetic Labour: Rethinking Beauty Politics in Neoliberalism*, hg. v. Ana Sofia Elias et al., London: Palgrave Macmillan UK 2017, S. 283–299, hier: S. 284.

⁴¹ Vgl. Ebd., S. 286.

⁴² Vgl. „Healing Wounded Feminine Energy“, R.: Alexis Smith, awwlexis, 16.01.2023, <https://www.youtube.com/watch?v=eAmJb76pq4Q&t=1217s>, Zugriff am: 17.10.2025, TC 00:18:25.

⁴³ Otto Weininger, *Geschlecht und Charakter: Eine prinzipielle Untersuchung*, Wien/Leipzig: K. u. k. Hof- u. Universitätsbuchhändler 1903.

⁴⁴ Vgl. Carola Hilmes, *Die Femme fatale: ein Weiblichkeitstypus in der nachromantischen Literatur*, Stuttgart: J.B. Metzler 1990, S. 46f.

⁴⁵ Vgl. Ebd., S. 50.

⁴⁶ Vgl. Ebd., S. 47.

Weibes.“⁴⁷ „Organische Verlogenheit des Weibes.“⁴⁸ „Problem des Juden = Problem des Weibes = Problem der Sklaverei.“⁴⁹ Antisemitismus, Rassismus und Sexismus werden hier deutlich.

In seinen Ausführungen stützt sich Weininger auf eine große Bandbreite von Philosophen und Denkern vor ihm. Unter anderem bezieht er sich in seinem Versuch einer Beweisführung um die Seelenlosigkeit des „Weibes“ auf „die Chinesen [...] seit ältester Zeit“.⁵⁰ Wie auch im *feminine-energy*-Trend zu sehen sein wird, wird die chinesische Philosophie als unanfechtbarer Wissensraum gerne für diese Form von Polaritätsargumentation referenziert. Weininger argumentiert in dem Buch, dass Weiblichkeit und das „Weib“ im kompletten Gegensatz zum ehrlichen, guten und liebevollen Mann* stünde. Er war der Ansicht, die Frau* würde es bevorzugen, passiv zu bleiben und das Objekt (eines Mannes* oder Kindes) zu sein.⁵¹ Im weiteren Verlauf setzt er jüdische und Schwarze Menschen der Frau* gleich, wobei das „Weib“ von allen am meisten „amoralische[r] Triebe“ in sich trage, gleich eines Haustiers.⁵² So wie mit Weiningers Frauenverachtung eine „Krise des männlichen Selbstbewusstseins“ einhergegangen ist,⁵³ finden sich auch aktuelle Ausprägungen dieser Dynamik in antifeministischen Online-Räumen.

Sexualität und Liebe trennt Weininger völlig, die Frau* sei nicht mehr als die Verkörperung von Sexualität und Sünde. Liebe zeige sich in der „Anbetung der Madonna“, für Sex hingegen hätte man die „babylonische Hure“.⁵⁴ Der von Freud um 1905/1912 geprägte „Madonna-Huren-Komplex“ beschreibt dieses Verhältnis als eine Störung der männlichen Sexualität. Betroffene könnten die Liebe einer langfristigen Beziehung nicht mit sexueller Erregung in Einklang bringen. Eine respektierte Partnerin, die „Madonna“, würde bewundert, aber nicht begehrt werden – nur die degradierte, nicht respektable „Hure“ könne einen erregten Zustand hervorrufen.⁵⁵ Diese Dichotomie findet sich in vielen Erzählungen wieder, in denen ein Mann* zwischen zwei Frauen* steht: Der treuen Ehefrau und der sinnlichen Femme Fatale. Letztere kam im späten 19. Jahrhunderts als Figurentypus auf und entwickelte sich aus einer langen Tradition von verführerischen und machtvollen Frauen* wie den Hexen.⁵⁶ Der stereotypische Dualismus der Femininität findet sich im *feminine-energy*-Trend in Form von *dark* und *light feminine energy* wieder, worauf später genauer eingegangen wird.

⁴⁷ Weininger, *Geschlecht und Charakter*, S. XVIII.

⁴⁸ Ebd., S. XX.

⁴⁹ Ebd., S. XXIII.

⁵⁰ Ebd., S. 240.

⁵¹ Vgl. Ebd., S. 392.

⁵² Vgl. Ebd., S. 450f.

⁵³ Vgl. Hilmes, *Die Femme fatale*, S. 46.

⁵⁴ Vgl. Ebd., S. 47.

⁵⁵ Vgl. Uwe Hartmann, „Sigmund Freud and His Impact on Our Understanding of Male Sexual Dysfunction“, *The Journal of Sexual Medicine* 6/8, 2009, S. 2332–2339, hier: S. 2335.

⁵⁶ Vgl. Hilmes, *Die Femme fatale*, S. 1.

Bei Geschlechterstereotypen handelt es sich laut Thomas Eckes Definition um „kognitive Strukturen, die sozial geteiltes Wissen über die charakteristischen Merkmale von Frauen und Männern erhalten.“⁵⁷ Diese manifestieren sich sowohl auf individueller als auch auf konsensueller Ebene des Wissens – sie sind also gleichzeitig persönlich und gemeinschaftlich. Eckes formuliert weiter, eine Besonderheit der Geschlechterstereotype im Gegensatz zu anderen Stereotypen ist, dass sie gleichzeitig deskriptiv beschreiben, wie Personen aufgrund ihres Geschlechtes sind, und präskriptiv vorschreiben, wie sie aufgrund ihres Geschlechts zu sein haben. Der vermeintliche Ist-Zustand und der konstruierte Soll-Zustand existieren parallel.⁵⁸

Geschlechterrollen wiederum definiert Eckes als soziale Verhaltensweisen auf Basis des zugeschriebenen Geschlechts. Während Stereotype die Wissensstrukturen um die Eigenschaften bezeichnen, geht es bei Rollen um die Erwartungen der sozialen Ausführung von Geschlecht.⁵⁹ Geschlechtsidentität dagegen betrifft nach Eckes die Selbstdefinition und -wahrnehmung.⁶⁰ Es handelt sich dabei nicht ausschließlich um etwas nach innen gerichtetes, sondern um grundlegende Annahmen der Weltordnung. Dekonstruktion von Gender und seiner Binarität kann an den Identitätsvorstellungen und Weltbildern rütteln.⁶¹ Dass sich das eigene Körpergefühl einem Geschlecht zuordnen lässt, prägt das Selbstverständnis grundlegend, so Bartky:

„To have a body felt to be ‚feminine‘ – a body socially constructed through the appropriate practices – is in most cases crucial to a woman’s sense of herself as female and, since persons currently can be only as male or female, to her sense of herself as an existing individual.“⁶²

Nach Paechter kann sich eine Person auf eine „männliche Art“ verhalten, ohne die eigene Identität von Männlichkeit definieren zu lassen. Das Frau*- oder Mann*sein ist ein Identitätsaspekt von vielen.⁶³ Für Butler ist Identität eine bloße Vorstellung, die durch Wiederholungsakte hergestellt wird.⁶⁴ Eine vor der Performanz existente Genderidentität gibt es nicht:

„for if gender attributes and acts, the various ways in which a body shows or produces its cultural signification, are performative, then there is no preexisting identity by which an act or attribute might be measured; there would be no true or false, real or distorted acts of gender, and the postulation of a true gender identity would be revealed as a regulatory fiction.“⁶⁵

Die Sozialen Medien bieten einen neuen Raum für Identitätsbildungsprozesse. Durch seine Flüchtigkeit entzieht sich das Internet festen Kategorien und befindet sich fortgehend im Wandel. Fluidere Identitäten

⁵⁷ Thomas Eckes, „Geschlechterstereotype: Von Rollen, Identitäten und Vorurteilen“, *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung: Theorie, Methoden, Empirie*, hg. v. Ruth Becker/Beate Kortendiek, Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften² 2008, S. 171–182, hier: S. 171.

⁵⁸ Vgl. Ebd.

⁵⁹ Vgl. Ebd.

⁶⁰ Vgl. Ebd., S. 172.

⁶¹ Vgl. Bartky, *Femininity and Domination*, S. 349.

⁶² Ebd.

⁶³ Vgl. Paechter, „Masculine femininities/feminine masculinities“, S. 261.

⁶⁴ Vgl. Butler, „Performative Acts and Gender Constitution“, S. 353.

⁶⁵ Ebd., S. 358.

werden hier möglich.⁶⁶ Trotz des Impetus, sich online als eine homogene Marke zu präsentieren, um erfolgreich zu sein,⁶⁷ bergen Soziale Medien Potenziale des Ausprobierens – das wird zum Beispiel in den sogenannten Aesthetics sichtbar.⁶⁸ Vom Orde macht auch auf die Gefahren aufmerksam. Es wird

„deutlich, wie vor allem weibliche Heranwachsende fragwürdige Geschlechterbilder aus der Populärkultur (etwa aus Musikvideos, der Werbung oder von Influencer*innen) aufgreifen, um sie in ihrer persönlichen Selbstdarstellung, wie z.B. in Instagram, distanzlos zu übernehmen.“⁶⁹

Identität wird durch die Anreize der Social-Media-Plattformen zu einer kommerzialisierten Performance zur Maximierung von Sichtbarkeit. Diese führt zu einer Kultur des Brandings, in der Identität einen Markenwert hat und monetarisiert wird. Statt für eine authentische Persönlichkeit wird Identität zum Zweck der öffentlichen Konsumption konstruiert.⁷⁰

2.2 Phänomene der Sozialen Medien

„I realize this might sound too good to be true, but feminine energy is not just some woo-woo-nonsense, it's not just this random trend. Trends become trends for a reason.“⁷¹ Bei *feminine energy* handle es sich um mehr als nur einen Trend, die Beliebtheit würde die Echtheit nur bestätigen, so Guerin in diesem Zitat. Während ich zustimme, dass es einen Grund gibt, warum etwas trendet, würde ich mich Guerins Echtheits-Legitimierung nicht anschließen. Um das Phänomen *feminine energy* zu verstehen, muss es in die digitale Trendumgebung eingebettet werden. Für besonders relevant halte ich dabei das Konzept der Aesthetics und den Trend der TradWife.

Die sogenannten Aesthetics formieren sich laut Guilherme Giolo und Michaël Berghman vorwiegend online. Sie bilden eine Form der ästhetischen Kategorisierung, die für das Verständnis von Kultur fundamental ist.⁷² Objekte und Aktivitäten, die eine bestimmte, subjektive Erfahrung exemplifizieren sollen, werden zu Aesthetics gruppiert. Die Subjektivität der Kategorien, das Fehlen klarer Definitionen und die gefühlsorientierte Zuordnung sind zentrale Faktoren.⁷³ Aesthetics dienen als unverbindliche und nicht zwangsläufig authentische Art der Selbstaussdrucks.⁷⁴ Sharmien Ajmal stellt fest, dass es sich bei Aesthetics zwar um eine Weiterführung von Subkulturen (z.B. Hippie, Punk etc.) handelt.⁷⁵ Allerdings werden die ersten zwei Prozessschritte der Formation von Subkultur, die Gruppenbildung durch

⁶⁶ Vgl. Carstensen, „Social Media“, S. 386.

⁶⁷ Vgl. Naomi Klein, *Doppelgänger: eine Analyse unserer gestörten Gegenwart*, Frankfurt am Main: S. FISCHER 2024, S. 70.

⁶⁸ Vgl. Sharmien Ajmal, „Charting Youth Subcultures, Identity Formation, and Niche Aesthetics in the Age of Social Media“, *Journal of English Literature and Cultural Studies* 5/1, 2024, S. 32–41, hier: S. 39.

⁶⁹ vom Orde, „Geschlechterdarstellungen in den Medien: eine unendliche (Klischee-)Geschichte“, S. 12.

⁷⁰ Vgl. Ajmal, „Charting Youth Subcultures, Identity Formation, and Niche Aesthetics in the Age of Social Media“, S. 14.

⁷¹ „The *Ultimate* Beginner’s Guide to ACTIVATING FEMININE ENERGY“, TC 00:01:30.

⁷² Vgl. Guilherme Giolo/Michaël Berghman, „The aesthetics of the self: The meaning-making of Internet aesthetics“, *First Monday* 28/3, 2023, S. 2.

⁷³ Vgl. Ebd., S. 23.

⁷⁴ Vgl. Alican Koc, *Memetic Aesthetics: Value, Virality, and Vibeology in the Age of Digital Social Media*, Quebec: McGill University 2024, S. 7f.

⁷⁵ Vgl. Ajmal, „Charting Youth Subcultures, Identity Formation, and Niche Aesthetics in the Age of Social Media“, S. 36.

gemeinsame Interessen und Glaubensansätze, bei den Aesthetics übersprungen und direkt zur Kommodifizierung übergegangen, was Aesthetics als oberflächliches Mittel der Identitätsbildung zurücklässt. Einen gehaltvollen inhaltlichen Kern haben die Aesthetics nicht, was ihren flüchtigen Charakter begründet. Das gibt einerseits Raum, verschiedene Identitäten im anonymen digitalen Raum auszuprobieren und nach Belieben zu ändern. Andererseits werden dadurch auch Produkte mit dem Versprechen eines spezifischen Lifestyles vermarktet – Konsum wird als der Schlüssel zu einem besseren Leben konstruiert. Die Bedeutung einer Aesthetic wird durch ihre Visualität klar, das Betrachten genügt zum Verstehen.⁷⁶ Im Unterschied zu Subkulturen sind Aesthetics ephemere, unpolitisch,⁷⁷ fragmentarisch und oberflächlich.⁷⁸ Der Reiz liegt im Versprechen, das Verkörpern einer Aesthetic führe zu dem damit zusammenhängenden Lebensstil und Selbstverwirklichung.⁷⁹

Aesthetics können als eine Form von Bedeutungsherstellung in digitalen Räumen gesehen werden, die auch offline Wirkung entfalten können. Nutzer*innen dienen diese Aesthetics als Möglichkeit, die eigene Lebensrealität zu verstehen oder sogar zu formen.⁸⁰ Sie werden als Instrumente eingesetzt, eine Identität in einer fluiden, postmodernen Welt auszubilden. Nach Giolo und Berghman drückt sich in Aesthetics das Bedürfnis von Individuen aus, angesichts von kultureller Beschleunigung die Deutung der Realität auf subjektive Strukturen auszulagern.⁸¹ Obwohl es den Aesthetics wegen der gefühlsgelenkten Organisation an Kohärenz fehlt, werden sie zur alltäglichen Konstruktion von kohärenten Denkräumen und Selbstbildern verwendet. Dies kann als Reaktion auf die postmoderne Ablehnung von Etiketten und den daraus resultierenden Strukturverlust interpretiert werden.⁸² Bei sinkender Sozialstruktur schaffen sich Individuen auf subjektive Art Sicherheit und Gewissheit, um die eigene Identität zu verstehen und einordnen zu können. Aesthetics werden zu diesem Zweck verwendet – sie sind gleichzeitig fluide, subjektiv formbar und eine Orientierungshilfe.⁸³

Als Gegenpol dazu möchte ich die TradWife-Community anführen. Der TradWife-Trend ist mit ideologischen Vorstellungen durchtränkt – Ashley Mattheis stellt in ihrem Artikel *#TradCulture* einen Zusammenhang zwischen den gendernostalgischen, antifeministischen Vorstellungen der TradWife-Community und weißem Suprematismus her.⁸⁴ Ein Bild von besseren vergangenen Zeiten wird konstruiert und die Befreiung der Frau* in regressiven Idealvorstellungen gesucht. Dabei wird nicht nur die Unterdrückung der Frau* als ihre eigene Entscheidung gerahmt, sondern auch normativ weiße Kultur

⁷⁶ Vgl. Ebd., S. 39.

⁷⁷ In dem Sinne unpolitisch, dass keine Agenda oder Ideologie offen vertreten wird.

⁷⁸ Vgl. Ajmal, „Charting Youth Subcultures, Identity Formation, and Niche Aesthetics in the Age of Social Media“, S. 35f.

⁷⁹ Vgl. Ebd., S. 40.

⁸⁰ Vgl. Giolo/Berghman, „The aesthetics of the self“, S. 2.

⁸¹ Vgl. Ebd., S. 3.

⁸² Vgl. Ebd., S. 24.

⁸³ Vgl. Ebd., S. 25.

⁸⁴ Vgl. Ashley A. Mattheis, „#TradCulture: Reproducing whiteness and neo-fascism through gendered discourse online“, *Routledge Handbook of Critical Studies in Whiteness*, hg. v. Shona Hunter/Christi van der Westhuizen, London: Routledge 2021, S. 97.

reproduziert. Zwar behauptet die TradWife-Kultur von sich selbst, keine extremen ideologischen Überzeugungen zu vertreten. Dennoch ist die Community dicht mit konservativen und rechtsextremen Politiken verwoben und für dessen politische Vertreter*innen anschlussfähig.⁸⁵ Das lässt sich besonders an geteilter Sprache (z. B. „Red-Pilling“) und den Fokussen auf Heterosexualität, Mutterschaft und Antifeminismus erkennen. Der TradWife-Trend ist durch die Prävalenz der reproduzierenden Rolle der Frau* ein direkter Weg, bzw. eine Pipeline, in den Neofaschismus und seine Verschwörungstheorien (z. B. Großer Austausch). Frauen* dienen in der Verbreitung dieser Narrative nicht nur als Dämpfung, um diese radikalen Ideen weniger gefährlich wirken zu lassen und in den Mainstream zu bringen, sondern auch als aktive Teilnehmerinnen in der Produktion und Zirkulation der Ideologien.⁸⁶

Beide Phänomene sind relevant, weil sie unmittelbar mit *feminine energy* in Zusammenhang stehen: Inhaltlich bedient sich der Trend eines ähnlichen Genderessentialismus wie die TradWife-Community, wenn auch in spiritueller Form. Als Life-Coaching-Konzept wird *feminine energy* wie TradWife als eine vergeschlechtlichte Art zu leben präsentiert. Visuell allerdings, was vor allem in den Thumbnails der betrachteten Videos zu sehen sein wird, wird mit eben jenen Aesthetics gearbeitet, um Lifestyle-Versprechungen aufzurufen. Unter anderem werden *dark* und *light feminine energy* bildlich referenziert. Dabei handelt es sich um die Aesthetics-Abspaltung des Trends, bei der collageartig eine gewisse dunkle oder helle Essenz der *femininen Energie* visuell ausgedrückt wird. Eine Aneinanderreihung von Fotografien junger, normschöner Frauen*, die entweder einen offenen Gesichtsausdruck, helle Haarfarbe und helle Kleidung oder eine verführerische Miene mit dunklen Haaren und dunkler Kleidung tragen, ist das Ergebnis.⁸⁷ Alternativ finden sich in den Kurzformaten auch Auflistungen der verschiedenen Qualitäten, die *dark* und *light feminine energy* ausmachen würden. Es erinnert an den bereits erwähnten freudschen „Madonna-Huren-Komplex“,⁸⁸ in der Frauen* entweder als unschuldige Mädchen oder sexualisierte Femme Fatales eingeordnet werden.⁸⁹

Was diese Trends und Aesthetics vorrangig herstellen, sind Schablonen und ein simplifiziertes Weltbild. In den weiblich dominierten Räumen der Sozialen Medien würde ich *feminine energy* als spirituelles Life Coaching zwischen den ephemeren, oberflächlichen Aesthetics und dem konservativen, tief in ein Glaubenssystem integrierten Lifestyle der TradWife einordnen. Ob der Trend der fatalistischen, popfeministischen Femosphere zuzuschreiben ist, wird im letzten Kapitel erörtert.

⁸⁵ Vgl. Ebd., S. 99.

⁸⁶ Vgl. Ebd., S. 97f.

⁸⁷ Vgl. „Perfect example of dark and light feminine 🥰💫 #feminine #celebrity #model #goviral #shorts“, R.: Yunam, 26.03.2024, <https://www.youtube.com/watch?v=OWt8n9SwgMk>, Zugriff am: 11.11.2025.

⁸⁸ Vgl. Hartmann, „Sigmund Freud and His Impact on Our Understanding of Male Sexual Dysfunction“, S. 2335. „Feminine Energie und ihre (wirklich) dunklen Seiten“, R.: BRUST RAUS, 05.06.2023, <https://www.youtube.com/watch?v=1HtajyhtYts>, Zugriff am: 09.09.2025, TC 00:04:30.

⁸⁹ Vgl. Hilmes, *Die Femme fatale*, S. 47.

2.2.1 Problematische Verwicklungen

Kulturelle Phänomene beeinflussen sich gegenseitig und fusionieren zu etwas Neuem. Im Folgenden werden Zusammenhänge betrachtet, die auf *feminine energy* einwirkende gesellschaftliche Dynamiken illustrieren sollen. Ein Augenmerk wird dabei auf den digitalen Raum und seine möglichen (rechten) Pipelines gelegt, was wiederum Übergänge zwischen den Phänomenen demonstriert.

Feminismus ist nicht als Einheit denkbar, sondern von verschiedenen Strömungen, Wellen und Abspaltungen durchzogen, die einander beeinflussen und nicht klar voneinander abgrenzbar sind. Vier aktuell prävalente Feminismen sollen hier in Zusammenhang mit *feminine energy* gestellt werden: Postfeminismus, populärer Feminismus, neoliberaler Feminismus und reaktionärer Feminismus. Individualisierung von kollektiven Bewegungen und neoliberale Kolonialisierung feministischer Ideen sind dabei entscheidend. Die neoliberale Gesellschaft zeichnet sich durch die Regierung der freien Marktwirtschaft und die Auslagerung der Lösung struktureller Probleme auf das Individuum aus.⁹⁰ Das Fokussieren auf das Selbst wird im Neoliberalismus als Allheilmittel gezeichnet. Eine dieser Technologien des Selbst ist dabei das Gewinnen oder Meistern von Selbstbewusstsein.⁹¹

Der Postfeminismus geht von einem historisierten Feminismus aus, der seinen Dienst getan habe, womit Gleichberechtigung schon erreicht sei.⁹² Das Phänomen arbeitet mit einer zentralen Paradoxie: Feminismus wird gleichzeitig als selbstverständlich angesehen und als solcher zurückgewiesen, weil schon passé.⁹³ Es handelt sich um eine „Verbindung von Geschlechterdifferenz und gouvernementalen Formen der Selbstführung“.⁹⁴ Gill und McRobbie sehen in der individuellen Handlungsmacht (Agency) und Entscheidungsfreiheit (Choice) den Kern der postfeministischen Botschaft. Agency und Choice sind nur durch den Glauben daran möglich, bereits in einer gerechten Gesellschaft zu leben.⁹⁵

Daneben steht der populäre Feminismus, der kommerziell, sichtbar und vor allem durch die digitalen Medien weit verbreitet ist.⁹⁶ Popfeminist*innen nähern sich dem Thema des weiblichen Empowerment mit einer gewissen Ambivalenz und wollen ein Gegenbild zum stereotypisch wütenden, männerhassenden Feminismus schaffen.⁹⁷ Gearbeitet wird dabei wiederum auf einer individuellen Ebene, beispielsweise mit Scham und Selbstbewusstsein.⁹⁸ Indem Selbstbewusstsein als eine erlernbare Fähigkeit gerahmt wird, macht es sich ähnlich wie das vorhergehende Body-Shaming vermarktbar.⁹⁹ Statt den Schaden durch strukturelle, sexistische Ungleichheit anzuklagen, wird eine Lösung auf der

⁹⁰ Vgl. Kean Birch et al. (Hg.), *Handbook of Neoliberalism*, London: Routledge 2016, S. 2f.

⁹¹ Vgl. Banet-Weiser, *Empowered*, S. 93.

⁹² Vgl. Seier, *Mikropolitik der Medien*, S. 166f.

⁹³ Vgl. Ebd., S. 167.

⁹⁴ Ebd.

⁹⁵ Vgl. Kaisa Tiusanen, „Feeling grateful, kind, and empowered: rules of feeling in Instagram’s #womenswellness digital intimate public“, *Feminist Media Studies* 23/8, 2023, S. 3687–3704, hier: S. 3689.

⁹⁶ Vgl. Banet-Weiser, *Empowered*, S. 1.

⁹⁷ Vgl. Tiusanen, „Feeling grateful, kind, and empowered“, S. 3698.

⁹⁸ Vgl. Banet-Weiser, *Empowered*, S. 4.

⁹⁹ Vgl. Ebd., S. 94.

Mikroebene des Individuums präsentiert.¹⁰⁰ Selbstbewusstsein ist ein Knotenpunkt, an dem sich neoliberaler Kapitalismus und populärer Feminismus treffen.¹⁰¹

Das Anerkennen von Gender-Ungleichheit mit einer gleichzeitigen Individualisierung davon ist ein Anzeichen von neoliberalem Feminismus. Die Produktion dieser Ungerechtigkeit durch strukturelle Bedingungen wird verleugnet – stattdessen wird die gesamte Verantwortung für das eigene Wohlbefinden auf das Subjekt geschoben. Der Neoliberalismus hat den Feminismus so wie alle anderen Aspekte des Lebens kolonisiert.¹⁰² Nur eine Balance zwischen Arbeits- und Familienleben könne der Frau* Glückseligkeit bringen, so lautet die Behauptung des neoliberalen Feminismus. „Happiness“ wird als das höchste Ideal konstruiert. Um es zu erreichen, müsse die Frau* sich nach Innen richten, sich selbst überwachen, auf sich achten und ständig kalkulieren, wie die persönlichen Ressourcen am effizientesten eingesetzt werden können.¹⁰³

Die Illusion eines perfekten Lebens prägt die zeitgenössischen populärfeministischen Botschaften über Femininität – McRobbie sieht sie als gefährlich an.¹⁰⁴ Im neoliberalen Feminismus wird Perfektion als realistische Möglichkeit vermarktet, die ganz nach meritokratischem Denken durch harte Arbeit erreichbar sei.¹⁰⁵ Die Aspiration des guten Lebens¹⁰⁶ fördert allerdings neoliberalen Wettbewerb und reduziert dabei das Potenzial kollektiver sozialpolitischer Kritik.¹⁰⁷ Während es als emanzipatorische Idee gerahmt wird, durch genug Arbeit und Anstrengung alles erreichen zu können, profitiert vor allem der kapitalistische Arbeitsmarkt.¹⁰⁸ Das oberflächliche Eintreten für Gleichstellung wird in das vorhandene, ungerechte System eingepasst. Der Feminismus kooperiert mit dem Neoliberalismus.

Dabei wird alles von der Frau* verlangt: Um das gute Leben zu bekommen, müsse sie gleichzeitig dem Kapitalismus dienen und beruflichen Erfolg anstreben und die perfekte „traditionelle“ Weiblichkeit mitsamt unbezahlter Care-Arbeit leisten, um das patriarchale System am Laufen zu halten.¹⁰⁹ McRobbie stellt die These auf, dass manche Feminismen mit dem Kapitalismus und konservativen Rechten an einem Strang ziehen. Durch die Individualisierung des Feminismus in Form des Selbstverbesserungsethos wird kollektive soziale Gerechtigkeit und Solidarität vernachlässigt, was für die bestehende Hegemonie von Vorteil ist.¹¹⁰

¹⁰⁰ Vgl. Ebd., S. 93.

¹⁰¹ Vgl. Ebd., S. 95.

¹⁰² Vgl. Catherine Rottenberg, „The Rise of Neoliberal Feminism“, *Cultural Studies* 28/3, 2014, S. 418–437, hier: S. 420.

¹⁰³ Vgl. Ebd., S. 428f.

¹⁰⁴ Vgl. McRobbie, „Notes on the Perfect“, S. 4.

¹⁰⁵ Vgl. Ebd., S. 6.

¹⁰⁶ Vgl. Ebd., S. 9.

¹⁰⁷ Vgl. Ebd., S. 6.

¹⁰⁸ Vgl. Ebd., S. 7.

¹⁰⁹ Vgl. Ebd., S. 7.

¹¹⁰ Vgl. Ebd., S. 16.

Anknüpfend an die postfeministische Behauptung, Gleichstellung sei bereits erreicht, wurde die Männerrechtsbewegung gegründet, die sich selbst als Opfer der Unterdrückung sieht.¹¹¹ Diesen Gedanken weiterführend wuchs die Manosphere seit 2009 im Internet als lose zusammenhängende Interessensgruppen mit antifeministischen Einstellungen. Ihr Ziel ist, die symbolische Red Pill zu schlucken und aus der misandrischen¹¹² Gehirnwäsche des Feminismus auszubrechen.¹¹³ Red Pill ist eine Metapher aus dem Film *Matrix*, in dem die rote Pille zur Erkenntnis der Wahrheit führt. Statt wie im Film anschließend für systematische Veränderung zu kämpfen, wird das Red-Pill-Erwachen der Manosphere nur auf persönlicher Ebene genutzt. Die „Wahrheit“ sei in diesem Fall die Unterdrückung der Männer* durch den Feminismus. In diesem Denkmuster würden Männer* in heterosexuellen Beziehungen mit Frauen* ausgebeutet werden, nicht andersherum. Red Pill und Pick-Up-Artists werden in dieser Sphäre als eine Gegenstrategie zu den individuellen Auswirkungen des Feminismus gesehen.¹¹⁴ Das Manosphere-Gedankengut basiert unter anderem auf der Frustration (junger) Männer* und ihrem vermeintlichen Anspruch auf Sex – für ihren sexuellen Misserfolg geben sie Frauen* die Schuld.¹¹⁵

Simplifizierende Konzepte der Evolutionspsychologie werden in Red-Pill-Kreisen zur Legitimation ihrer Genderideologien verwendet, um die Behauptung der wissenschaftlichen Fundierung aufrecht erhalten zu können.¹¹⁶ Red Pill geht von der Dichotomie aus, dass Frauen* gefühlsgesteuert und irrational seien und Männer* pragmatisch und objektiv – deshalb verlangt die Red-Pill-Manosphere von ihren Mitgliedern, „wahrheitsbasierte Beobachtungen“ und (zu ihren Zwecken interpretierte) empirische Daten statt bloße Meinungen in ihre Posts zu bringen. Diese Rationalisierung der subjektiven Interpretationen von ausgewählten Daten und wissenschaftlichen Theorien (wie Evolutionsbiologie) führt zu einer scheinbaren Objektivität.¹¹⁷ Wie am historischen Beispiel Weiningers ersichtlich, ist diese Position keine neue – auch Weininger war ein hasserfüllter junger Mann*, der sich hemmungslos abwertend über das andere Geschlecht äußerte. Seine Gedanken werden sogar noch immer in Manosphere-Inhalten aufgegriffen.¹¹⁸

Das Konzept der Femosphere wird in *The reactionary turn in popular feminism* von Jilly Boyce Kay genauer erklärt. Eine ihrer grundlegenden Thesen ist, dass die Femosphere nicht gegen die Manosphere

¹¹¹ Vgl. Debbie Ging, „Alphas, Betas, and Incels: Theorizing the Masculinities of the Manosphere“, *Men and Masculinities* 22/4, 2019, S. 638–657, hier: S. 639.

¹¹² Es ist anzumerken, dass dieser Begriff aus der Manosphere stammt und dazu dient, Männern* eine Opferrolle zuzuschreiben. Vgl. Alice E. Marwick/Robyn Caplan, „Drinking male tears: language, the manosphere, and networked harassment“, *Feminist Media Studies* 18/4, 2018, S. 543–559, hier: S. 548.

¹¹³ Vgl. Ging, „Alphas, Betas, and Incels“, S. 640.

¹¹⁴ Vgl. Shawn Van Valkenburgh, „Digesting the Red Pill: Masculinity and Neoliberalism in the Manosphere“, *Men and Masculinities* 24/1, 2021, S. 84–103, hier: S. 89.

¹¹⁵ Vgl. Ging, „Alphas, Betas, and Incels“, S. 640.

¹¹⁶ Vgl. Van Valkenburgh, „Digesting the Red Pill“, S. 85f.

¹¹⁷ Vgl. Ebd., S. 90f.

¹¹⁸ Vgl. „Men Are Being Played! Otto Weininger Tried to Warn You!“, R.: Philosof, 20.05.2025, https://www.youtube.com/watch?v=YOp0l_fD5ZI, Zugriff am: 27.08.2025.

arbeitet, sondern sie bloß spiegelt.¹¹⁹ Die Manosphere definiert Kay durch Misogynie und Antifeminismus, die sich in Online-Communities wie Incels, Pick-Up-Artists (PUA), Men's Rights Activists, Men Going Their Own Way (MGTOW) und der Red-Pill-Philosophie zeigen würden. Weibliche Online-Räume wie die TradWife-Communities sind ideologisch an die Manosphere angepasst und handeln in ähnlich rigiden Genderrollen und weißem Suprematismus.¹²⁰ Die Femosphere ist demgegenüber eine gendervertauschte Spiegelung – die Inhalte sind genau umgekehrt, doch der Modus und die fatalistischen Logiken ähnlich. So ist man in der Femosphere statt misogyn misandrisch, statt MGTOW gibt es WGTOW, statt Incels Femcels, statt Pick-Up-Artists (PUA) Female-Dating-Strategists (FDS) und statt der Red-Pill- gibt es die Pink-Pill-Philosophie.¹²¹

Manche dieser Phänomene sind in direkter Reaktion auf Manosphere-Vorgänge entstanden, wie beispielsweise die FDS, die sich 2019 formierte und Schutz im Dating vor Manipulation durch PUAs sowie Wege, diese zu erkennen und zu verhandeln, bieten soll.¹²² Was diese Gruppierung formt, ist ein tiefgreifender Heterofatalismus. Dieser Begriff wurde von Asa Seresin 2019 geprägt und benennt eine pessimistische Auffassung der eigenen Heterosexualität und des anderen Geschlechts. Die FDS bezeichnen sich als einem feministischen Realismus verpflichtet, verstehen Feminismus allerdings nicht als strukturelle Veränderung, sondern als individuelle Strategie.¹²³ Die Femosphere übernimmt wie die Manosphere auch ideologische Vorstellungen aus der Evolutionstheorie und -psychologie, vertritt einen Genderessentialismus und behauptet, Männer* und Frauen* würden von Grund auf unterschiedlich „ticken“. Nicht nur teilt dies Menschen in hoch- und minderwertig ein, die Argumentation dient auch als Basis für Transphobie.¹²⁴

Kay beobachtet bei der FDS etwas, das auch im *feminine-energy*-Trend sichtbar ist: Um im Leben ein „Level aufzusteigen“ müssten Frauen* bloß ihr „natürliches“ Geschlecht und die Differenz zwischen den Geschlechtern akzeptieren.¹²⁵ Stoizismus und Selbstkontrolle werden wie auch in der Manosphere idealisiert – man solle sich von nichts und niemandem emotional beeinflussen lassen.¹²⁶ An den Massen von Life-Coaching-Videos für Frauen*, die ihnen beibringen wollen, wie man „stoic“, „detached“ und „unbothered“ wird, ist das ebenfalls zu erkennen.¹²⁷

¹¹⁹ Vgl. Jilly Boyce Kay, „The reactionary turn in popular feminism“, *Feminist Media Studies* 0/0, 2024, S. 1–18, hier: S. 2.

¹²⁰ Vgl. Ebd., S. 7.

¹²¹ Vgl. Ebd., S. 8.

¹²² Vgl. Ebd.

¹²³ Vgl. Ebd., S. 9.

¹²⁴ Vgl. Ebd., S. 10.

¹²⁵ Vgl. Ebd.

¹²⁶ Vgl. Ebd., S. 11.

¹²⁷ Vgl. z. B. „Master Detachment & Watch Everything Chase You.“, R.: Margarita Nazarenko, 17.02.2025, <https://www.youtube.com/watch?v=mUJjZEvwvPQ>, Zugriff am: 23.10.2025. „How to *actually* MASTER YOUR EMOTIONS (and stop reacting)“, R.: Jillz Guerin, 21.07.2024, <https://www.youtube.com/watch?v=SRQSkRPIHtg>, Zugriff am: 23.10.2025.

All das zeigt, dass die Manosphere bedeutende und gefährliche Einflüsse auf Online-Räume auch außerhalb dieser selbst hat. Vor allem zu genderpolitischen Fragen können sich Frauen* kaum online äußern, ohne Hassrede ausgesetzt zu werden.¹²⁸ Radikale Terminologien und Rhetoriken aus der Manosphere wuchern online¹²⁹ und finden auch im *feminine-energy*-Trend Eingang.

Zwei weitere Phänomene, die nicht nur Einfluss aufeinander ausüben, sondern sich sogar verbündet haben, sind New-Age-Spiritualität und rechte Verschwörungstheorien. Beide kompensieren die Entfremdung von Religion und die privat und gesellschaftlich erlebte Fragmentierung durch alternative Erklärungsstrukturen.¹³⁰ Was sie verbindet und die Basis des Hybrids, der „Konspiritalität“, ausmacht, sind laut Charlotte Ward und David Voas drei simple Glaubensansätze: Zufall gäbe es nicht, nichts sei so wie es scheine und alles hänge zusammen. Die Überzeugung, dass die soziale Ordnung von geheimen Gruppen gesteuert werde und die Menschen aufwachen und es erkennen müssten, eint die Online-Bewegung weiter.¹³¹ Die weiblich dominierte optimistische Spiritualität geht ein Bündnis mit der männlich dominierten, pessimistischen Verschwörungstheorie ein, so Ward und Voas: „Conspiritality appears to be a means by which political cynicism is tempered with spiritual optimism.“¹³²

Die Gefahr dabei ist, dass diese von Ängstlichkeit und Kulturpessimismus durchzogenen Phänomene mit ihrer Feindlichkeit gegenüber moderner Politik und Liberalismus zur Radikalisierung führen können.¹³³ Naomi Klein macht auf die frühe „Allianz aus Faschismus, Fitness und New Age“ vor und während des Zweiten Weltkriegs aufmerksam, die nun wieder zurückkehrt.¹³⁴ „In den Vereinigten Staaten begeisterten sich Bodybuilding- und Fitnessfreaks schon früh für Eugenik und die Züchtigung eines ihren Vorstellungen nach überlegenen Menschen.“¹³⁵ Im Nationalsozialismus wurde mit genau diesem Gesundheitswahn und Körperkult gearbeitet, um die Überlegenheit der „arischen Rasse“ zu argumentieren und Diktionen eines gesunden Volkskörpers mit der völkischen Ideologie verknüpft.¹³⁶

Die Ariosophie diente als esoterische Grundlage für die nationalsozialistische Rassenlehre und ist so ein Beispiel für das Zusammenwirken von Spiritualität und Faschismus. Sie basiert auf dem Sozialdarwinismus und seiner „natürlichen Auslese“, die pseudowissenschaftlich Rassismus und Antisemitismus legitimiert. Diese Verwissenschaftlichung führte auch dazu, dass solches Gedankengut schamlos offen ausgesprochen werden konnte. In weiterer Folge trug das zur Philosophie des Nationalsozialismus bei, aus der der Holocaust resultierte.¹³⁷ Der Ökofaschismus, in dem Völkermord

¹²⁸ Vgl. Ging, „Alphas, Betas, and Incels“, S. 653.

¹²⁹ Vgl. Ebd., S. 645.

¹³⁰ Vgl. Charlotte Ward/David Voas, „The Emergence of Conspiritality“, *Journal of Contemporary Religion* 26/1, 2011, S. 103–121, hier: S. 103.

¹³¹ Vgl. Ebd., S. 104.

¹³² Ebd., S. 108.

¹³³ Vgl. Ebd., S. 113.

¹³⁴ Vgl. Klein, *Doppelgänger*, S. 211.

¹³⁵ Ebd., S. 210.

¹³⁶ Vgl. Ebd., S. 211.

¹³⁷ Vgl. Dagmar Annemarie Neuwirth, *Ariosophische Geheimgesellschaften des frühen 20. Jahrhunderts als Nährboden der nationalsozialistischen Rassenideologie*, Wien: Universität Wien 1990, S. 10.

und Pandemien als eine Form „natürlicher Auslese“ gerahmt werden, wiederholt sich historisch. Dieser Mechanismus dient dazu, menschliches Massensterben zu legitimieren.¹³⁸

Die radikalisierenden Übergänge zwischen zwei Sorten digitaler Inhalte werden als Pipelines bezeichnet. Diese Zusammenhänge messbar zu machen, ist eine Herausforderung. In einer Studie fanden Mamié et al. signifikante Überschneidungen der Nutzer*innen in Manosphere und dem rechtsextremen Alt-right auf Reddit und YouTube. Die Ergebnisse stützen die These einer Migration von der Manosphere hin zum Konsum von Alt-right-Inhalten.¹³⁹ Eine ähnliche Befürchtung wird der New-Age-Bewegung von Kritiker*innen entgegengebracht.¹⁴⁰ Erwiesenermaßen existiert die oben genannte Konspiratorialität als eine Symbiose von New-Age-Ideen und Verschwörungstheorien.¹⁴¹ Diese Bewegung bietet in flexibler, vager Sprache alternative Welterklärungsmodelle an, die sich durch die Mehrdeutigkeiten in individuelle Glaubensstrukturen (psycho-spirituell oder sozio-politisch) einpassen lassen. Damit wird sie für ein breites Spektrum an Personen sehr anschlussfähig.¹⁴²

Nicht zu unterschätzen ist der Einfluss des Austragungsortes dieser Entwicklungen. Kathrin Ganz und Anna-Katharina Meßmer nennen das Internet ein „Labor eines neuen Kulturkampfes“¹⁴³ und verweisen damit auf die Spezifitäten, die darin liegen: durch algorithmische Reproduktion entstehende Echokammern, nicht verifizierbare Expert*innen und maschinelle Ausgaben, die Objektivität vorgaukeln, sowie fragmentierte Teilöffentlichkeiten.¹⁴⁴ Auch Zeynep Tufekci schreibt der Funktionsweise der Plattformen Verantwortung zu: Pipelines sind Ausdruck des algorithmischen Drangs zu extremen Inhalten. Ungeachtet des Ausgangspunktes tendiert der YouTube-Algorithmus dazu, immer radikaleren Content vorzuschlagen, der Nutzer*innen interessiert und auf der Plattform hält: „YouTube leads viewers down a rabbit hole of extremism, while Google racks up the ad sales.“¹⁴⁵

2.2.2 Konnektivität & digitale Ökonomie

Pipelines sind eine Konsequenz der plattformkapitalistischen digitalen Kultur. Das Ökosystem der konnektiven Medien ist nach Medienwissenschaftlerin José van Dijck von einer zentralen Spannung zwischen dem gemeinschaftlich-demokratischen und dem konnektiv-kommerziellen Interesse geprägt.¹⁴⁶ Das macht die Ambiguität von Social Media aus: Einerseits werden öffentliche Kommunikationsmöglichkeiten demokratisiert sowie globalisiert und bieten einen Raum für

¹³⁸ Vgl. Klein, *Doppelgänger*, S. 212.

¹³⁹ Vgl. Robin Mamié et al., „Are Anti-Feminist Communities Gateways to the Far Right? Evidence from Reddit and YouTube“, *Proceedings of the 13th ACM Web Science Conference 2021*, New York: Association for Computing Machinery 2021, S. 139–147, hier: S. 7.

¹⁴⁰ Vgl. Ward/Voas, „The Emergence of Conspiratoriality“, S. 113.

¹⁴¹ Vgl. Ebd., S. 103.

¹⁴² Vgl. Ebd., S. 116.

¹⁴³ Carstensen, „Social Media“, S. 387.

¹⁴⁴ Vgl. Ebd.

¹⁴⁵ Zeynep Tufekci, „YouTube, the Great Radicalizer“, *The New York Times* 10.03.2018, <https://www.nytimes.com/2018/03/10/opinion/sunday/youtube-politics-radical.html>, Zugriff am: 02.09.2025.

¹⁴⁶ Vgl. José van Dijck, *The culture of connectivity: a critical history of social media*, New York: Oxford University Press 2013, S. 155.

Selbstermächtigung. Andererseits geht damit ein Verlust von Kontrolle und Privatsphäre sowie die Monetarisierung und Kommerzialisierung dieses sozialen Raumes einher. Trotz des demokratischen Potenzials funktionieren auch Plattformen nach Ungleichheitsschemata – wer mehr Follower*innen hat, wird lauter gehört. Nicht nur besteht eine Spaltung zwischen Produzierenden und Rezipierenden, sondern auch zwischen den Nutzenden der Plattformen und deren Eigentümer*innen. Es darf nicht vergessen werden, dass hinter den Online-Infrastrukturen Personen stehen, die Macht über die Regulierung des Contents haben und entscheiden können, was gesehen wird und was nicht – oder wie der Algorithmus funktioniert, der diese Entscheidungen für sie trifft.¹⁴⁷

Die Metadaten, die zum Profiling und Marketing verwendet werden können, sind das eigentliche Interesse der Unternehmen, nicht die Inhalte der Plattformen. Van Dijck nennt in diesem Zusammenhang jeglichen Content einen Köder, um menschliches Verhalten nachzuverfolgen und sie zum Kauf von bestimmten Produkten zu bringen.¹⁴⁸ Zu diesem Zweck würden im Plattformaufbau Reibungspunkte minimiert werden. Die Annehmlichkeiten des widerstandslosen Zugangs zu Unterhaltung fesselt User*innen, wodurch der Verkehr und somit der Unternehmensprofit gesteigert wird.¹⁴⁹ Partizipation ist das Kernprinzip, Big Data hält den Plattformkapitalismus am Laufen.¹⁵⁰ Dabei profitieren die Technologieunternehmen, die kaum Regulierungen unterliegen, sondern in der freien Marktwirtschaft agieren können.¹⁵¹

Die Aufmerksamkeitsökonomie wird als die natürliche Ökonomie des Internets beschrieben und herrscht in den zeitgenössischen Sozialen Medien immer noch vor. Sie besagt, dass Prominenz von Sichtbarkeit bestimmt werde und somit vorgebe, wer am meisten Geld verdient.¹⁵² Mit der Entwicklung von TikToks algorithmischer Funktion, veränderte sich auch die Art, wie sich Influencer*innen durch die Sozialen Netzwerke bewegen: die Viralität einzelner Posts wird nun über die Berühmtheit einer Persona gestellt. Für anhaltende Sichtbarkeit ist nicht mehr die Kohärenz der vermittelten Identität ausschlaggebend, sondern die Anpassungsfähigkeit an den Zeitgeist. Trends spielen dabei eine entscheidende Rolle – die Teilhabe an ihnen steigert die Interaktion und Relevanz von Posts.¹⁵³ Viralität, Sichtbarkeit und die Gefühlsökonomie sind die drei Prinzipien, nach denen konnektive Plattformen von Dijck zufolge funktionieren.¹⁵⁴ Schon in den Bezeichnungen von „Like“ und „Favorite“ zeigen sich die „affektive Ökonomie“ und der affektive Verkehr, nach denen die Plattformen arbeiten.¹⁵⁵

¹⁴⁷ Vgl. Ebd., S. 159.

¹⁴⁸ Vgl. Ebd., S. 161.

¹⁴⁹ Vgl. Ebd., S. 157.

¹⁵⁰ Vgl. Ebd., S. 158, 161.

¹⁵¹ Vgl. Ebd., S. 165f.

¹⁵² Vgl. Crystal Abidin, „Mapping Internet Celebrity on TikTok: Exploring Attention Economies and Visibility Labours“, *Cultural Science* 12/1, 2020, S. 77–103, hier: S. 79.

¹⁵³ Vgl. Ebd.

¹⁵⁴ Vgl. van Dijck, *The culture of connectivity*, S. 158.

¹⁵⁵ Vgl. Ebd., S. 162.

User*innen werden durch die Annehmlichkeiten des Internets trotz des Wissens darum, dass sie mit ihren Daten bezahlen, zur freiwilligen Nutzung der scheinbar-gratis Dienste verleitet.¹⁵⁶ Die Grenzen zwischen Suchmaschine und Sozialem Netzwerk, zwischen Unterhaltung und Kommerz¹⁵⁷, zwischen Algorithmus und menschlichen Entscheidungen, zwischen Nutzer*innen-Inhalten und Werbung, zwischen Konsument*innen und Freund*innen verschwimmen immer weiter.¹⁵⁸ In letzterem Prinzip arbeiten auch Influencer*innen, die ihren Einfluss auf ihre Zuschauer*innenschaft durch trans-parasoziale Beziehungen¹⁵⁹ gewinnen – so wird Werbung eher als eine Empfehlung einer*s lieben Bekannten angesehen.¹⁶⁰

Die meistgesehenen, vor allem weiblichen YouTuber*innen entsprechen gängigen Schönheitsnormen, anders als andere Idole scheinen sie allerdings erreichbar und zugänglich.¹⁶¹ Es entstehen „intimate publics“, die geschlechtshomogen aufgebaut sein können und solidarisch unterstützend wirken. Weibliche Social-Media-Räume stellen ein Gemeinschaftsgefühl durch Inhalte her, das dazu ermutigen soll, sich damit abzufinden und es zu genießen, eine Frau* zu sein.¹⁶² Die geteilte konzeptuelle Welt und Bildsprache dienen einer Form des Selbstbezugs und dazu, sich angesprochen zu fühlen.¹⁶³ Zum Zweck der Aufmerksamkeitsmaximierung werden die Inhalte in einer Rückkoppelung zwischen Videoproduktion und Videorezeption an den Massengeschmack angepasst. Influencer*innen sind Vorbilder für ihr Publikum und dienen als eine Lifestyle-Orientierung.¹⁶⁴

Im Vordergrund des Influencer*innen-Milieus steht die Präsentation des Selbst, der eigenen Persona, die als Expert*in in einem Gelehrten-Habitus auftritt. Die Validierung des Wissens ist personenbezogen – Glauben wird ihnen aufgrund persönlichen Vertrauens geschenkt.¹⁶⁵ Erscheint ein Mensch authentisch, wirkt er glaubwürdig und kann einen Einfluss auf sein Publikum ausüben.¹⁶⁶ Die Kommunikation von Weibliche-Wellness-Influencer*innen ist in feministisch-emanzipatorischem Ton gehalten und zielt thematisch auf das Wohlbefinden von Frauen* ab. Um dieses zu erreichen, solle man sich selbst unter anderem durch Praktiken der Dankbarkeit zu einem guten Gefühl manipulieren.¹⁶⁷ Für negative Emotionen wird dabei kein Platz gelassen, obwohl sie für Authentizitätssteigerung regelmäßig von den

¹⁵⁶ Vgl. Ebd., S. 167, 169.

¹⁵⁷ Vgl. Ebd., S. 164.

¹⁵⁸ Vgl. Ebd., S. 171.

¹⁵⁹ Trans-parasoziale Beziehungen unterscheiden sich von parasozialen Beziehungen durch Reziprozität und Interaktivität, die in den Sozialen Medien gegeben sind. Vgl. Chen Lou, „Social Media Influencers and Followers: Theorization of a Trans-Parasocial Relation and Explication of Its Implications for Influencer Advertising“, *Journal of Advertising* 51/1, 2022, S. 4–21, hier: S. 11.

¹⁶⁰ Vgl. Abidin, „Mapping Internet Celebrity on TikTok“, S. 83.

¹⁶¹ Vgl. Nicola Döring, „Videoproduktion auf YouTube: Die Bedeutung von Geschlechterbildern“, *Handbuch Medien und Geschlecht*, hg. v. Johanna Dorer et al., Springer VS, Wiesbaden 2023, S. 963–973, hier: S. 968f.

¹⁶² Vgl. Tiusanen, „Feeling grateful, kind, and empowered“, S. 3689f.

¹⁶³ Vgl. Ebd., S. 3690.

¹⁶⁴ Vgl. Döring, „Videoproduktion auf YouTube“, S. 968f.

¹⁶⁵ Vgl. Robert Dörre, *Mediale Entwürfe des Selbst: Audiovisuelle Selbstdokumentation als Phänomen und Praktik der sozialen Medien*, Marburg: Büchner-Verlag 2022, S. 46.

¹⁶⁶ Vgl. Ebd., S. 65.

¹⁶⁷ Vgl. Tiusanen, „Feeling grateful, kind, and empowered“, S. 3697.

Influencer*innen eingestanden werden. Negative Gefühle werden validiert, aber gleichzeitig abgesprochen – denn eigentlich hätten sie ihren Ursprung in der Angst oder ähnlichem und werden als unauthentisch abgetan.¹⁶⁸

Mit digitalen Räumen gehen neue Praktiken der Selbstdarstellung einher, die scheinbar entkörpern funktionieren und ein subversives Potenzial in sich tragen.¹⁶⁹ Durch die Niederschwelligkeit und Zugänglichkeit von Social Media finden sich Nischenkanäle für viele unterschiedliche Gruppen, die als positive Vorbilder und Identitätsvalidierung dienen können.¹⁷⁰ Gender und dessen Authentizität ist selbst in der Online-Kommunikation ein relevanter Anhaltspunkt. Weiblich gelesene Personen werden stärker für ihre Selbstpräsentation verurteilt.¹⁷¹ Im Vergleich zu Männern* bekommen sie mehr negatives und aggressives Feedback, zudem werden sie häufiger sexualisiert und objektifiziert.¹⁷² Social Media trägt diese Ambivalenzen in sich: Es ermöglicht gleichzeitig Selbstermächtigung und vielfältige Ausdrucksmöglichkeiten, verstärkt allerdings sexistisches Gedankengut und ist von neoliberalen Mechanismen durchzogen.¹⁷³

2.3 Zur Frau* der eigenen Träume werden

Aussagen wie „werde die beste Version deiner Selbst“ oder „sei dein höchstes Selbst“ verfolgen User*innen durch viele Inhalte aus dem Genre des Life Coachings. Der Gedanke der Selbstoptimierung ist tief darin verwurzelt. Die gefühlszentrierte, subjektivierende Kommunikation in den Sozialen Medien findet ihren Ursprung in der aufsteigenden therapeutischen Kultur. Vor allem im Bereich der weiblichen Wellness auf Social Media werden Selbstreflexion und mentale Gesundheit in den Vordergrund gestellt. Durch das Offenlegen von Gefühlen und der Prävalenz der emotionalen Geständniskultur wird eine Intimität mit dem Publikum hergestellt, die wiederum zu Marketingzwecken eingesetzt werden kann.¹⁷⁴

Um Einfluss auf die Follower*innenschaft zu bekommen und etwas zu verkaufen, verwenden Influencer*innen ihre Authentizität und emotionale Anschlussfähigkeit. Den ihnen anhaftenden Charakter der Aspiration und der Selbstverbesserung haben die von Kaisa Tiusanen analysierten Posts zu #womenswellness gemeinsam – unabhängig davon, ob es sich um Identitätszuschaustellung, Networking oder Marketing handelt. Die Creator*innen des #womenswellness werben für komparative Steigerung des Wohlbefindens – für Selbstoptimierung.¹⁷⁵ Sie machen keinen Halt vor Superlativen, die behaupten, eine „beste Version seiner Selbst“ warte nur auf einen.

¹⁶⁸ Vgl. Ebd., S. 3694.

¹⁶⁹ Vgl. Carstensen, „Social Media“, S. 384.

¹⁷⁰ Vgl. Döring, „Videoproduktion auf YouTube“, S. 969.

¹⁷¹ Vgl. Carstensen, „Social Media“, S. 384.

¹⁷² Vgl. van Dijck, *The culture of connectivity*, S. 923.

¹⁷³ Vgl. Carstensen, „Social Media“, S. 389.

¹⁷⁴ Vgl. Tiusanen, „Feeling grateful, kind, and empowered“, S. 3690f.

¹⁷⁵ Vgl. Ebd., S. 3691f.

Das Selbst soll optimiert werden, der Mensch soll bessere mentale und körperliche Leistungen erbringen, er soll seine Produktivität steigern und nimmt dabei unweigerlich an der Hustle-Culture, der Kultur ununterbrochener Betriebsamkeit und Hektik, teil. Diese ist allerdings für ihre erschöpfende Wirkung bekannt, das Über-Arbeiten des optimierten Selbst das Resultat. Im Angesicht von toxischer, also fremd- und selbstschädlicher, Produktivität und Burnout ist ein Bedürfnis nach Stressreduktion und innerer Balance gegeben. Die Lösung im Selbst zu finden, wie es Influencer*innen und Selbsthilfe-Gurus anbieten, wirkt schnell und einfach. Es führt zu persönlicher Erleichterung, in einem toxischen System besser funktionieren zu können, ohne es verändern zu müssen. Alles, was dafür notwendig sei, die eigene psychische und physische Gesundheit zu erhöhen, seien ritualisierte Wellness-Praktiken und andere Lifestyle-Routinen – und das individualisiert und von anderen Menschen völlig unabhängig.

2.3.1 Das bessere Ich

Wellness als Selbstoptimierungstechnik wurde in den 1950er-Jahren popularisiert. Statt Wohlbefinden als die bloße Abwesenheit von Krankheit zu denken, kommt das Konzept auf, den gesunden Zustand zu erhöhen. Die sogenannte „high level wellness“ charakterisiert Halbert Dunn 1959 als eine Form der Veränderung, der Weiterentwicklung des Individuums „toward a higher potential of functioning“.¹⁷⁶ Ein Gesundheitswahn, der bereits in der nationalsozialistischen Ideologie angeklungen war, erstarkte in der Mittelschicht.¹⁷⁷ Dabei handelt es sich um eine Form von Lebensmanagement mit dem Ziel, Gesundheitsrisiken durch Entscheidungen der persönlichen Lebensweise zu minimieren.¹⁷⁸

Während das Selbsthilfe-Genre am Buchmarkt seit den 1930ern populär wurde, nahm die New-Age-Bewegung in der Nachkriegszeit Fahrt auf. Als gegenkulturelles Phänomen bietet sie eine Alternative zu dominanten Religionen und kulturellen Ansichten. Die Basis dieses Glaubenssystems sind das Metaphysische und Mystische, also Aspekte der Welt, die durch die Wissenschaft scheinbar nicht erklärt werden können. Mit Anleihen aus dem Zen-Buddhismus, der Esoterik, der Romantik des 18. Jahrhunderts und dem Transzendentalismus ist New Age eine Art Rebellion gegen den Status Quo.¹⁷⁹

New Age kann als eine säkulare, neoliberale Form von Spiritualität gesehen werden, die sich in verschiedenen Arten äußert, auf das Individuum zentriert ist¹⁸⁰ und von keiner zentralen Institution geleitet wird. Guy Redden bezeichnet New Age als eine Anomalie unter den religiösen Phänomenen, weil es nicht hierarchisch strukturiert ist und keine Loyalität fordert. Stattdessen würde jeder Mensch daran durch einen simplen Akt teilhaben können: Konsum.¹⁸¹ Diese Kernlogik sieht Redden als passend zu der vorherrschenden Marktorientierung und dem Individualismus der neoliberalen Gesellschaft.

¹⁷⁶ Ebd., S. 3688.

¹⁷⁷ Vgl. Klein, *Doppelgänger*, S. 211.

¹⁷⁸ Vgl. Tiusanen, „Feeling grateful, kind, and empowered“, S. 3688.

¹⁷⁹ Vgl. Guy Redden, „The New Agents: Personal transfiguration and radical privatization in New Age self-help“, *Journal of Consumer Culture* 2/1, 2002, S. 33–52, hier: S. 36.

¹⁸⁰ Vgl. Stephanie L. Young/D’Arcy J. Reynolds Jr., „You Can Be an Agent of Change: The Rhetoric of New Age Self-Help in Enlightened“, *Western Journal of Communication* 81/1, 2017, S. 1–20, hier: S. 3.

¹⁸¹ Vgl. Redden, „The New Agents“, S. 34.

Somit ist New Age ein religiöses Produkt seiner Zeit.¹⁸² New Age dient allerdings nicht nur dem Neoliberalismus, die Popularität der Bewegung zeigt zudem ein Bedürfnis nach einem anderen, besseren Weg der Lebensführung an.¹⁸³

Der New-Age-Fokus wird auf Individualität und das Selbst gelegt. Das persönliche Schicksal wird unabhängig von präexistenten Strukturen und als private Angelegenheit konstruiert.¹⁸⁴ Personen sollten in dieser Form der Selbsthilfe Verantwortung für das Selbst übernehmen und durch verschiedene Technologien des Selbst eine Transformation des Selbst vollziehen. Das Ziel kann ein Zustand des Glücks, der Reinheit, Weisheit oder Perfektion sein.¹⁸⁵ Das Wissen um diese Transformation wird im (New-Age-)Selbsthilfe-Geschäftsmodell privatisiert und kommodifiziert.¹⁸⁶ Weibliche-Wellness-Influencer*innen würden mit ihren alternativen Ansätzen einen Markt von Menschen bedienen, die von der sexistischen Schulmedizin enttäuscht wurden, und von ihnen profitieren. Durch das Gendern von Wellness besteht die Gefahr, dass Frauen* vermehrt Ziel von Quacksalberei werden.¹⁸⁷ In der New-Age-Selbsthilfe sieht Guy Redden einige Problematiken, die sich auch im *feminine-energy*-Trend widerspiegeln. Unter anderem schreibt er:

„There is a big difference between purchasing a promise that one may control one's destiny and actually controlling it. New Age works propose a better life through the transfiguration of personal agency.“¹⁸⁸

Das bessere Leben werde nach New-Age-Denken durch die Verwandlung der eigenen Agency erreicht. Redden weist darauf hin, dass das Versprechen, dass jeder Mensch für die eigene Realität verantwortlich sei und sie daher durch positives Denken auch verändern könne, als ein Allheilmittel verkauft wird.¹⁸⁹ Dieses Konzept ist dem Meritokratie-Gedanken verwandt, daher setze ich die Ansicht, dass Menschen an ihrem eigenen Schicksal selbst schuld seien, in den Kontext von Klassismus. Adorno sieht die Vorstellung einer Autonomie des Subjekts kritisch, da sie reale Zustände auf materieller und sozialer Ebene ausblendet. Zwar ist das Realisieren von Handlungsmacht Teil von gesellschaftlichen Umbrüchen. Der Diskurs um wahre, kollektive Veränderung wird durch die Behauptung persönlicher Unabhängigkeit allerdings vermieden.¹⁹⁰ Dem New-Age-Gedankengut fehlt die Sprache zur Sichtbarmachung größerer sozialer und politischer Strukturen.¹⁹¹

Das Streben nach einem Idealzustand ist kein neues Phänomen des Internets. Vera King et al. streichen in *Lost in Perfection* die kulturelle Konstruiertheit davon heraus, was als perfekt gilt.¹⁹² Sie sprechen

¹⁸² Vgl. Ebd., S. 35.

¹⁸³ Vgl. Ebd., S. 50.

¹⁸⁴ Vgl. Ebd., S. 49.

¹⁸⁵ Vgl. Ebd., S. 35.

¹⁸⁶ Vgl. Ebd., S. 36.

¹⁸⁷ Vgl. Klein, *Doppelgänger*, S. 225.

¹⁸⁸ Redden, „The New Agents“, S. 50.

¹⁸⁹ Vgl. Ebd.

¹⁹⁰ Vgl. Ebd.

¹⁹¹ Vgl. Young/Reynolds Jr., „You Can Be an Agent of Change“, S. 15.

¹⁹² Vgl. Vera King et al. (Hg.), *Lost in Perfection: Impacts of Optimisation on Culture and Psyche*, London: Routledge 2018, S. 2.

von zwei Begründungssträngen der Selbstverbesserung: der religiöse und der säkulare. Die methodische Lebensführung nach Max Webers protestantischer Ethik von 1905 wird beispielhaft für geistliche Argumentationen angeführt: Man solle sich selbst verbessern, um über den Tod hinaus Erlösung zu finden. Weltliche Selbstverbesserung ist demgegenüber auf ein erfülltes Leben in der Gegenwart sowie für die nachfolgenden Generationen ausgerichtet.¹⁹³ Der philosophische Diskurs um Perfektion und Vollkommenheit besteht schon seit langer Zeit und führt noch viel weiter – für *feminine energy* sind diese Überlegungen relevant, da hier, wie es die aufmerksamkeitsökonomische Online-Kommunikation vorsieht, häufig mit Konzeptionen von optimalen Lebensvorstellungen geworben wird.

Neben der normativen und regulativen Funktion erwähnen King et al. eine zweite, aktuelle Bedeutung von Perfektion: die Konstruktion als ein durch bestimmte Techniken erreichbares Ziel.¹⁹⁴ So treten auch die Online-Life-Coaches und *feminine-energy*-Influencer*innen an Lebensführung heran. Sie passen sich der Wettbewerbslogik des Neoliberalismus, des Kapitalismus und der freien Marktwirtschaft an – sozialer Druck und verinnerlichte Ambitionen, im vorhandenen System erfolgreich zu sein, führen zu immerwährender Erweiterung der möglichen Ziele. King et al. trennen Perfektion definitorisch als balanceorientierten Idealzustand von der Instrumentalität der Optimierung ab. Das Problem der Optimierung ist die Übertragung der Marktlogik auf Lebensbereiche wie zwischenmenschliche Beziehungen, in denen ein solches Funktionsprinzip hauptsächlich Schaden anrichtet.¹⁹⁵

Der Neoliberalismus kolonialisiert alle Lebensbereiche und ersetzt andere Systeme sozialer Ordnung, wie bereits am Beispiel des Feminismus illustriert.¹⁹⁶ Das neoliberale Subjekt wird als autonom agierendes und entscheidendes Individuum konzipiert.¹⁹⁷ Die dadurch entstehende scheinbare Fairness findet sich im Konzept der Meritokratie, der Vorstellung der gerechten Ressourcenverteilung nach Fähigkeiten, wieder.¹⁹⁸ Um in einem solchen System erfolgreich zu sein, ist ständige Arbeit am Selbst gefragt.¹⁹⁹ Politische und wirtschaftliche Handlungsträger werden durch die Individualisierung von Verantwortung und moralischem Handeln befreit.²⁰⁰ In dieser Fantasie des grausamen Optimismus wird das gute Leben als realistisches Versprechen konstruiert, dessen Nicht-Erreichen selbstverschuldet sein muss. Fehlender Wille oder das falsche Mindset seien die einzigen Barrieren zu einem besseren Leben.²⁰¹ Die Zusicherung der Zugänglichkeit des Ideals hält Menschen im neoliberalen System fest.²⁰²

¹⁹³ Vgl. Ebd.

¹⁹⁴ Vgl. Ebd., S. 3.

¹⁹⁵ Vgl. Ebd.

¹⁹⁶ Vgl. Rottenberg, „The Rise of Neoliberal Feminism“, S. 431.

¹⁹⁷ Vgl. Birch et al., *Handbook of Neoliberalism*, S. 2f.

¹⁹⁸ Vgl. Mark Chou et al., *Political Meritocracy and Populism: Cure or Curse?*, London: Routledge 2019, S. 15.

¹⁹⁹ Vgl. Marian Meyers (Hg.), *Neoliberalism and the Media*, New York: Routledge 2019, S. 11.

²⁰⁰ Vgl. Peter Bloom, *The Ethics of Neoliberalism: The Business of Making Capitalism Moral*, New York: Routledge 2017, S. 1.

²⁰¹ Vgl. Tiusanen, „Feeling grateful, kind, and empowered“, S. 3699.

²⁰² Vgl. Lauren Berlant, „Cruel Optimism“, *differences* 17/3, 2006, S. 20–36, hier: S. 33.

Selbstoptimierung ist ein Trend, der die kontemporäre neoliberale Stimmung exemplarisch ausdrückt.²⁰³ Die humanistische Psychologie²⁰⁴ und therapeutische Kultur bieten mit ihrer Ich-Rhetorik²⁰⁵ die passende Sprache für das Projekt der Selbstoptimierung.²⁰⁶ Im neoliberalen Kapitalismus werden Individuen besonders unter Druck gesetzt, sich selbst zu optimieren, um in verschiedenen Aspekten des Lebens erfolgreich zu sein.²⁰⁷ Selbstverbesserungsnarrative maskieren die sozioökonomischen Motive, die dahinter lauern.²⁰⁸ Das ideale neoliberale Subjekt ist jung und weiblich – ihr Projekt der Selbstverbesserung passt mit der vergeschlechtlichten Realität des Neoliberalismus zusammen und befindet sich in ständiger Aushandlung zwischen neoliberalen und feministischen Idealen.²⁰⁹

Als Effekte verspricht die Arbeit am Selbst Glück, Freiheit, Selbstbestimmung, Selbstentfaltung,²¹⁰ Potenzialerfüllung, mehr Alltagseffizienz, Verlangsamung von Alterserscheinungen und Work-Life-Balance.²¹¹ Tatsächlich kann Selbstverbesserung zu einem Erfolgsgefühl, zu Befriedigung, Stolz und Anerkennung führen.²¹² Argumentiert wird sogar, dass das Unterlassen der Selbstoptimierung Grund für Krankheit sein könne – was dabei allerdings nicht angesprochen wird, ist, dass auch zu angestregtes Verfolgen dieser als omnipräsent wahrgenommenen Verpflichtung belastend oder ermüdend wirken kann („belabored self“).²¹³ Die Steigerungsgesellschaft hängt eng mit der Beratungsgesellschaft zusammen und bringt ein „autonomes Subjekt“ hervor, das gleichzeitig nach Selbstständigkeit und -verantwortung zu streben hat und von psychologischer Anleitung abhängig gemacht wird.²¹⁴ Bei „Autonomie“ handelt es sich um die „Struktur des Selbstverhältnisses von Personen, denen Selbstaktualisierung und Selbstverwirklichung als ein gesellschaftlicher und kultureller Imperativ anempfohlen und als Aufgabe auferlegt wurden.“²¹⁵ Die Autonomie eines Subjektes kann nie total sein, sondern wird immer von der Gesellschaft mitgeformt.²¹⁶

Im Neoliberalismus verschränken sich Fremd- und Selbstführung. Das Selbst wird konditioniert, bis unklar ist, welche Handlungsweisen aus eigenem Willen stammen und welche von äußeren Einflüssen. Es kommt zu einem „Umschlagen externer normativer Erwartungen in individuelle Handlungsorientierungen, die nahe legen, sich immer wieder anzustrengen, zu perfektionieren und in

²⁰³ Vgl. Tiusanen, „Feeling grateful, kind, and empowered“, S. 3689.

²⁰⁴ Vgl. Jürgen Straub, *Das optimierte Selbst*, Gießen: Psychosozial-Verlag 2019, S. 109.

²⁰⁵ Vgl. Ebd., S. 112.

²⁰⁶ Vgl. Daniel Nehring/Anja Röcke, „Self-optimisation: Conceptual, discursive and historical perspectives“, *Current Sociology* 72/6, 2024, S. 1069–1087, hier: S. 6.

²⁰⁷ Vgl. Fabian Gülzau/Steffen Mau, „Selbstoptimierung, Selbstverwirklichung, investive Statusarbeit: Zur Verkopplung dreier Praxisformen.“, *Zeitschrift für Pädagogik* 66/1, 2020, S. 29–35, hier: S. 29.

²⁰⁸ Vgl. Nehring/Röcke, „Self-optimisation“, S. 4.

²⁰⁹ Vgl. Tiusanen, „Feeling grateful, kind, and empowered“, S. 3689.

²¹⁰ Vgl. Gülzau/Mau, „Selbstoptimierung, Selbstverwirklichung, investive Statusarbeit“, S. 30.

²¹¹ Vgl. Nehring/Röcke, „Self-optimisation“, S. 7.

²¹² Vgl. Ebd., S. 11.

²¹³ Vgl. Ebd., S. 8.

²¹⁴ Vgl. Straub, *Das optimierte Selbst*, S. 117.

²¹⁵ Ebd.

²¹⁶ Vgl. Nehring/Röcke, „Self-optimisation“, S. 11.

sich zu investieren“²¹⁷ Das Selbst muss immer weiter verbessert werden, eine Reihe von Optimierungspraktiken steht zur Verfügung.²¹⁸ Klein warnt vor der Selbstoptimierung als Einstellung aus politischer Perspektive: „Schon die Idee, dass Menschen ‚optimiert‘ werden können und sollten, ist für eine faschistische Weltanschauung geradezu prädestiniert.“²¹⁹

Die Verbindung von Fremd- und Selbstführung in der neoliberalen Selbstoptimierung zu theoretisieren ist daher von besonderer Relevanz. Anhand des Konzepts der Gouvernamentalität von Foucault lassen sich Regierungs- und Machtverhältnisse beschreiben, die bestimmte Wissensformen herstellen, Verhaltensführungstypen formieren und Subjekte konstituieren würde.²²⁰ Diese Subjektivationen vollziehen sich nach Foucault über Regierungstechnologien, unter anderem die Technologien des Selbst.²²¹ Diese sind kulturell bestimmt. Das Subjekt ist zwar aktiv an seiner Konstitution beteiligt, wird allerdings von bestimmten Praktiken geleitet. Technologien des Selbst sind eine Verbindung von Kultur und Subjekt, kollektiver Diskurs und individuelle Agency werden hierin verschmolzen.²²² Es geht dabei Foucault zufolge um Selbsttransformation, um Arbeit am eigenen Körper, den Gedanken, der Lebensführung und sogar der Seele.²²³

Geschlecht kann eine dieser Regierungstechnologien sein. Geschlechtliche Unterschiede würden ganz entscheidend von Medien hergestellt und vermittelt werden.²²⁴ Andrea Seier sieht in der Entwicklung von Geschlechterdifferenz eine „neuartige Verknüpfung von weiblicher Autonomie mit Techniken der Selbstführung“.²²⁵ Der vergeschlechtlichte Körper ist ein Ort, an dem Handlungsmacht verhandelt wird – in der aktuellen Medienlandschaft werden allerdings eher konsumorientierte Realisierungsmöglichkeiten von vergeschlechtlichten Schönheitsidealen verhandelt als die Befreiung davon.²²⁶ Geschlecht kann in diesem Denken durch Selbstmanagement hergestellt werden. Damit übersteigt es gleichzeitig die Dichotomie von natürlich und künstlich und bindet die Konstitution von Geschlecht und Attraktivität an Konsum.²²⁷

Seier analysiert das „Ineinandergreifen von Geschlechterdifferenz und gouvernementalen Formen der Selbstregierung“²²⁸ in zehn Aspekten. Diese inkludieren Weiblichkeit als Körpereigenschaft, die Frau* als begehrendes Subjekt in den Medien, Fokus auf Selbstdisziplin, Empowerment und Wahlfreiheit, das

²¹⁷ Gülzau/Mau, „Selbstoptimierung, Selbstverwirklichung, investive Statusarbeit“, S. 30.

²¹⁸ Vgl. Ebd.

²¹⁹ Klein, *Doppelgänger*, S. 239.

²²⁰ Vgl. Seier, *Mikropolitik der Medien*, S. 31.

²²¹ Vgl. Andrea D. Bührmann/Werner Schneider, *Vom Diskurs zum Dispositiv: Eine Einführung in die Dispositivanalyse*, Bielefeld: transcript Verlag 2015, S. 113f.

²²² Vgl. Rosalind Gill/Shani Orgad, „The Confidence Cult(ure)“, *Australian Feminist Studies* 30/86, 2015, S. 324–344, hier: S. 326.

²²³ Vgl. Ebd., S. 328.

²²⁴ Vgl. Seier, *Mikropolitik der Medien*, S. 165.

²²⁵ Ebd., S. 20.

²²⁶ Vgl. Ebd., S. 167.

²²⁷ Vgl. Ebd., S. 169.

²²⁸ Ebd., S. 175.

Makeover-Paradigma, „Wiederbelebung, Naturalisierung und attraktive Besetzung der sexuellen Differenz“ sowie die Opferrolle weißer Männer* (durch den Feminismus).²²⁹ Diese Punkte manifestieren sich auch im *feminine-energy*-Trend, bei dem es hauptsächlich darum geht, eine bessere Frau* zu werden, und das aufgrund der Art des Frau*seins selbst. Die gouvernementalen Selbstregierungsweisen lassen sich auf den *feminine-energy*-Trend beziehen, da es sich schließlich um Selbsthilferatgeber handelt.

2.3.2 Glücklich, gesund & selbstbewusst

Der Fokus von an Frauen* gerichteten Ratgebern auf die äußere Erscheinung als Ort der Selbstverbesserung verschob sich ins Innere: das Fühlen.²³⁰ Äußerlichkeiten werden seit der „Love Your Body“-Bewegung in den 2010er Jahren²³¹ eher als zweitrangig abgewertet – wenn eine Frau* tatsächlich ein besseres Leben führen wolle, müsse sie sich auf ihr Inneres konzentrieren. Selbstoptimierung wird zu einer Frage des Mindsets.²³² Das ultimative Ziel der neuen Selbstverbesserung ist das Glücklichsein, stellt Laura Favaro in *„Just Be Confident Girls!‘: Confidence Chic as Neoliberal Governmentality* fest. Diese „feel-good self-help“²³³ würde zwar an der Oberfläche nach Positivität aussehen, aber neoliberale Ideale und oppressive Dynamiken unterstützen. Im Sinne der therapeutischen Kultur wird auf das psychologisierte Individuum fokussiert. Persönliches Empowerment und Entscheidungsfreiheit würden in postfeministischer Tradition im Mittelpunkt stehen.²³⁴

Die Suche nach dem Glücklichsein ist laut William Davies ein zentraler Mechanismus, der den Kapitalismus am Laufen hält.²³⁵ Das Wohlbefinden solle maximiert werden, darin bündeln sich die Hoffnungen.²³⁶ Diese Gefühle der Freude gehen mit Überwachung, Messung und Regierung einher.²³⁷ Doch wer könnte gegen Wohlbefinden und Freude sein, fragt Davies.²³⁸ Darin besteht der Trick der „Happiness Industry“:

„Positive psychology, which repeats the mantra that happiness is a personal ‚choice‘, is as a result largely unable to provide the exit from consumerism and egocentricity that its gurus sense many people are seeking.“²³⁹

Das Individuum wird so für die eigene Misere verantwortlich gemacht und medizinisch behandelbar, während der dazu beitragende gesellschaftskulturelle Kontext ausgeblendet wird.²⁴⁰ Auch Sozialität

²²⁹ Vgl. Ebd.

²³⁰ Vgl. Tiusanen, „Feeling grateful, kind, and empowered“, S. 3697.

²³¹ Vgl. Gill/Orgad, „The Confidence Cult(ure)“, S. 325f.

²³² Vgl. Tiusanen, „Feeling grateful, kind, and empowered“, S. 3699.

²³³ Favaro, „‘Just Be Confident Girls!’“, S. 296.

²³⁴ Vgl. Ebd.

²³⁵ Vgl. Davies, *The happiness industry*, S. 4.

²³⁶ Vgl. Ebd., S. 5.

²³⁷ Vgl. Ebd., S. 7.

²³⁸ Vgl. Ebd., S. 5.

²³⁹ Ebd., S. 6.

²⁴⁰ Vgl. Ebd.

kann zu einem Faktor werden, den es zu optimieren gilt – der soziale Kreis im Leben der Menschen hat schließlich wissenschaftlichen Erkenntnissen zufolge einen großen Einfluss auf die Gesundheit.²⁴¹

„Once social relationships can be viewed as medical and biological properties of the human body, they can become dragged into the limitless pursuit of self-optimization that counts for happiness in the age of neoliberalism.“²⁴²

Glücklichsein wird mit Selbstverbesserung gleichgesetzt. Soziale Medien machen sich diese Instrumentalisierung von Beziehung zunutze: Statt zu verkaufen wird hier geteilt.²⁴³ Das Streben nach Wohlbefinden ist ein prägender und unterstützender Aspekt des zeitgenössischen Neoliberalismus – doch es ist nicht der Einzige, der in den Sozialen Medien prävalent ist. „Confidence Cult(ure)“ ist ein an Frauen* gerichteter kultureller oder sogar kultischer Imperativ, selbstbewusst zu werden, den Gill und Orgad in ihrer gleichnamigen Publikation von 2015 analysieren. Darin sehen sie eine foucaultsche Technologie des Selbst, die fundamental vergeschlechtlicht ist.²⁴⁴ Zugleich geht sie mit der Neoliberalisierung und Korporatisierung des Feminismus einher.²⁴⁵

Favaro bezeichnet ähnliche Dynamiken als „Confidence Chic“ und führt viele Stränge darin zusammen. Insgesamt argumentiert sie, dass es sich um eine vergeschlechtlichte Technologie der neoliberalen Gouvernamentalität handelt, die Verbindungen zu diversen feministischen Auswüchsen aufweist.²⁴⁶ Sie streicht die bereits erwähnte Verlagerung der Arbeit am Selbst von Äußerlichkeiten auf das Innere heraus. Der Fokus liegt nun nicht mehr auf gutem Aussehen, sondern auf dem guten, selbstbewussten Fühlen.²⁴⁷ Statt Frauen* explizit zu sagen, sie sollten ihren Körper verbessern, wenden sich entsprechende Ratgeber nun der Strategie zu, ihnen Selbstbewusstsein und eine positive Lebenseinstellung als Allheilmittel anzubieten. Es ginge dabei um das Mindset, die Gedanken und das Selbstbild – die Pflege des Aussehens und der eigenen Schönheit ist dennoch untrennbar damit verbunden, das wird auch die Analyse des *feminine-energy*-Trends zeigen.²⁴⁸ Die Arbeit am Projekt der Femininität wird durch diese diskursive Mystifizierung einer Innerlichkeit allerdings verschleiert.

Die scheinbare Frauen*-freundlichkeit birgt eine implizierte Schuldzuschreibung.²⁴⁹ Indem Frauen* als intelligente, komplett unabhängige und selbstständige Subjekte konstruiert werden, wird ihnen auch die gesamte Verantwortung für jegliche als mangelhaft wahrgenommenen Lebensbereiche zugesprochen.²⁵⁰ Sie selbst und ihre weiblichen, „natürlichen Tendenzen“ werden als das Problem kommuniziert.²⁵¹ Die vergeschlechtlichte Formulierung und die Naturalisierung zeigen den Genderessentialismus, der in

²⁴¹ Vgl. Ebd., S. 195.

²⁴² Ebd., S. 213.

²⁴³ Vgl. Ebd., S. 212.

²⁴⁴ Vgl. Gill/Orgad, „The Confidence Cult(ure)“, S. 339.

²⁴⁵ Vgl. Ebd., S. 324.

²⁴⁶ Vgl. Favaro, „Just Be Confident Girls!“, S. 284.

²⁴⁷ Vgl. Ebd., S. 291.

²⁴⁸ Vgl. Ebd., S. 287.

²⁴⁹ Vgl. Ebd., S. 286.

²⁵⁰ Vgl. Ebd., S. 288.

²⁵¹ Vgl. Ebd., S. 292.

diesem Ansatz steckt. Was dabei passiert, ist problematisch: Mit dem Fokus auf das (weibliche) Individuum, das der Neoliberalismus fördert, wird jeglichen strukturellen Einflüssen die Verantwortung abgenommen. Der Schaden, der durch systematische Ungleichheit bedingt ist, wird verleugnet und verschleiert.²⁵²

Wie kann also nach diesen Regeln erfolgreich Femininität performt werden?²⁵³ Hier kommen die Technologien des Selbst in Form von Mikropraktiken ins Spiel, die in Kapitel 4 dieser Arbeit analysiert werden. Dabei handelt es sich um unternehmerische Techniken der Kalkulation von persönlichen Stärken und einem gewissen Maß an Selbstmanagement sowie Ansätze der positiven Psychologie, die einen Einfluss auf die Stimmungslage und das Selbstbild ausüben sollen. Der Vergleich mit anderen Frauen* wird in dieser Perspektive als Blockierung von Selbstbewusstsein angesehen. Das zeigt wieder ein neoliberale Wertsystem auf, das im Sinne der Individualisierung die Authentizität und Einzigartigkeit einer Person hochhält.²⁵⁴

Der neoliberale Feminismus, der in der Selbstbewusstseins-Rhetorik zum Ausdruck kommt, ist von einem Fokus auf positive Affekte, unternehmerische Werte und das psychologisierte Individuum geprägt. Gender-Ungleichheit wird zwar eingestanden, jedoch werden Lösungen für dieses Problem im Inneren des Subjekts gesucht, das dafür verantwortlich gemacht wird. Es entsteht eine Konfrontationsvermeidung mit systematischen Benachteiligungen. Der emanzipatorische Ruf nach Veränderung wird verinnerlicht. Die Frau* wird durch diese kontinuierliche Selbstarbeit zu einem neoliberalen Subjekt geformt, das den Ansprüchen des patriarchalen Kapitalismus gerecht werden kann und keine strukturelle Änderung mehr für ihr Wohlbefinden benötigt.²⁵⁵

Gleichzeitig soll sich das Individuum mit seiner Situation abfinden, zufrieden sein und sogar Dankbarkeit praktizieren, aber sich dabei selbst verbessern und das eigene Wohlbefinden steigern. Die Botschaften der postfeministischen Confidence Culture und des Popfeminismus sind komplex. Eine Lösung für den paradoxen Anspruch von Selbstzufriedenheit und -verbesserung läge in der stoischen Einstellung einer resilienten Frau*: Sie müsse jegliche Enttäuschungen und Frustrationen wegstecken können und es immer weiter versuchen.²⁵⁶ Selbstbewusstsein an sich ist nach Banet-Weiser nicht das Problem. Es wird schließlich auch benötigt, um sich gegen das System zu wehren. Die Vermarktung von Selbstbewusstsein als Ware in einem sehr eingeschränkten Raum (cis, weiß, Mittelklasse) stellt die Problematik dar. Bestimmte Formen von Selbstbewusstsein, die genderbezogene Ungleichheit bestätigen, erhalten Sichtbarkeit. Empowerment wird mit diesem Zugang als persönliche (Selbst-)Ermächtigung gesehen statt als kollektive Bewegung.²⁵⁷

²⁵² Vgl. Ebd., S. 290.

²⁵³ Vgl. Ebd., S. 284.

²⁵⁴ Vgl. Ebd., S. 289.

²⁵⁵ Vgl. Ebd., S. 297.

²⁵⁶ Vgl. Tiusanen, „Feeling grateful, kind, and empowered“, S. 3700.

²⁵⁷ Vgl. Banet-Weiser, *Empowered*, S. 128.

3. Vorgehensweise

Um das erörterte Phänomen und seine Problematiken nun adäquat zu analysieren, benötigt es ein theoretisch-methodisches Gerüst. Gearbeitet wird daher mit der Dispositivanalyse und dem foucaultschen Konzept der Technologien des Selbst. Die Forschung digitaler Medien übersteigt simple Sender-Empfänger-Modelle und verlangt nach komplexeren Herangehensweisen.²⁵⁸ Andrea Seier folgend werden Medien daher als „Instrument und zugleich Effekt von gouvernementalen Regierungsformen“²⁵⁹ betrachtet. Wie in Seiers Einzelstudien zum Fernsehen wird die Wirkmacht der digitalen Räume der Sozialen Medien in der „Bereitstellung von Möglichkeitsfeldern“ gesehen.²⁶⁰

Während die Repräsentationskritik behauptet, durch die emotionale Individualisierung von Inhalten würde eine Entpolitisierung stattfinden, argumentiert Seier anders. Ihr zufolge drückt sich das Politische in der „Codierung von Lebensstilen und Subjektivierungsweisen“ einfach nur anders aus.²⁶¹ Das bedeutet, in feministischer Tradition gesprochen, dass auch das scheinbar Apolitische, das scheinbar Private politisch ist.²⁶²

Individuen sind nicht unabhängig von der Gesellschaft – kulturelle Praktiken leiten die Subjektbildung an.²⁶³ *Feminine energy* wird als eine solche Regierungstechnologie des Selbst betrachtet, die sich in verschiedenen Formen wie auch Schrift und Wort materialisieren. Es handelt sich um Techniken der Selbst-Arbeit, der Transformation des eigenen Körpers, des Verhaltens und des Innenlebens.²⁶⁴ Zudem soll der Trend nicht nur auf der Mikroebene analysiert, sondern auf der Makroebene in ein plattformkapitalistisches, neoliberales Dispositiv eingeordnet werden.

3.1 Forschungsperspektive: Dispositivanalyse

Die Forschungsperspektive, mit der ich arbeiten werde, ist die Dispositivanalyse. Dabei werde ich mich an den Definitionen von Seier sowie Andrea Bührmann und Werner Schneider orientieren, die sich hauptsächlich auf Foucaults Begriff des Dispositivs beziehen. Für die konkrete Forschungsstrategie lehne ich mich an Sven Stollfuß und Andreas Weich an, die die Dispositivanalyse im *Handbuch Digitale Medien und Methoden* anhand des Phänomens „Social-TV“ exemplarisch erklären. Ihre Methode ist eine Fusion aus dem sozialwissenschaftlichen Dispositivkonzept von Bührmann und Schneider und dem medienkulturwissenschaftlichen Dispositiv-Netze-Ansatz von Matthias Thiele.²⁶⁵

²⁵⁸ Vgl. Seier, *Mikropolitik der Medien*, S. 19.

²⁵⁹ Ebd., S. 17.

²⁶⁰ Vgl. Ebd.

²⁶¹ Vgl. Ebd., S. 17f.

²⁶² Vgl. Hanisch, „Notes from the Second Year“.

²⁶³ Vgl. Gill/Orgad, „The Confidence Cult(ure)“, S. 326.

²⁶⁴ Vgl. Ebd., S. 328.

²⁶⁵ Vgl. Sven Stollfuß/Andreas Weich, „Digitale Medien und Dispositivanalyse“, *Handbuch Digitale Medien und Methoden*, Wiesbaden: Springer VS 2023, S. 1–23, hier: S. 2.

Stollfuß und Weich verstehen den Dispositivbegriff als ein Hilfsmittel, um wechselwirkende gesellschaftliche Prozesse und ihre Rahmenbedingungen nachzuvollziehen.²⁶⁶ Digitaler Wandel und Transformationen können damit beschreibbar gemacht werden. Medien werden bei Thiele als Elemente eines Dispositivs verstanden, nicht als das Dispositiv selbst.²⁶⁷

Das Dispositiv ist das Netz zwischen Diskurs, Macht, Wissen und gesellschaftlichen Praktiken, so Bührmann und Schneider.²⁶⁸ Seier stellt den Begriff des Dispositivs synonym zu Gefüge oder Agentur und versteht darunter die heterogenen Geflechte „von Politik und Medien, von Körpern und Technologien, von Diskursen und Praktiken, Wissen und Techniken.“²⁶⁹ Machtstrategische Kräfteverhältnisse und die Konstitution der Gesellschaft würden durch dieses Konzept vorstellbar und analysierbar werden.²⁷⁰ Das Dispositivmodell bezeichnet die „spezifische[n] Relationen zwischen Apparativem und Humanem“.²⁷¹ In der Dispositivanalyse wird die Diskursanalyse, also die Betrachtung diskursiver Praktiken, um die nicht-diskursiven Praktiken sowie deren Sichtbarkeiten in Form von Objektivation und Subjektivation erweitert.²⁷²

„Dispositivanalyse und Diskursanalyse sind in der hier entwickelten Perspektive eng verknüpft und zugleich an Fragen der Gouvernementalität als Regierungspraxis und Technologien des Selbst gebunden: Das Verhältnis zwischen Macht, Wissen und Subjekt bildet die Klammer für diese drei Schwerpunktsetzungen.“²⁷³

Der Begriff des Diskurses wird von Foucault übernommen und bezeichnet eine „Menge von Aussagen“, die „zur selben diskursiven Formation gehören“.²⁷⁴ In den Diskursen werden Subjekte und gesellschaftliche Realitäten produziert, weshalb ihre Analyse und das Kontextualisieren von solcher Relevanz sind.²⁷⁵ Die foucaultsche Diskursanalyse fragt danach, wie Wissen, Macht und Wahrheitspolitiken geschaffen und angeordnet sind.²⁷⁶ Während diskursive Praktiken kurz gesagt Kommunikationsprozesse sind, fassen nicht-diskursive Praktiken Handlungen und Gesten, die nicht zeichenbezogen, aber dennoch symbolisch aufgeladen sind.²⁷⁷ Diskursive und nicht-diskursive Praktiken manifestieren sich in sichtbaren Vergegenständlichungen. Diese Sichtbarkeiten sind wiederum

²⁶⁶ Vgl. Ebd., S. 3.

²⁶⁷ Vgl. Ebd., S. 5.

²⁶⁸ Vgl. Andrea D. Bührmann/Werner Schneider, „Mehr als nur diskursive Praxis? Konzeptionelle Grundlagen und methodische Aspekte der Dispositivanalyse.“, *Forum: Qualitative Social Research / Qualitative Sozialforschung* 8/2, 2007, S. 1–25, hier: S. 3, 8.

²⁶⁹ Seier, *Mikropolitik der Medien*, S. 20.

²⁷⁰ Vgl. Bührmann/Schneider, „Mehr als nur diskursive Praxis?“, S. 8.

²⁷¹ Seier, *Mikropolitik der Medien*, S. 21.

²⁷² Vgl. Bührmann/Schneider, „Mehr als nur diskursive Praxis?“, S. 9.

²⁷³ Seier, *Mikropolitik der Medien*, S. 52.

²⁷⁴ Bührmann/Schneider, „Mehr als nur diskursive Praxis?“, S. 4.

²⁷⁵ Vgl. Margarete Jäger, „Diskursanalyse“, *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung: Theorie, Methoden, Empirie*, hg. v. Ruth Becker/Beate Kortendiek, Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften 2010, S. 386–391, hier: S. 387.

²⁷⁶ Vgl. Bührmann/Schneider, „Mehr als nur diskursive Praxis?“, S. 5.

²⁷⁷ Vgl. Ebd., S. 6.

zu unterteilen in Objektivation – durch Praktiken hergestellte Dinge – und Subjektivation – das durch Praktiken hergestellte Selbst.²⁷⁸

Das Dispositiv dient der Visualisierung der Zusammenhänge, eines kulturellen Kontextes – als Methodik für eine wissenschaftliche Arbeit müssen allerdings noch weitere Instrumente herangezogen werden.²⁷⁹ Dem Rat von Stollfuß und Weich folgend werde ich den methodischen Zugang für mein Forschungsvorhaben dem Rahmen einer Masterarbeit entsprechend anpassen. Ich werde nicht versuchen, ein gesamtes Dispositiv zu beschreiben, sondern nur einen Teil davon. Der gesamt-kulturelle Kontext wird allerdings immer bedacht und in die Beobachtungen miteinbezogen.

Bestimmte Machtinstanzen (z. B. der Staat) bestehen aus einem Bündel von Regierungstechnologien.²⁸⁰ Unter Regierungstechnologien versteht Markus Stauff „Konstellationen aus Verfahren, Einrichtungen, Apparaten [...], die politische Gegenstandsbereiche definieren“.²⁸¹ Medien als Regierungstechnologien zu betrachten, bedeutet, sie in ihrer Fluidität und Komplexität zu fassen – sie sind „dynamische und strategische Verflechtung von Techniken, Praktiken, Diskursen“.²⁸² Der Begriff des Regierens beschreibt das innerliche und äußerliche Modifizieren von Verhaltensweisen, wozu Technologien eingesetzt werden.²⁸³ Eine der foucaultschen Technologien sind die Technologien des Selbst – diese machtvollen Regierungstechnologien sind an Medientechnologien gebunden.²⁸⁴ Beispielhaft dafür nennt Stauff unter anderem das „Glück des Einzelnen“,²⁸⁵ das im vorhergehenden Kapitel dieser Arbeit unter dem Begriff der „Happiness Industry“²⁸⁶ Erwähnung fand.

Um meine Forschungsfrage zu beantworten, werde ich vier Ebenen betrachten: Objektivationen, diskursive Praktiken, nicht-diskursive Praktiken und Subjektivationen (Technologien des Selbst).²⁸⁷ Ein zergliederndes Vorgehen soll dabei helfen, Unhinterfragtes und Alltägliches bewusst und greifbar zu machen. Naturalisiertes Wissen und Wahrnehmungsmuster können durch die Dekonstruktion auf ihre Machtdynamiken und -wirkungen befohrt werden.²⁸⁸

3.2 Forschungsmethode: Konkretes Vorgehen

Für die Analyse werde ich mehrere digitale Quellen heranziehen, mich allerdings auf die Plattform YouTube konzentrieren. Für einen Überblick über den Trend erarbeitete ich einen Korpus von YouTube-Videoinhalten und kritischen Online-Artikeln, die in einer Tabelle gesammelt sind. Die qualitative

²⁷⁸ Vgl. Ebd., S. 10.

²⁷⁹ Vgl. Stollfuß/Weich, „Digitale Medien und Dispositivanalyse“, S. 9f.

²⁸⁰ Vgl. Markus Stauff, „Regierungstechnologie“, *Handbuch der Mediologie: Signaturen des Medialen*, hg. v. Christina Bartz et al., München: Wilhelm Fink 2012, S. 227–236, hier: S. 228.

²⁸¹ Ebd., S. 227.

²⁸² Ebd.

²⁸³ Vgl. Ebd.

²⁸⁴ Vgl. Ebd., S. 228.

²⁸⁵ Ebd.

²⁸⁶ Davies, *The happiness industry*.

²⁸⁷ Vgl. Bührmann/Schneider, „Mehr als nur diskursive Praxis?“, S. 10.

²⁸⁸ Vgl. Ebd., S. 17.

Analyse führe ich anschließend an zwei Videos von Influencerin Jillz Guerin durch, einer zentralen Figur des *feminine-energy*-Trends auf YouTube.

Obwohl der Trend auch auf TikTok prävalent ist, habe ich mich für seine Betrachtung auf YouTube entschieden. Zwar prägt TikTok derzeit wohl mehr als andere Social-Media-Plattformen den Zeitgeist unter jungen Menschen mit. Jedoch ist die dort verfügbare Masse an Content für mein Forschungsziel einer vorwiegend inhaltlichen Analyse des *feminine-energy*-Gedankenguts weniger hilfreich als die in die Tiefe gehenden Langformvideos auf YouTube. Guerin, durch die ich auf den Trend gestoßen bin und die in dieser Arbeit meine Case Study bildet, hat auf YouTube die größte Reichweite. Die notwendige Eingrenzung des Korpus zugunsten einer qualitativen Analyse führt dazu, dass von einer Behandlung von TikTok abgesehen werden muss. Eine Bearbeitung dieses Korpus würde andere technische Hilfsmittel erfordern und könnte im Zuge eines größeren Projektes in Betracht gezogen werden.

Im Zeitraum von März bis Juni 2025 wurde der *feminine-energy*-Korpus erstellt, indem mit einfachen Suchen auf YouTube unter dem Schlagwort *feminine energy* gestartet und mit dem Empfehlungsalgorithmus weitergearbeitet wurde. Aufgenommen wurden Videos, die *feminine energy* im Titel oder in den Hashtags tragen oder sich explizit inhaltlich damit auseinandersetzen. Der Korpus umfasst 165 YouTube-Videos und -Shorts. Die Erstellungsdaten umfassen neun Jahre und reichen vom 30.06.2016 bis zum 30.06.2025. Die Videos wurden von mir sowohl in einer YouTube-Playlist²⁸⁹ als auch in einer Excel-Tabelle gesammelt und kategorisiert. Diese Vorgehensweise wurde von Giolo und Berghman inspiriert, die in ihrer Forschungsarbeit Aesthetics als klassifikatorisches System betrachteten. Daran angelehnt startete ich mit der Sichtung von Stichproben und Auffälligkeiten aus dem Korpus. Danach ging ich zum Katalogisieren der Videos mit allen wichtigen Daten (Titel, Datum, Kanal, Aufrufe, Hashtags), einer stichwortartigen Zusammenfassung und der induktiv kategorischen Einordnung über.²⁹⁰

Bei meinem Korpus handelt es sich um eine Stichprobe: Auf YouTube fanden sich 70.000 Beiträge unter #feminineenergy, eine Zahl, die sich seither verdoppelt hat.²⁹¹ Mit 775.000 Beiträgen gab es auf TikTok mehr als das Zehnfache an Inhalten unter #feminineenergy, zwei Monate später bereits 901.000. Der mögliche Korpus erweitert sich ständig und entwickelt sich weiter – hier wird er auf die genannten 165 YouTube-Videos beschränkt. *Feminine-energy*-Blogs, -Artikel und -Podcasts, die sich im Laufe der Recherche angesammelt haben, werden aus Umfangsgründen nicht miteinbezogen – kritischen Inhalten wird allerdings plattformübergreifend Beachtung geschenkt.

²⁸⁹ Melanie Hofstätter, „Feminine Energy YouTube Korpus“, https://www.youtube.com/playlist?list=PLLw0XFhlqdaOC_f5tML39yk3qpJTjXs6S, Zugriff am: 25.11.2025.

²⁹⁰ Vgl. Giolo/Berghman, „The aesthetics of the self“, S. 6f.

²⁹¹ Für die Zahlen von YouTube und TikTok: Stand 07.06.2025 im Vergleich zu Stand 12.08.2025.

Für die Betrachtung des Trends auf einer Mikroebene werde ich in Kapitel 4.1 eine Fallstudie an dem YouTube-Kanal von Guerin²⁹² durchführen. Anhand ihres ersten Videos zu dem Thema von 2020 (*HOW TO ACTIVATE YOUR FEMININE ENERGY *life changing**²⁹³) werde ich Guerins Verständnis von *feminine energy* einleitend betrachten. Daneben werden ihre Online-Präsenz skizziert und einige Beobachtungen zu ihrem YouTube-Content angestellt. Der Case-Study-Korpus umfasst 200 YouTube-Videos im Erstellungszeitrahmen von 26.10.2020 bis 27.04.2025. 45 dieser Videos stammen aus Guerins eigener Playlist „Feminine Energy“ – diese 45 werden als Kernkorpus betrachtet und sind auch Teil des gesamten *feminine-energy*-Korpus. Zu beachten ist allerdings, dass Guerin auch in einigen anderen Videos Bezüge zu *feminine energy* herstellt. Bei 156 der 200 Videos findet sich #feminineenergy unter den Hashtags. Zwei der Videos, die aufgrund ihrer Aussagekraft ausgewählt wurden, werde ich qualitativ analysieren: Guerins beliebtester Post *10 Tiny Micro Habits to Increase Your Feminine Energy*²⁹⁴ sowie ihr neuestes Einführungsvideo zu *feminine energy*, *The *Ultimate* Beginner's Guide to ACTIVATING FEMININE ENERGY*²⁹⁵, das einen Überblick über den Trend liefert. Die Videoartefakte werden als Objektivationen des Dispositivs betrachtet, die zu navigieren und anzusehen eine alltägliche Praxis geworden ist. Bei der Analyse wird nach folgendem Schema vorgegangen: Begonnen wird mit den Paratexten in Form des Titels, der Videobeschreibung und der Hashtags. Dann wird die Visualität des Videos thematisiert, also das Thumbnail und die inszenatorische Anordnung, und zuletzt der Inhalt, die Meinungen und Ratschläge, die kritisch betrachtet werden.

Nach den beiden Fallanalysen werde ich diese knapp durch einige Kommentare der Nutzer*innen kontextualisieren, um auch einen groben Eindruck der Rezeption zu vermitteln. Dafür beschäftige ich mich mit den Kommentaren des zuvor analysierten Videos *10 Tiny Micro Habits to Increase Your Feminine Energy*. Es handelt sich um einen Korpus von 1491 Kommentaren²⁹⁶, von denen ich einige beispielhaft auswählen werde. Die Kommentare werden als Rezeptionsartefakte betrachtet.²⁹⁷

Anschließend daran geht es in Kapitel 4.2 um den Diskurs des *feminine-energy*-Trends generell. Um diesen greifbar zu machen, beschäftige ich mich eingehend mit YouTube-Inhalten aus dem *feminine-energy*-Korpus. Inhalte und Argumentationen sowie wiederkehrende Narrative des Trends werden in diesem Kapitel dekonstruiert. Zitate aus den Inhalten sollen als Anhaltspunkte für diese Betrachtung dienen und die unterschiedlichen Herangehensweisen der Influencer*innen illustrieren. Ein besonderer Fokus wird weiterhin auf Guerins Meinungen gelegt. Abgeschlossen wird mit einer Kontextualisierung durch die bisherige öffentliche und journalistische Kritik des Trends.

²⁹² „Jillz Guerin auf YouTube (@jillzguerin)“.

²⁹³ „HOW TO ACTIVATE YOUR FEMININE ENERGY *life changing*“.

²⁹⁴ „10 Tiny Micro Habits to Increase Your Feminine Energy“, R.: Jillz Guerin, 26.11.2023, <https://www.youtube.com/watch?v=4ouRqv9-OX0>, Zugriff am: 20.08.2025.

²⁹⁵ „The *Ultimate* Beginner's Guide to ACTIVATING FEMININE ENERGY“.

²⁹⁶ Stand 15.05.2025.

²⁹⁷ Vgl. Dörre, *Mediale Entwürfe des Selbst*, S. 45.

Mithilfe von Excel-Tabellen kategorisiere ich in Kapitel 4.3 die Videos des *feminine-energy*-Korpus induktiv, um auf der Ebene der nicht-diskursiven Praktiken weiterzuarbeiten. Die gewählten Begriffe dafür lauten: „Life Coaching“, „Dating und Beziehungcoaching“, „New Age und Spiritualität“ und „Aesthetics“. In kategorischen Zweifelsfällen entscheide ich mich für jene, die mir am wichtigsten für den Inhalt erscheint. Durch Aufrufzahlen können Aussagen über die Beliebtheit des Social-Media-Contents getroffen werden. Diese Befunde werden durch Social-Media-Theorie kontextualisiert und erklärt. Die Einflüsse von Trendökonomie, Affordanzen und die Monetarisierung von Influencing werden als Faktoren für die Popularität von *feminine energy* angeführt. Plattformkapitalistische und neoliberale Strukturen, die den Trend prägen und die dieser wiederum reproduziert, werden beleuchtet.

Schließlich werde ich die Subjektivationen in Kapitel 4.4 behandeln und das durch den Trend hergestellte Subjekt hinterfragen. Hier sollen die Wirkungseffekte von *feminine energy*, die Konstruktion und die Inszenierung des Selbst sowie die dahinterstehenden neoliberalen Botschaften aufgezeigt werden. Der Trend wird als Artikulation aktueller gesellschaftlicher Entwicklungen verstanden. Foucaults Begriffe von Gouvernamentalität und Technologien des Selbst, die ich in Kapitel 2.3.1 sowie 3.1 definiert habe, finden dabei Anwendung.

4. Dispositivanalyse des *feminine-energy*-Trends

Zwei Videos aus den *feminine-energy*-Inhalten von YouTuberin Jillz Guerin werden im Folgenden qualitativ analysiert, um die Argumentation und Inszenierung dieses Gedankenguts sichtbar zu machen. Ein Fokus soll dabei auf die Praktiken der Selbstregierung gelegt werden, die die Produktion von Weiblichkeit und einem weiblichen Körper zur Folge haben sollen. Vergeschlechtliche Praktiken der Körpergestaltung, körperliche Gesten und das Schmücken des Körpers führt Bartky zur Fabrikation eines geschlechtlichen, weiblichen Körpers an.²⁹⁸ Neben diesen Mechanismen werden im *feminine-energy*-Trend zusätzliche Mittel der Selbstgestaltung und -regierung angeraten, die Fragen von Weltanschauung, Selbstwahrnehmung und Mindset zur Herstellung von Femininität zentrieren. Zudem wird die Situierung des Trends im digitalen Raum und im gesellschaftlichen Diskurs nachvollzogen. Die Verflechtungen mit dem Selbstoptimierungsnarrativ werden anhand der Case Study erforscht. Durch welche Bedingungen und in welchem Kontext existiert *feminine energy*? Was kommuniziert der Trend und welche Folgen könnte das haben?

4.1 Case Study: Jillz Guerin auf YouTube

„The women who effortlessly get what they want? They are in their feminine energy.“²⁹⁹ Dieses Versprechen wiederholt *feminine-energy*-Influencerin Guerin in ihren Inhalten ständig. Mit der Verwendung einer spezifischen Sprache und Schlagworten ordnet sie sich in den digitalen Life-Coaching-Raum ein und nutzt *feminine energy* als Marke.

Guerin ist eine Influencerin in ihren frühen 30ern, die sich als besonnene und vertrauenswürdige Beraterin präsentiert. Im August 2020 eröffnete sie ihren YouTube-Kanal mit holistischer weiblicher Wellness und alternativer Menstruationsgesundheit. Bereits ihr drittes Video³⁰⁰ thematisiert *feminine energy* und war bis Mitte 2022 zwei Jahre lang das meistgesehene Video des Kanals. Nach Guerins eigener Aussage war die konstante Rezeption dieses Videos für sie inhaltlich richtungsweisend.³⁰¹ Um ihrer eigenen Passion zu folgen und den Leuten zu geben, was sie wollen, habe sie ihren Fokus auf die Thematik der *feminine energy* gelenkt³⁰² – nicht aus Gründen der Monetarisierung. Dadurch macht Guerin ihre Zuseher*innen für ihre Produktionsentscheidungen verantwortlich.³⁰³

Insbesondere seit 2023 wächst ihr Publikum konstant, ihre Produktionsqualität verbesserte sich in dieser Zeit ebenfalls. Einen viralen Moment erlebte Guerin 2023 mit dem Video *10 Tiny Micro Habits to Increase Your Feminine Energy*, das mit 2,1 Millionen Aufrufen³⁰⁴ ihr bei weitem meist gesehenes Video

²⁹⁸ Vgl. Bartky, *Femininity and Domination*, S. 343.

²⁹⁹ „The *Ultimate* Beginner’s Guide to ACTIVATING FEMININE ENERGY“, TC 00:14:56.

³⁰⁰ „HOW TO ACTIVATE YOUR FEMININE ENERGY *life changing*“.

³⁰¹ Vgl. „Navigating Masculine and Feminine Dynamics using Feminine Energy with Jillian Guerin“, R.: Margarita Nazarenko, 23.12.2024, <https://www.youtube.com/watch?v=vv66srE8Wns>, Zugriff am: 07.09.2025, TC 00:40:50.

³⁰² Vgl. Ebd., TC 00:41:06.

³⁰³ Vgl. Favaro, „Just Be Confident Girls!“, S. 292.

³⁰⁴ „10 Tiny Micro Habits to Increase Your Feminine Energy“. Stand 20.08.2025.

darstellt. Sie ist hauptsächlich auf YouTube tätig, aber auch auf Instagram, TikTok und Pinterest präsent und hat eine eigene Webseite mit Shop. Auf TikTok postet Guerin regelmäßig, mindestens jeden zweiten Tag, hat dort allerdings nur ca. ein Zehntel der Abonnent*innen von YouTube.³⁰⁵ Diese Tatsache erwähnt sie auch in ihrer TikTok Biografie: „750k+ youtube community“.³⁰⁶ Das zeigt wiederum, wo der Fokus ihres Business liegt. Auf YouTube lädt sie wöchentlich ein 10- bis 20-minütiges Video hoch und erreicht damit zwischen 40 Tausend und 2 Millionen Menschen.

Die Frage, was *feminine energy* denn sei, beantwortet Guerin häufig: *Feminine energy* sei spielerisch, mysteriös, kreativ, intuitiv, empathisch und emotional. *Masculine energy* sei dem gegenüber handelnd, strukturiert, gebend, beschützend, praktisch und denkend, so die Influencerin in einem Interview.³⁰⁷ *Feminine* und *masculine energy* werden in ein dichotomisches Verhältnis gebracht. In ihrem ersten Video zu *feminine energy* von 2020 grenzt sie die maskuline Seite durch „problem-solving, analytical, grounded, competitive, action-oriented, protective, goes after it“ klar von der femininen mit „creative, inspiring, flowing, playful, expressive, compassionate/nurturing, intuitive“ ab.³⁰⁸ Obwohl jeder Mensch beide Seiten in sich habe, hätten Frauen* von Natur aus mehr *feminine Energie*:³⁰⁹

„[...] in general, not always, but in general, females naturally tend to have more of this feminine energy than masculine energy within them and suppressing this can make them feel out of touch with their body, it can drain our energy and create burnout or just make us feel less happy and less fulfilled.“³¹⁰

Das Ziel der Wiederaneignung von *feminine energy* sei das eigene Wohlbefinden. Es ginge dabei immer darum, wie jemand eine sogenannte „life force energy“ erlangen würde: *Feminine-energy*-Praktiken würden *masculine-energy*-Personen weniger von dieser „life force energy“ geben, so Guerin.³¹¹ *Feminine-energy*-Praktiken, wie Guerin sie beschreibt, können unterschiedliche Tätigkeiten sein, die ein Gefühl von Freude und Genuss im Körper auslösen. Der Schaffensprozess sei dabei der Fokus im Gegensatz zu den Resultaten der *masculine energy*. Als Beispiel nennt sie das Kochen – für das Männliche sei es ein Mittel zum Zweck, das Weibliche genieße das Kreieren an sich.³¹²

Dass *feminine energy* auch als Dating-Instrument für das Anziehen von Personen mit „gesunder“ *masculine energy* funktionieren würde, sei eine bloße Nebenwirkung.³¹³ Mit „gesund“ und „toxisch“ wird im Wellness- und Selbsthilfe-Raum das Übereinstimmen mit oder Abweichen von einem als „natürlich“ definierten Zustand bezeichnet. Lebensweisen außerhalb sozialer Normen werden damit

³⁰⁵ In genauen Zahlen sind dies 76 500 auf TikTok im Vergleich zu 791 000 auf YouTube, Stand 23.09.2025.

³⁰⁶ „Jillz Guerin auf TikTok (@jillzguerin)“, *TikTok*, <https://www.tiktok.com/@jillzguerin>, Zugriff am: 23.09.2025.

³⁰⁷ Vgl. „Navigating Masculine and Feminine Dynamics using Feminine Energy with Jillian Guerin“, TC 00:11:00.

³⁰⁸ „HOW TO ACTIVATE YOUR FEMININE ENERGY *life changing*“, TC 00:01:32.

³⁰⁹ Vgl. Ebd., TC 00:01:57-00:03:01.

³¹⁰ Ebd., TC 00:01:41.

³¹¹ Vgl. „Navigating Masculine and Feminine Dynamics using Feminine Energy with Jillian Guerin“, TC 00:11:40.

³¹² Vgl. Ebd., TC 00:13:48.

³¹³ Vgl. „HOW TO ACTIVATE YOUR FEMININE ENERGY *life changing*“, TC 00:02:35.

pathologisiert und Diskriminierungsstrukturen legitimiert. In einer Reihe von Tipps erklärt Guerin, wie *feminine energy* aktiviert werden könne.

Weniger zu kontrollieren³¹⁴ und Hilfe anzunehmen³¹⁵ sind zwei wichtige Punkte von *feminine energy*, die in Guerins erstem Video darüber bereits Erwähnung finden. Guerin versichert ihren Zuseher*innen: „We are strong, we are capable, we can do things on our own.“³¹⁶ Allerdings solle man sich für mehr *feminine energy* zum eigenen Wohl etwas zurücknehmen und dankbar sein: „the power of loving feminine energy is that it inspires those with healthy masculine energy to take action.“³¹⁷ Das Maskuline würde in der Versorgerrolle aufgehen, weshalb das Feminine ihn dazu bringen solle, diese einzunehmen.³¹⁸ Die Verantwortung wird dadurch wieder vom untätig gedachten Mann* auf die kontrollsüchtig konstruierte Frau* verschoben.

Auf das eigene feminine Aussehen solle man außerdem achten, jedoch zum Zweck des Generierens von Selbstbewusstsein. Guerin selbst erreiche dies durch „süße Outfits“ und „süßen Schmuck“. Allerdings ginge es nicht darum, feminines Aussehen zu performen, sondern um ein inneres Gefühl, das dadurch ausgelöst werde und wiederum positive Effekte auf das äußerliche Auftreten habe:³¹⁹

„embracing your femininity does not mean wearing frilly skirts and pink lipstick and having perfectly shaved legs although it can if that's what makes you feel good and what makes you feel confident.“³²⁰

Das Aussehen sei untrennbar mit dem Gefühl des Selbstbewusstseins verwoben – so die Idee der Confidence Culture, die hier vertreten wird.³²¹ Der Fokus wird vom Äußerlichen zum Innerlichen umgeleitet, dabei individualisiert und essentialisiert.³²²

Selbst scheinbar gute Ratschläge werden durch die Eingliederung in ein binäres System korrumpiert. Für mehr *feminine energy* solle die Frau* für ihren eigenen Wert einstehen und auf liebevolle, nicht aggressive Art durchsetzungsfähig sein.³²³ Durchsetzungsfähigkeit der *feminine energy* zuzuordnen, ergibt allerdings wenig Sinn, da erstere eine gewisse Härte impliziert, die in der dort vertretenen dualistischen Logik der *masculine energy* zugehörig wäre. Das wäre kein Problem, wenn man der Aussage treu bliebe, dass jeder Mensch beide Energien in sich tragen würde. Hier verrät sich Guerin allerdings: Sie möchte emanzipatorische Ratschläge wie Durchsetzungsfähigkeit vermitteln, die Frauen* weiterhelfen, aber gleichzeitig nicht aus dem genderessentialistischen Konzept aussteigen und

³¹⁴ Vgl. Ebd., TC 00:07:54-00:09:30.

³¹⁵ Vgl. Ebd., TC 00:04:33-00:05:35.

³¹⁶ Ebd., TC 00:05:11.

³¹⁷ Ebd., TC 00:08:44.

³¹⁸ Vgl. Ebd., TC 00:05:30.

³¹⁹ Vgl. Ebd., TC 00:09:30-00:10:17.

³²⁰ Ebd., TC 00:09:36.

³²¹ Vgl. Favaro, „‘Just Be Confident Girls!’“, S. 287.

³²² Vgl. Ebd., S. 291f.

³²³ Vgl. „HOW TO ACTIVATE YOUR FEMININE ENERGY *life changing*“, TC 00:10:17-00:10:57.

zugeben, dass sogenannte *masculine energy* in Frauen* genauso eine Daseinsberechtigung haben könnte. Deshalb kleidet sie Durchsetzungsfähigkeit stattdessen in Weichheit und Liebe.

Wenn es um Emotionen geht, plädiert Guerin dafür, sowohl positive als auch negative zuzulassen. Wut wird in dieser Erklärung allerdings exkludiert.³²⁴ Sie sei eher zu vermeiden und mit Liebe und Sanftheit zu ersetzen, da sie nicht zielführend sei und eine nicht erstrebenswerte, niedrigere Frequenz habe.³²⁵ Die Ruhe zu bewahren, würde einer Frau* eine machtvolle Wirkung verleihen.³²⁶ In der westlichen Gesellschaft wird Wut als eine männliche Eigenschaft sozialisiert – während wütenden Männern* eher Gehör geschenkt wird, werden wütende Frauen* als emotional oder verrückt bezeichnet und ignoriert.³²⁷ Das New-Age-Ideal, das hier unterstützt wird, lässt wenig Raum für negative, männlich konnotierte Emotionen wie Wut.³²⁸ Das revolutionäre und ermächtigende Potenzial von Wut³²⁹ wird in Lebensratschlägen wie Guerins außer Acht gelassen und durch die Reproduktion dieser Ansichten versucht, die Frau* in das bestehende patriarchale System einzugliedern.

Als Frau* solle man laut Guerin viel Zeit in der Natur verbringen, da Mutter Erde *feminine energy* ausstrahlen würde. Indem man zum Beispiel bei Blumen sitzt, mache man sich bewusst, dass die Erde wie auch die Frau* Leben kreieren könne. Guerin geht auch auf die wissenschaftlich erwiesenen angst- und stressreduzierenden Effekte der Natur ein.³³⁰ Diese Wirkungen sind nicht auf Frauen* beschränkt – dennoch werden sie hier speziell der *femininen Energie* zugesprochen.

Guerin verwendet *feminine energy* als eine ganze Lebensphilosophie. Nicht nur Dating- und Liebesprobleme würden damit gelöst werden, auch für Geld und Glückseligkeit sei es wirksam. So lauten einige Videotitel aus der *feminine-energy*-Playlist der YouTuberin: *The Feminine Way To Build WEALTH*³³¹, *How to Build Your DREAM BUSINESS in Your Feminine Energy*³³², *HOW TO MANIFEST ANYTHING USING FEMININE ENERGY 🌟 create your dream life + get what you want!*³³³. Als Allheilmittel wird impliziert, dass *feminine energy* auch gegen Burnout und Autoimmunerkrankungen³³⁴ sowie für Attraktivität und die Beziehungsqualitäten wirksam sei.³³⁵ Generell würde man dadurch „ten

³²⁴ Vgl. Ebd., TC 00:11:25.

³²⁵ Vgl. Ebd., TC 00:06:41.

³²⁶ Vgl. Ebd., TC 00:06:19.

³²⁷ Vgl. Soraya Chemaly, *Rage becomes her: the power of women's anger*, New York/London/Toronto/Sydney/New Delhi: Atria Paperback 2019, S. XV.

³²⁸ Young/Reynolds Jr., „You Can Be an Agent of Change“, S. 15.

³²⁹ Vgl. Chemaly, *Rage becomes her*, S. 296.

³³⁰ Vgl. „HOW TO ACTIVATE YOUR FEMININE ENERGY *life changing*“, TC 00:03:54-00:04:33.

³³¹ „The Feminine Way To Build WEALTH“, R.: Jillz Guerin, 27.04.2025, <https://www.youtube.com/watch?v=0aB-7ZadMhw>, Zugriff am: 30.09.2025.

³³² „How to Build Your DREAM BUSINESS in Your Feminine Energy“, R.: Jillz Guerin, 31.03.2024, <https://www.youtube.com/watch?v=S875INYVFjE>, Zugriff am: 07.12.2025.

³³³ „HOW TO MANIFEST ANYTHING USING FEMININE ENERGY 🌟 create your dream life + get what you want!“, R.: Jillz Guerin, 16.07.2023, <https://www.youtube.com/watch?v=WTgxYwPEiI>, Zugriff am: 07.12.2025.

³³⁴ Vgl. „The *Ultimate* Beginner's Guide to ACTIVATING FEMININE ENERGY“, TC 00:02:05.

³³⁵ Vgl. „HOW TO ACTIVATE YOUR FEMININE ENERGY *life changing*“, TC 00:02:35.

times more powerful as a woman“³³⁶ werden. Das Versprechen eines besseren Lebens wird kontinuierlich wiederholt.

4.1.1 Sprache, Thumbnails & Visualität

Generell ist Guerin auf das Videoformat von 10 bis 25 Minuten strukturiertem Vortrag spezifiziert. Diese Videos heißen dann etwa: *6 Productivity Hacks to Live a SOFT LIFE* 🌸³³⁷ oder *5 Habits Men Find Wildly UNATTRACTIVE*.³³⁸ Häufig werden Zahlen verwendet, um zu begrenzen und zu simplifizieren. In vager Sprache wird mit vielen unterschiedlichen Vokabeln ausgedrückt, was mit *feminine energy* zu tun sei: Man solle sie aktivieren, ausstrahlen, sie anzapfen oder nähren.³³⁹

Guerins YouTube-Kanal trägt mehrere Hashtags, die ich in drei Kategorien unterteile. „Self-development“, „level up“, „glow up“, „woman of your dreams“, „reinvent yourself“, „self improvement“ fallen in den Bereich der Lebens- und Selbstoptimierung. „Healthy living“, „cycle syncing“, „healthy eating“, „healthy period“, „wellness“, „women's health“ sind in die Kategorie von Wellness und Gesundheit einzuordnen. Und schließlich finden sich einige Trend-Begriffe aus dem New-Age-Life-Coaching, wozu ich auch *feminine energy* einordne: „divine feminine“, „high value woman“, „manifestation“, „law of attractions“, „how to radiate feminine energy“, „feminine energy“.³⁴⁰ In den meisten Videos sind alle drei Kategorien zu finden.

Durch diese Hashtags ist der Content spirituell-holistischem Wellness-, Lifestyle- und Dating-Coaching zuzuordnen. Auf die Konstruktion von Weiblichkeit zum Zweck des Datings wird in den Videotiteln durch Begriffe wie „seduction“, „irresistible“ und „alluring“ hingedeutet. Daneben steht Lebensverbesserung und Selbstoptimierung mit Phrasen wie „reinvent yourself“, „level up“ oder „life-changing“,³⁴¹ die die Veränderbarkeit des eigenen Lebens und Selbst ausdrücken sollen.

In ihrem Bestreben, weibliche Wellness zu vermitteln, greift Guerin abgesehen von *feminine energy* auf andere Modebegriffe zurück. Anhand von Guerins Videotiteln lassen sich einige Zusammenhänge mit anderen Aesthetics und Trends ablesen. Durch diese erklärt sie Frauen* wiederum, wie sie ein besseres, feminines „soft life“³⁴² führen könnten, welches sie der maskulinen Hustle-Culture entgegenstellt. Im

³³⁶ „The *Ultimate* Beginner’s Guide to ACTIVATING FEMININE ENERGY“, TC 00:18:28.

³³⁷ „6 Productivity Hacks to Live a SOFT LIFE 🌸“, R.: Jillz Guerin, 06.04.2025, <https://www.youtube.com/watch?v=2b1ipkv0IFY>, Zugriff am: 12.09.2025.

³³⁸ „5 Habits Men Find Wildly UNATTRACTIVE“, R.: Jillz Guerin, 20.04.2025, <https://www.youtube.com/watch?v=-BMLXM2TB8c>, Zugriff am: 07.12.2025.

³³⁹ Vgl. Jillz Guerin, „Feminine Energy - YouTube Playlist“, <https://www.youtube.com/playlist?list=PLEpWISE3r7XHG4o29GKOzJF2b-MzVDBak>, Zugriff am: 07.12.2025.

³⁴⁰ Hashtags, „Jillz Guerin auf YouTube (@jillzguerin)“.

³⁴¹ Hofstätter, „Feminine Energy YouTube Korpus“.

³⁴² „6 Productivity Hacks to Live a SOFT LIFE 🌸“.

Zuge dessen nennt sie in unterschiedlichen Videos zum Beispiel „that girl“³⁴³, „high value“³⁴⁴, „lucky girl syndrome“³⁴⁵ oder „classy woman“³⁴⁶. Zudem bedient sie sich New-Age-Trendbegriffen wie „quantum leap“³⁴⁷. Nicht nur knüpft Guerin an eine geteilte konzeptuelle Sprache eines spezifischen digitalen Raumes an, den Tiusanen als „intimate public“ bezeichnet,³⁴⁸ auch ihre Bildsprache ist mit anderem Lifestyle-Content vergleichbar.

Titel und Thumbnail dienen als Cover dazu, Nutzer*innen zum Aufrufen des Videos zu bringen. Im Fluss von Inhalten, muss es Aufmerksamkeit generieren und das Auge ansprechen. Guerins Titelbilder haben seit Oktober 2023 ein kohärentes Design. Viele der Thumbnails sind als Collage zusammengestellt – Guerin ist in einer nahen Einstellung mittig im Vordergrund zu sehen und ihre Silhouette weiß umrandet, was sie visuell vom Hintergrund absetzt. Über ihrem Torso befindet sich ein weiß-gelber Schriftzug in Form eines Slogans („girl, get a hobby“³⁴⁹) oder verkürzten Titels („HOW TO HAVE CLASSY ENERGY“³⁵⁰). Der collagierte Hintergrund schließlich setzt sich aus zwei bis vier Bildern zusammen, die einen bestimmten Lebensstil abbilden, Gefühle evozieren und Teil einer Aesthetic sind.

Die Influencerin weist in den meisten Thumbnails einen sehr ähnlichen Gesichtsausdruck auf: Die Gesichtszüge entspannt, die Lippe leicht geöffnet, die Mundwinkel dezent angehoben, das Kinn gesenkt, die Augenlider schwer, der Blick in die Kamera. Keine Grimassen, keine zu intensiven Gesichtsausdrücke, nicht einmal ein zu breites Lächeln wird gezeigt. Gepaart mit der sporadisch abgebildeten Gestik, wirkt es so, als wäre sie mitten im Satz oder bereit, dem Publikum etwas zu erklären. So wird auch in ihrer Körperhaltung visuell schon der Modus des Videos – nämlich die Erklärung – repräsentiert. Ihr Styling wirkt sanft und feminin: Die langen, hellbraunen Haare trägt sie in verschiedenen Frisuren, häufig gewellt, offen oder mit gesichtsrahmenden Strähnen. Ihr Make-Up ist dezent und nicht sonderlich auffällig. In fast jedem Video trägt sie ein anderes einfarbiges, anliegendes Oberteil in unterschiedlichen Schnitten, häufig in Abstufungen der Farben blau, rot, schwarz oder weiß.

³⁴³ „7 Simple, Life-Changing Habits to Become *THAT GIRL*“, R.: Jillz Guerin, 08.12.2024, <https://www.youtube.com/watch?v=jg7HdXSLQpc>, Zugriff am: 12.09.2025.

³⁴⁴ „How to *ACTUALLY* be a HIGH VALUE WOMAN“, R.: Jillz Guerin, 22.05.2022, https://www.youtube.com/watch?v=sT3zlV5_xx0, Zugriff am: 11.08.2025.

³⁴⁵ „HOW TO HAVE LUCKY GIRL SYNDROME: a *realistic* guide to getting luckier in life“, R.: Jillz Guerin, 22.01.2023, <https://www.youtube.com/watch?v=HUHqycGA9Og>, Zugriff am: 17.11.2025.

³⁴⁶ „8 Habits of CLASSY & ELEGANT Women“, R.: Jillz Guerin, 09.02.2025, https://www.youtube.com/watch?v=Ifj_na-Eft8, Zugriff am: 07.09.2025.

³⁴⁷ „How to *actually* QUANTUM LEAP (and change your reality)“, R.: Jillz Guerin, 07.07.2024, <https://www.youtube.com/watch?v=PY2RYIOWEFs>, Zugriff am: 17.11.2025.

³⁴⁸ Vgl. Tiusanen, „Feeling grateful, kind, and empowered“, S. 3689f.

³⁴⁹ „Feminine, High Value Hobbies to LEVEL UP in 2025“, R.: Jillz Guerin, 26.01.2025, <https://www.youtube.com/watch?v=ciFAGPYcXyk>, Zugriff am: 17.11.2025.

³⁵⁰ „8 Habits of CLASSY & ELEGANT Women“.

4.1.2 10 Tiny Micro Habits to Increase Your Feminine Energy

Das Video *10 Tiny Micro Habits to Increase Your Feminine Energy* vom 26.11.2023³⁵¹ ist Guerins meistgesehenes YouTube-Video. Es hat über 2 Millionen Klicks und rund 1.500 Kommentare. In der Mitte des Videos findet sich ein Sponsoren-Segment, was für Guerins Videos untypisch ist. Es ist nicht Guerins erstes Video unter dem Titel „Habits“ oder „Micro Habits“, aber hängt das einen Monat zuvor produzierte Video *12 Tiny Micro Habits That *Actually* Improved My Life*³⁵² bezüglich der Aufrufe um das Vierfache ab.

Paratexte

Der Titel enthält eine tautologische Doppelung, die Wörter „tiny“ und „micro“ bezeichnen beide eine Winzigkeit, die durch die Wiederholung verstärkt wird. Die Nennung der Zahl zehn im Titel hat eine rahmende Wirkung – dadurch wird ausgedrückt, dass eine präzise, niedrige Anzahl an Dingen, hier Gewohnheiten, zum Erlangen von *feminine energy* und damit eines besseren Lebens ausreichen würden. Mit dem Possessivpronomen „your“ wird die Zuschauer*innenschaft direkt angesprochen und engagiert. Die inhaltliche Beschreibung des Videos wird in einem Satz kurzgehalten. Durch die Wörter „super small and practical“ wird wieder darauf hingewiesen, wie leicht die Tipps umzusetzen seien. Im zweiten, direkt anschließenden Satz wiederholt sie den Hinweis auf ihren Videosponsor:

„Today I’m sharing 10 super small and practical habits to increase your feminine energy and live a softer life. Don’t forget to check out Book of the Month and use code FORYOU to get your first book for \$5!“³⁵³

Der anschließende Pfeil zeigt auf den Link zur Webseite des Sponsors, dessen YouTube-Kanal darunter angeführt ist. Darauf folgen einige Links zu Guerins Kursen und Produkten – darunter der Kurs „AWAKEN YOUR FEMININE ENERGY“, eine Notion Vorlage und das „DREAM WOMAN BUNDLE“. Letzteres enthält eine viertelstündliche *feminine-energy*-Meditation und ein „Guided Journaling Workbook“ mit Anweisungen für 30 Tage des Tagebuchschreibens – zu einem Preis von 22 US-Dollar.³⁵⁴ Darunter befindet sich ein Link zu Guerins „SOFT LIFE SHOP“³⁵⁵. Begrüßt wird man auf der Homepage des Shops mit den Worten „For the soft life girls“, einem „Browse“ Button und einem Paar nackten Beinen im Hintergrund. Derzeit finden sich unter den Produkten eine Tasse (12.21 €) mit der Aufschrift „it gets to be easy“, die in diesem Video speziell beworben wird, sowie ein Pullover (47.96 €) und eine Kappe (21.80 €) mit dem Aufdruck „soft life only“. Alle Waren werden in den meisten Farben von Guerin selbst gemodelt.

³⁵¹ „10 Tiny Micro Habits to Increase Your Feminine Energy“.

³⁵² „12 Tiny Micro Habits That *Actually* Improved My Life“, R.: Jillz Guerin, 01.10.2023, https://www.youtube.com/watch?v=z7M6_XIPsf4, Zugriff am: 06.09.2025.

³⁵³ Videobeschreibung „10 Tiny Micro Habits to Increase Your Feminine Energy“.

³⁵⁴ Jillz Guerin, „The Dream Woman Bundle: Meditation + Workbook“, *Jillz Guerin Shop*, <https://www.jillzguerin.com/shop/p/the-dream-woman-bundle-meditation-workbook>, Zugriff am: 18.08.2025.

³⁵⁵ Jillz Guerin, „for the soft life girls“, *Jillz Guerin Shop*, <https://jillz-guerin-shop.fourthwall.com/en-eur>, Zugriff am: 18.08.2025.

Weitere Inhalte in der Videobeschreibung sind Links zu dem von ihr getragenen Top, den Ohrringen und dem Lippenstift, die Kapitelaufteilung des Videos mit Zeitmarkern zur Orientierung, eine Reihe empfohlener Videos aus Guerins Videografie, Links zu allen Social-Media-Plattformen, die Guerin bedient (Webseite/Blog, Instagram, TikTok, Pinterest), mit der Aufforderung „SAY HELLO! :)“.³⁵⁶ Zu finden ist hier außerdem der Appell, den Kanal zu abonnieren: „Be sure to subscribe to my channel for more content around feminine energy, self-improvement, and wellness for women.“³⁵⁷ In dieser Beschreibung lässt sich auch der Fokus von Guerins Inhalten bestimmen, nämlich *feminine energy*, weibliche Wellness und Selbstverbesserung. Die Videobeschreibung schließt mit einem Haftungsausschluss ab:

„DISCLAIMER: Links included in this description may be affiliate links. This means that I may earn a small commission for purchases made using these links (at no additional cost to you). All products that I share are products I use, love, and recommend.“³⁵⁸

Dieser kurze Absatz kann dazu dienen, das Vertrauen des Publikums zu stärken, das sich durch Werbung und Werbepartnerschaften vor den Kopf gestoßen fühlt. Wenn man bedenkt, dass die meisten angeführten Links zu Guerins eigenem Shop führen, ist dieser Text allerdings nicht sehr aussagekräftig.

Die Hashtags, mit denen das Video markiert wurde, sind abgesehen von dem Titel und ihrem Namen in drei Kategorien unterteilbar. Erstens, *feminine energy* und Weiblichkeitsbezüge: „feminine energy“, „radiate feminine energy“, „increase feminine energy“, „activate feminine energy“, „how to radiate feminine energy“, „how to master your feminine energy“, „how be more feminine“, „divine feminine“. Zweitens, Hashtags zu Gewohnheiten: „tiny habits“, „micro habits“, „micro habits to increase your feminine energy“, „tiny habits to increase your feminine energy“. Und drittens, wird ein Zusammenhang mit dem Romantisieren des Lebens und einer sanften Lebensführung hergestellt: „soft life“, „how to live a soft life“, „how to romanticize your life“.³⁵⁹ Was diese Hashtags zeigen, ist die Bezugsstruktur, in die sich das Video bettet. Es geht um Gewohnheiten, um einen weichen Lebensstil und Femininität durch *feminine energy*.

Visualität

Der Thumbnail-Hintergrund besteht aus vier Bildern, die in senkrechten Streifen nebeneinander angeordnet sind. Ganz links, auf dem ersten Bild, ist eine Frau* zu sehen, die in einem kurzen Kleid auf einem Bein an der Wand lehnt. Zu ihren Füßen hockt ein Mann* in einem schwarzen Outfit, der ihren erhobenen Fuß hält und ihr offenbar einen Schuh anzieht. Das Bild ist scheinbar in einem Spiegel mit dem Smartphone aufgenommen, das die Frau* sich vor das Gesicht hält. Die Gesichtslosigkeit ist ein Aspekt, der sich durch viele dieser Aesthetic-Abbildungen zieht – sie steigert die Identifizierbarkeit mit

³⁵⁶ Videobeschreibung, „10 Tiny Micro Habits to Increase Your Feminine Energy“.

³⁵⁷ Videobeschreibung, ebd.

³⁵⁸ Videobeschreibung ebd.

³⁵⁹ Hashtags, ebd.

den Personen im Foto, die als Platzhalter in dem vermittelten Lifestyle, als Projektionsfläche für das Selbst dienen. Das Bild könnte Guerins Tipp darstellen, als Frau* Hilfe von Männern* anzunehmen.

Das zweite Bild zeigt übereinandergelegte Schreibunterlagen mit handgeschriebenen Notizen. Das einzig Lesbare ist die verschnörkelte Überschrift „EU Politics“. Dies könnte für den Tipp stehen, sich Notizen zu machen, inhaltlich hat EU-Politik oder das Lernen darüber nichts mit *feminine energy* zu tun. An dritter Stelle, auf der anderen Seite Guerins zentraler Figur, ist ein Foto von einigen goldenen Schmuckstücken, die auf einer Glasplatte liegen. Ganz oben befindet sich eine viereckige Armbanduhr, darunter ein Lippenstift mit rotem Ende, daneben eine Kette mit Kreuz-Anhänger. Weiblichkeit wird dadurch nicht nur mit Schmuck in Zusammenhang gestellt, sondern indirekt auch mit Glauben. Guerin spricht allerdings weder über ihre religiösen noch ihre politischen Einstellungen, daher wirkt es irritierend, in diesem Thumbnail mit christlicher Symbolik konfrontiert zu werden.

Viertens ist ganz rechts eine Frau* zu sehen, deren Körper und Haare in beige Handtücher gehüllt sind. Wieder hält sie sich ein Smartphone vor ihr Gesicht, sodass bloß ihre Stirn, Augenbrauen und Wange zu sehen sind, sowie ihr Hals und Dekolleté. Hier könnte generell Self-Care oder der Tipp des Video, sich Zeit für sich selbst zu nehmen, symbolisiert werden. Alle Bilder sind in warmen, beigen, roten und orangenen Tönen gehalten. In der Mitte dieser Collage ist Guerin in einer nahen Einstellung zu sehen, die einen entspannten Gesichtsausdruck und ein rotes Top trägt, das schief über ihre Schultern drapiert ist. Über ihrem Torso und der unteren Hälfte des Bildes sind die Worte „feminine energy MICRO HABITS“ in markentreuem Gelb und Weiß zu sehen.

Der Videohintergrund ist Guerins Studio, das sie seit Juli 2023 für ihre YouTube-Videos verwendet. Es ist ein durch indirekte Lichtquellen zartrosa ausgeleuchteter Raum mit einem weißen Sofa, auf dem in jedem Video ein Golden Retriever liegt. Die Kissen auf der Couch sind immer gleich angeordnet und umrahmen Guerins Silhouette, womit wiederum eine Assoziation mit Weichheit entsteht, die ihr zufolge bei *feminine energy* wesentlich sei. Neben dem Sofa befindet sich ein niedriges Regal, auf dem zwei Bilderrahmen, eine Vase mit Grünzeug sowie eine leicht flackernde Kerze platziert sind – letzteres, aber auch die sporadischen Positionswechsel des Hundes zeigen, dass es sich nicht nur um ein Foto handelt. Auf dem unteren Fach des Regals sind einige Bücher nach Größe in einer visuell ansprechenden Welle angeordnet. Diese sollen vermutlich die Belesenheit der Influencerin suggerieren, was ihre Inhalte vertrauenswürdiger wirken lässt. Die behagliche Atmosphäre vermittelt Intimität und Privatheit – so entsteht inszenatorisch eine (trans-)parasoziale Nähe zur Influencerin.

Inhalt

Guerin startet ohne ausführliches Intro mit dem ersten Tipp, den sie als ihren Liebling beschreibt und sich in der Gangart zeige: Um die eigene *divine feminine energy* gut fließen zu lassen, solle man beim Gehen die Hüften schwingen, weil sie dort gespeichert sei. Eine solche Fluidität im Körper würde *feminine energy* in Bewegung bringen und das Selbstbewusstsein erhöhen. Der Tipp hört sich für mich

nach biologisch-spirituellen Konzepten an, die Femininität mit Körperfunktionen in Zusammenhang bringen. Guerin misst diesem Tipp eine große Kraft bei – sie behauptet, dass sich damit alles verändern könnte, fordert ihr Publikum mehrmals dazu auf, ihr zu vertrauen und garantiert ihnen einen merkbaren Unterschied. Sie stellt daraufhin ihre eigenen Schwierigkeiten wegen ihres Körperbaus in den Raum, diese Praxis umzusetzen – und demonstriert damit, dass es keine Ausreden gebe, es auszuprobieren. Die Influencerin schließt mit einer Aufgabe für ihre Zuseher*innen: Sie sollten noch heute einen Spaziergang mit Hüftschwung unternehmen, Musik hören und sich dabei fühlen wie auf einem Laufsteg.³⁶⁰ Dieser Tipp ist auf mehreren Ebenen sehr interessant. Guerin spricht hier von einer göttlichen *femininen Energie*, die in den Hüften gespeichert ist, und referenziert damit spirituelle Ideen, die in ihrem sonstigen Life-Coaching-Content eher rar gesät sind. Zudem entwirft sie ein Bild von Weiblichkeit, das in Körperpraktiken entsteht. Bewegungen, hier der Schwung der Hüften, werden vergeschlechtlicht und weiblich konnotiert. Das Bild eines Laufstegmodells als Vorbild für das eigene Verhalten ist ebenfalls herauszustreichen.

Die zweite Mikrogewohnheit, die Guerin vorschlägt, nennt sie „micro dress up“. Sie hält Kleidung für ein mächtiges Instrument und habe nach eigener Aussage schon sehr viel über den Effekt davon geredet, den gutes Aussehen habe. Schönheit sei zeitaufwändig. Während sie mit hochgezogenen Augenbrauen auf sich selbst deutet, gibt sie zu: „this? This takes time.“³⁶¹ Jedoch sei die minimale Form davon ebenfalls etwas wert. Sie fährt fort, dass sie damit nicht vorschlage, immer nur minimalen Aufwand zu betreiben – wenn man die Zeit habe, solle man sich um gutes Aussehen bemühen, um sich besser zu fühlen. Und um an bestimmten, „verrückten“ Tagen trotzdem ein besseres Gefühl zu bekommen, solle man es mit dem „micro dress up“ versuchen.³⁶² Frauen* werden motiviert, sich vorherrschenden Schönheitsidealen zu unterwerfen und sich sogar an schwierigen Tagen damit zu beschäftigen – allerdings unter dem Vorwand von Wellness, Self-Care und einem guten Gefühl. Die Ideen, die hier gefördert werden, verschieben den Fokus von den strukturellen Hintergründen der Schönheitsideale auf ein innerliches Gefühl. Die Arbeit am weiblichen Selbst wird nicht als ein Dienst für das patriarchal-neoliberale System oder den männlichen Blick gesehen, sondern für das Individuum selbst.

Drittens beschreibt Guerin eine Situation in der zweiten Person und fragt die Zuseher*innen, ob sie sich damit identifizieren könnten, im Supermarkt jedes Regal abzusuchen, statt die Mitarbeiter*innen zu fragen. Guerin spricht davon, ebenfalls so gewesen zu sein und Hilfe sogar abzulehnen, obwohl sie sie gebraucht hätte. Durch einen Schnitt auf eine Großaufnahme ihres Gesichts wird Nachdruck auf die Absurdität der beschriebenen Situation gelegt. Aus ihrer Perspektive hätte ihr das Annehmen von Hilfe stark geholfen, in ihrer *feminine energy* zu bleiben. Man solle alles leicht sein lassen: Das Mantra „Let things be easy, it gets to be easy“ habe sie sich sogar auf eine Tasse gedruckt. Dass diese auch in ihrem

³⁶⁰ Vgl. Ebd., TC 00:00:23-00:02:00.

³⁶¹ Vgl. Ebd., TC 00:02:23.

³⁶² Ebd., TC 00:02:00-00:03:45.

Shop erhältlich ist, stellt sich erst durch den Link in der Videobeschreibung heraus. Guerin schließt damit ab, ihrem Publikum zu befehlen, sie sollten aufhören, sich selbst zu boykottieren:³⁶³ „You don't have to do everything on your own. You don't have anything to prove.“³⁶⁴ Das Plädoyer spricht gegen das Bild der starken, unabhängigen Frau*, die aus Prinzip alles allein mache und davon erschöpft werde. Daran ist zu kritisieren, dass eine solche Herangehensweise als Argument zur Passivierung der Frau* verwendet werden könnte, die dem Patriarchat dient. Manche Dinge, wie beispielsweise systematische Unterdrückung, werden nicht leichter, nur, weil man es sich einredet. Wieder wird ein ganzes System der Ungleichheit ausgeblendet.

Guerins vierter Tipp zum Ausbau der *feminine energy* ist es, kleine Freuden in das Leben einzubauen. Es müsse nicht alles produktiv sein, was man tue. Als Beispiel gibt sie das Lesen von fiktionalen Werken, das ihrer Ansicht nach keinen anderen Wert habe, als zu unterhalten. Sie selbst nutze das Lesen als einen Weg, um sich abends zu entspannen – was bei mir die Frage aufwirft, ob es dann nicht ebenfalls zweckgebunden ist. Als weitere Beispiele nennt sie: einen Schal stricken, ein Instrument spielen, backen, Vögel beobachten, ein Sammelalbum basteln, in der Dusche singen. Man solle nicht so sein wie Frauen* in ihrer *masculine energy*, die damit hadern würden, zu entschleunigen und nicht produktiv zu sein. Die Lösung sei es, das Leben in kurzen Momenten zu romantisieren, um die eigene Lebensenergie femininer werden zu lassen. Vergnügen sei für *feminine energy* besonders wichtig – das stabile Handeln der *masculine energy* sei gut, aber *feminine energy* mache das Leben lebenswert.³⁶⁵ An diesem Punkt ist zu fragen, weshalb diese Ratschläge an das binär und komplementär gedachte weibliche Geschlecht gebunden sind: Dürfen Männer* keinen Spaß oder ein lebenswertes Leben haben?

Der folgende Abschnitt ist ein Werbeblock von eineinhalb Minuten über den Sponsor des Videos „Book of the month“. Diesen werde ich in meiner Analyse überspringen – allerdings ist zu bemerken, dass Guerin im vorhergehenden Segment darüber begeistert war, wie gern sie lese und die Zuseher*innen somit darauf vorbereitet hat, Interesse an ihrem Sponsor zu haben.

Der fünfte Tipp, um *feminine energy* zu steigern, ist es, Listen und Kalender zu führen. Guerin nennt es „utilize a ‚second brain““. Der Zweck daran sei es, organisiert zu sein, ohne den wertvollen Stauraum im Gehirn für unnütze Daten zu verschwenden und es stattdessen für Kreativität nutzen zu können. Es ginge darum, sich selbst vom ständigen Nachdenken im Kopf zu einem geerdeten Zustand in den Körper zu bringen. So würde man vom Produktivitätsmodus in einen sanften Modus übergehen können.³⁶⁶ Während es durchaus Sinn ergibt, dass mentaler Freiraum Erleichterung verschaffen kann, so frage ich mich, wieso diese Form von Struktur, die in der binären Logik der *masculine energy* zuzuordnen wäre, nun *feminine energy* fördern sollte. Paradoxien und Ungereimtheiten zeigen sich in der Argumentation.

³⁶³ Vgl. Ebd., TC 00:03:45-00:05:20.

³⁶⁴ Ebd., TC 00:05:10.

³⁶⁵ Vgl. Ebd., TC 00:05:20-00:07:32.

³⁶⁶ Vgl. Ebd., TC 00:09:06-00:11:50.

Sechstens solle man darauf achten, sich nicht zu Türen zu beeilen, um anderen Personen, wobei sie als Beispiele ausschließlich Männer* bringt, die Möglichkeit zu geben, diese für einen zu öffnen.

„I know this is little, but what feminine woman doesn't like the door being opened for them. It makes us feel good, it makes us feel cherished.“³⁶⁷

Wieder führt sie ihre eigene Erfahrung damit an: Als negatives Beispiel spricht sie davon, ihrem Ehemann auf dem Weg zu Türen davonzulaufen, woraufhin er sie stoppen musste, um ihr die Tür zu öffnen, was sie dankend annahm. Sie meint, er habe ihr das Verlangsamten beigebracht.³⁶⁸ Die Idee ist hier, dass Männer* prinzipiell dafür verantwortlich seien, Türen zu öffnen. Allgemein hilfsbereites Verhalten Männern* zuzuschreiben, stellt (feminine) Frauen* entweder als hilflos oder überheblich dar – als hätten sie aufgrund ihrer Femininität einen Anspruch darauf, keine Türen öffnen zu müssen. Die von Guerin gewünschte Rollenverteilung beim Türenöffnen reinforciert Genderstereotype eines aktiven Mannes* und einer passiven Frau*.

Der siebte Tipp ist es, alles zu verlangsamen – langsamer zu gehen, langsamer zu kochen und langsamere Vollführung der Hautpflege. Statt durch das Leben zu eilen, solle man lernen, innezuhalten und den Moment zu genießen.

„To be in your feminine energy you can't be rushing all the time, because it just goes against what the feminine energy is. If you're rushing, you can't hear your intuition. If you're rushing, you can't access your creativity. If you're rushing, you're not being present. If you're rushing, you're not connected to your body.“³⁶⁹

Durch Verlangsamung könne man den Körper und das Nervensystem beruhigen – was sich gut anfühlen würde.³⁷⁰ Es wird so getan, als wäre Stress ausschließlich ein weibliches Problem, das durch *feminine energy* gelöst werden könne. Was dabei anklingt, ist die Ablehnung gegenüber der Hustle-Culture, die im nächsten Punkt weitergeführt wird und Menschen dazu drängt, sich zu verausgaben.

Tipp Nummer acht lautet, Perfektion loszulassen und statt 100 Prozent nur 95 zu geben. Immer nach Vollkommenheit zu streben, sei erschöpfend und nehme den Spaß an der Sache.³⁷¹ Es wird deutlich, dass *feminine energy* den Gedanken vertritt, dass die Hustle-Culture zu Burnout führe. Sie plädiert dafür, dass Frauen* sich nicht nur um ihre Karriere, ihre Familie und alles andere kümmern sollen, sondern auch um sich selbst – und dabei von Perfektionismus abzusehen. Während *feminine energy* also durchaus als Selbstverbesserungstrend im Sinne des Life Coachings verstanden werden kann, wird in diesem Tipp explizit gemacht, dass das Erreichen von Perfektion nicht nötig sei. Obwohl 95 Prozent immer noch eine sehr hohe Zahl ist.

³⁶⁷ Ebd., TC 00:12:45.

³⁶⁸ Vgl. Ebd., TC 00:11:50-00:13:33.

³⁶⁹ Ebd., TC 00:13:46.

³⁷⁰ Vgl. Ebd., TC 00:13:33-00:14:27.

³⁷¹ Vgl. Ebd., TC 00:14:27-00:15:56.

Der neunte Ratschlag lautet, dass man sich selbst belohnen solle. Guerin behauptet, ihre Sparsamkeit sich selbst gegenüber, hätte ihr vermittelt, dass sie und ihr eigenes Vergnügen es nicht wert wären. Um sich diesen Selbstwert zu vermitteln, dürfe und solle man Geld für kleine Freuden und Belohnungen ausgeben. Man solle sich glücklich machen, das eigene Vergnügen priorisieren und sich so selbst wertschätzen, ohne sich dabei zu verschulden.³⁷²

„The feminine loves to feel cherished. They love to feel loved and cherished and taken care of and this is just a tiny, little, micro way to do that for yourself“³⁷³

Durch die Verwendung vieler Diminutive wird ein Fokus auf die simple Machbarkeit gelegt. Konsum wird als ein Werkzeug zur Erhöhung des Selbstbewusstseins und der angestrebten *feminine energy* gerahmt. Während Guerin in diesem Videosegment nicht direkt versucht, ein Produkt zu vermarkten, kann das Argument als eine Marketing-Strategie verwendet werden und ist an ein Subjekt des Kapitalismus gerichtet.

Der zehnte und letzte Tipp ist es, Zeit für sich selbst im Kalender einzuplanen. Das solle ein Weg sein, sich zu entspannen, sich selbst zu priorisieren und sich nicht in den Aufgaben und der Arbeit zu verlieren, die Kalender sonst dominieren. Die Influencerin zählt verschiedene möglich Freizeitaktivitäten auf und wiederholt nach jeder: „Put it in your calender.“ Dies würde unterbewusst vermitteln, dass Freizeit genauso wichtig ist wie Arbeit und Termine.³⁷⁴

„Just a tiny little thing, takes very little effort, but once you start doing this, you realize that your life will start to become more enjoyable and the feminine needs that me-time to feel our best, like, we just do.“³⁷⁵

Zeit für sich selbst wird als etwas Weibliches vermittelt, was im Rückschluss bedeuten würde, dass es nicht maskulin sei, auf sich selbst zu achten. Wie bei dem Argument des sogenannten zweiten Gehirns, stellt sich die Frage, warum das strukturiertes Vorgehen mit Kalender feminin sei.

In diesem Video kommt heraus, dass *feminine energy* prinzipiell für ein Konzept gesunder, ausgeglichener Lebensführung entsteht. Die für manche Menschen hilfreichen Ratschläge sind allerdings mit der Performanz einer spezifischen Weiblichkeit verwoben und auf biologisch- und spirituell-essentialisierte Art explizit an Frauen* gerichtet. An dem Video lässt sich illustrieren, wie der Trend Schönheit als internalisiertes Gefühl darstellt, das nur zufällig den patriarchalen Idealen entspreche. Durch die Schritt-für-Schritt-Erklärung der Herstellung von *femininer Energie* wird Gender gleichzeitig als Konstrukt sichtbar und Stereotype dennoch reinforciert. Konsum und die Arbeit am Selbst werden als Lösungen für mehr Selbstliebe gezeichnet, aber dabei systematische Ursachen ausgeblendet. Das Glücklichein als Frau* scheint eine fragile Angelegenheit zu sein: Das Verhalten müsse bis ins kleinste Detail in Form von Mikrogewohnheiten kontrolliert und angepasst werden. Dieser

³⁷² Vgl. Ebd., TC 00:15:56-00:18:17.

³⁷³ Ebd., TC 00:18:06.

³⁷⁴ Vgl. Ebd., TC S.00:18:17-00:20:05.

³⁷⁵ Ebd., TC 00:19:55.

Vorgang steht paradox zu dem *feminine-energy*-Ratschlag, Kontrolle loszulassen – anscheinend betrifft dieses Loslassen das Selbstmanagement nicht.

4.1.3 *The *Ultimate* Beginner's Guide to ACTIVATING FEMININE ENERGY*

In einem ihrer neuesten Videos vom 23.03.2025 gibt Guerin eine Einsteigerlektion darüber, wie man *feminine energy* aktiviere. Darin definiert sie *feminine* in Abgrenzung zu *masculine energy* und präsentiert sie als Lösung der von ihr skizzierten gesellschaftlichen Problemlage. Gegen Ende der ersten Hälfte des Video widmet sie sich der Aufklärung von drei Fehlvorstellungen über *feminine energy*, bevor sie die zweite Hälfte des Videos mit fünf Strategien füllt, die zum Ausleben und Verkörpern eben jener führen sollen. Im Unterschied zum vorhergehenden Video verbringt sie die Hälfte des Videos damit, die Notwendigkeit von *feminine energy* explizit zu rechtfertigen.

Paratexte

Der Titel *The *Ultimate* Beginner's Guide to ACTIVATING FEMININE ENERGY* lenkt mit seiner Typografie die Aufmerksamkeit des Publikums. Mit der Schreibweise in Großbuchstaben wird eine gewisse Dringlichkeit vermittelt und markiert, dass die letzten drei Wörter der wichtige Teil sind. Durch die Asteriske wird eine weitere Emphase auf „Ultimate“ gelegt, ein verstärkendes Wort wird nochmals verstärkt – in der in Extremen kommunizierenden Internetumgebung ist das durchaus üblich.

Die Videobeschreibung hält Guerin kurz: „Whether you're new to feminine energy or you need a little refresh, activating your feminine energy will change your life. And if you want to go deeper with me....“.³⁷⁶ Der Pfeil danach verweist auf die eine Reihe von Links zu Guerins Kursen und Produkten. Im Vergleich zu dem im vorhergehenden Kapitel beschriebenen Video wurde eine „YOUTUBE GROWTH MASTERCLASS“ hinzugefügt. Die restliche Videobeschreibung ist dem vorigen Video ident aufgebaut.

Die Hashtags dieses Videos behandeln die Themenkomplexe *feminine energy* und Femininität, Life Coaching und Selbstverbesserung sowie Wellness. Nach dem Videotitel und dem Kanalnamen wird *feminine energy* in fünf verschiedenen Varianten erwähnt, in Kombination mit „radiate“, „increase“ und „activate“, daneben noch zweimal „divine feminine [energy]“ sowie doppelt die Frage „how to be [more] feminine“. Abgesehen von diesen Ausführungen von *feminine energy* und Weiblichkeit werden einige Vokabeln aus dem Life Coaching und der Selbstoptimierung aufgegriffen: „level up“, „glow up“, „how to glow up“, „that girl“, „reinvent yourself“, „being your best self“, „mindset“, „be unbothered“. Wellness und Gesundheit kann in den Hashtags dieses Videos in „heal from burnout“ wiedergefunden werden. Zuletzt finden sich zwei Hashtags, die den Betrachter*innen nahelegen, Kontrolle abzugeben: „how to release control“, „how to stop being controlling“.³⁷⁷ Das ist erstens interessant, weil es im Videotitel nicht explizit um Kontrolle geht. Zweitens wird damit ausgesagt, dass *feminine energy* ein

³⁷⁶ Videobeschreibung, „The *Ultimate* Beginner's Guide to ACTIVATING FEMININE ENERGY“.

³⁷⁷ Hashtags, ebd.

Weg sei, wie Menschen bzw. das weibliche Zielpublikum Guerins weniger beherrschend sein könnten und das auch sollten. Und drittens wird mit dem Hashtag impliziert, dass Guerin davon ausgeht, ihr Publikum würde danach suchen, seine Kontrolle abzugeben.

Visualität

Wieder befindet sich Guerin in ihrem Heimstudio mit demselben Setdesign. Diesmal trägt sie ein weinrotes Oberteil, das sich durch den weiterführenden Link zum Kleidungsstück in der Videobeschreibung als Teil eines Kleides bestimmen lässt. Ihr langes Haar trägt sie gelockt über eine oder später beide Schultern drapiert, halboffen und mit gesichtsrahmenden Seitensträhnen.

Das Thumbnail ist in dem bereits beschriebenen Stil angefertigt: Guerin befindet sich in der Mitte von zwei ästhetischen Bildern von Frauen*, die durchaus Ähnlichkeit mit ihr haben, insofern sie eine ähnliche hellbraune Haarfarbe haben, jung, normschön und weiß sind. Darunter befindet sich ein verkürzter Untertitel: „HOW TO RADIATE FEMININE ENERGY“. Links im Bild ist eine im Bildmittelgrund sitzende Frau* in einem rosafarbenen Kleid, das in Rüschen über ihre Schulter fällt. Sie hält sich ein Buch vors Gesicht, man sieht nur ihre Stirn und ihre braunen Locken über das Buch hinweg. Bei ihrer Lektüre handelt es sich um die russische Version des Buches *La Noia* (russ. „Скуча“, engl. „Boredom“) des italienischen Autors Alberto Moravia. Das Bild stammt von der Instagramseite der Lifestyle-Influencerin Zornitsa Ivova (@gossipstyle). Im Vordergrund stehen zwei Vasen mit pinken Blumen sowie ein edel anmutendes Weinglas. Im Hintergrund sind einige Lichtflecken an der beigeen Wand auszumachen, auf der zwei Bilder hängen, die in Guerins Ausschnitt des Fotos nicht genauer zu bestimmen sind. In Aesthetics gesprochen würde diese sanfte, blumige, pastellfarbene Abbildung dem der Romantik verwandten „Cottagecore“ zuzuordnen sein.

Das rechte Bild zeigt eine ernst dreinblickende Frau*, die mit überschlagenen Beinen auf einer Treppe sitzt. Sie trägt einen schwarzen, felligen Mantel, unter dem ihre Beine hervorstehen, eine schwarze, halbtransparente Strumpfhose, schwarze Stöckelschuhe und eine schwarze Sonnenbrille. Obwohl die Treppen beige und die Wand hinter ihr weiß gehalten sind, erweckt das Foto einen düsteren Eindruck. Die Frau* stützt ihr Kinn mit ihrer rechten Hand, der andere Arm hängt lässig neben ihr. Die schwarze Sonnenbrille wird durch einen dunklen Lippenstift, glänzende Ohrringe und voluminös gestylte Haare komplimentiert. Die Abbildung verspricht nicht nur durch das Styling Glamour, sondern auch durch die grelle Belichtung mit Schlagschatten, die an Prominentenfotografie durch Paparazzi erinnert. Die Quelle des Bildes konnte ich zwar nicht ausfindig machen, aber einen anderen interessanten Aspekt entdecken. Das Bild wird seit ungefähr einem Jahr (seit 2024) als eine zentrale Visualisierung einer bestimmten Aesthetic verwendet, der „Mob-Wife-Aesthetic“. Dabei geht es darum, den Kleidungsstil einer „Mafia-Braut“ nachzuahmen, der verrückt und obszön reich wirken soll.³⁷⁸

³⁷⁸ Vgl. Jordan Baird, „Mob-Wife: The Changing Landscape of Social Media’s Most Popular Aesthetics“, *THE GANNON KNIGHT*, <https://gannonknight.com/23887/arts-leisure/mob-wife-the-changing-landscape-of-social-medias-most-popular-aesthetics/>, Zugriff am: 18.08.2025.

Angesichts der intentionalen Auswahl der Thumbnail-Bilder scheint es naheliegend, dass diese Bilder einen Repräsentationszweck erfüllen. Auf der einen Seite findet sich eine sanfte, rosafarbene Version von Femininität, auf der anderen eine dunklere und verführerische. Dieser Dualismus evoziert in diesem Kontext sofort die beiden gegensätzlichen Arten von *feminine energy*: *dark* und *light feminine energy*. Die Gegenüberstellung dieser zwei ästhetischen Extrempole zeigt die visuelle Bandbreite von *feminine energy* und seine Art, sich Aesthetics ganz ungebunden zu bedienen. In ihrem dunkelroten Oberteil und der romantisch-fließenden Frisur sticht Guerins Figur im Mittelpunkt der Thumbnail-Collage heraus und ordnet sich keiner der beiden Pole ausdrücklich zu.

Inhalt

Viele Problematiken der patriarchal-kapitalistischen Gesellschaft werden angeführt, nur wird infolgedessen deren Ursache, das Fehlen von *feminine energy*, fehldiagnostiziert. So erklärt Guerin, die aktuelle Gesellschaft verkläre die Hustle-Culture in Form von Ehrgeiz und Produktivität, was Menschen allerdings zur Erschöpfung treiben würde.³⁷⁹ Die Mechanismen des neoliberalen Kapitalismus, in dem der soziale Aufstieg des Individuums durch harte Arbeit determiniert würde, werden hier entlarvt. Als nächstes stellt Guerin zur Debatte, weshalb hauptsächlich Frauen* von Burnout und Autoimmunerkrankungen betroffen wären.³⁸⁰ Guerin ist der Überzeugung, dass die mentalen und körperlichen Überbelastungen, die vermehrt Frauen* treffen, nicht von sozialen oder sogar biologischen Faktoren abhängen würden. Ihr Antwort auf das Problem ist simpel: „Because we're living in a way that goes against our natural energy.“³⁸¹ Zwar argumentiert sie immer wieder damit, dass „maskulines Verhalten“ gesellschaftlich eingeübt werden würde und spricht von einer Konditionierung, stellt diese aber einer „natürlichen“, nicht greifbaren, geschlechtlichen Essenz gegenüber. Ihren Zuhörer*innen versichert sie damit, dass mit ihnen nichts inhärent falsch sei und dass ihnen das schädliche Verhalten der dominanten *masculine energy* gelernt wurde – dass sie sich aber nun aktiv dafür entscheiden könnten, Glück, Erfüllung, ihre Libido und „soft life vibes“ wiederzufinden.³⁸²

Nachdem sie ihren Standpunkt deutlich gemacht hat, dass *feminine energy* in der Welt unterdrückt wird und ihr Ausleben alle Probleme von Frauen* lösen und heilen würde, erklärt sie die Bedeutung von *feminine energy* als „not a gender thing“.³⁸³

„What even is feminine energy? For starters, feminine and masculine energy exist in everyone, this is not a gender thing. That said though, most women naturally lean more feminine and most men naturally lean more masculine. But not always, that's just what's most common.“³⁸⁴

Diese Einstellung ist eine der größten Widersprüche, die im *feminine-energy*-Trend zu finden ist. Tatsächlich dient die Behauptung, *feminine* und *masculine energy* würden in jedem Individuum

³⁷⁹ Vgl. „The *Ultimate* Beginner's Guide to ACTIVATING FEMININE ENERGY“, TC 00:01:50.

³⁸⁰ Vgl. Ebd., TC 00:02:05.

³⁸¹ Ebd., TC 00:02:13.

³⁸² Vgl. Ebd., TC 00:03:08-00:04:08.

³⁸³ Ebd., TC 00:04:08.

³⁸⁴ Ebd., TC 00:04:08-00:04:23.

existieren, nur als Haftungsausschluss. Im nächsten Satz widerspricht sie dem bereits und behauptet, die meisten Frauen* würden dazu neigen „naturally [...] more feminine“ zu sein, Männer* eher „more masculine“. Hektisch fügt sie allerdings auch hier hinzu, es sei nicht immer so, nur häufig. Man benötige Harmonie, dann würde sich das Leben gut anfühlen, ein Ungleichgewicht führe zu negative Konsequenzen.³⁸⁵ Man müsse wie beim daoistischen Konzept von Yin und Yang eine individuelle Balance finden – allerdings bedeute das wegen der postulierten gesamtgesellschaftlichen Unterdrückung der *feminine energy*, dass sich Frauen* diese wieder aneignen müsste.³⁸⁶ Die Frage, die sich nun stellt: Wenn die ganze Welt nach *masculine energy* funktionieren würde und kein Mensch ein ausgeglichenes Leben führen könnte, ohne sowohl *feminine* als auch *masculine energy* zu verkörpern – warum werden dann explizit Frauen* im *feminine-energy*-Trend (oder zumindest in Guerins Inhalten) angesprochen? Müssten Männer* nicht dem Argument folgend ebenfalls *feminine energy* wiedererlernen, wenn sie ein besseres Leben führen wollen würden?

Auf die ersten Erläuterungen folgend klärt Guerin drei Fehlannahmen über *feminine energy* auf. Das zeugt davon, dass der Trend zu diesem Zeitpunkt bekannt genug ist, um vorurteilsbehaftet sein zu können. Diese inkludieren, erstens, dass *feminine energy* schwach und passiv sei, zweitens, dass man für sie mädchenhaft sein müsse und drittens, dass sie das Aufgeben von jeglichen Ambitionen voraussetzen würde. Guerin widerspricht allen ausführlich.³⁸⁷

Das restliche Video widmet sie fünf Tipps, die dabei helfen sollen, die eigene Energie in die *feminine energy* zu verschieben.³⁸⁸ Diese beinhalten, eine annehmende Haltung einzunehmen, der eigenen Intuition zu vertrauen, nicht zu jagen, Spontaneität zuzulassen und sich in den eigenen Körper fallenzulassen. Die Ratschläge in diesem Video sind hauptsächlich auf das Mindset und die Wahrnehmung von sich selbst und der Welt ausgerichtet. Während im vorhergehenden Video *10 Tiny Micro Habits to Increase Your Feminine Energy* auf der Mikroebene gearbeitet wird, geht es hier um das große Ganze. Dennoch bringt Guerin zu jedem Unterpunkt mehrere Beispiele, wie dieser sich konkret umsetzen ließe. Mit Phrasen wie „here’s what no one tells you“³⁸⁹ werden Vertrauensverhältnisse aufgebaut: Guerin positioniert sich als eine Person, die die ungefilterte Wahrheit sagt und Geheimnisse des Lebens lüftet.

Im ersten Punkt „let yourself receive“ startet Guerin mit einer Nacherzählung einer Szene aus ihrem Leben, in der sie selbst angebotene Hilfe abgelehnt hat. Sie meint, vielen Frauen* ginge es so, weil sie gelernt hätten, dass starke Frauen* selbstständig sein müssten und immer mehr geben als nehmen würden. Aber, so sagt sie: „here is the truth.“³⁹⁰ Das Leben werde durch die Kunst des Annehmens der

³⁸⁵ Vgl. Ebd., TC 00:05:04.

³⁸⁶ Vgl. Ebd., TC 00:05:30.

³⁸⁷ Vgl. Ebd., TC 00:05:48-00:08:57.

³⁸⁸ Vgl. Ebd., TC 00:08:57-00:18:14.

³⁸⁹ Ebd., TC 00:15:46.

³⁹⁰ Ebd., TC 00:10:11.

feminine energy leichter. Ihr Argument untermauert sie mit einer Anekdote aus ihrem Leben, als sie noch in ihrer *masculine energy* gewesen wäre. Sie bezeichnet ihre Unwilligkeit, im Supermarkt nach Hilfe zu fragen, als lächerlich und schließt mit einer Verallgemeinerung dieses Verhaltens auf alle Frauen* an. Guerin stellt ihren Zuseher*innen eine Aufgabe: Sie sollen bei der nächsten Gelegenheit Hilfe annehmen. Denn auch andere Menschen würden es gern sehen, wenn ihrer Hilfe mit Dankbarkeit begegnet würde. Durch diese „receiving, happy, grateful energy“ würde man gleichzeitig auch magnetischer auf andere zu wirken.³⁹¹

Der eigenen Intuition zu vertrauen, rät Guerin im zweiten Tipp. Guerin fragt ihr Publikum, wie oft sie schon etwas gefühlt hätten, bevor es einen Beweis dafür gab. Nach drei situativen Beispielen fügt sie hinzu, dass dieses Wissen von der Intuition ausgehen würde und man diese nicht weiter ignorieren solle. „The truth is“,³⁹² schließt sie an, dass in der Intuition die größte Macht der Frau* liegen würde, sie allerdings dazu geschult würden, an sich zu zweifeln, statt auf das Bauchgefühl zu hören. An dieser Stelle validiert sie die weibliche Erfahrung und fragt, wie oft ihre Zuseher*innen schon mit dem Vorwurf konfrontiert gewesen wären, überzureagieren, emotional oder verrückt zu sein. Das würde dazu führen, dass Frauen* sich selbst weniger vertrauen. Guerins nächste rhetorische Frage grenzt schon an Institutionskritik: Wer profitiere von diesem niedrigen weiblichen Selbstvertrauen? Allerdings lautet die Antwort in ihrem Video nicht das Patriarchat, sondern: „Somebody does, but it's not you.“³⁹³ Sie schließt mit dem Appell ab, anzufangen, bei kleinen Dingen auf das Bauchgefühl zu hören, um mehr in der *feminine energy* zu sein.³⁹⁴ Dieser Punkt spricht die Erfahrung mit Misogynie an, ohne dabei das Patriarchat als solches zu benennen. Wie bei vielen anderen Ansichten und Argumenten des *feminine-energy*-Raums werden Probleme indirekt benannt, aber Ursache und Lösung fehldiagnostiziert.

Im dritten Punkt hält Guerin ihr Publikum dazu an, „to stop chasing“. Darunter versteht sie den Versuch, etwas zu forcieren. Für die *masculine energy* sei diese Jagd belebend, für die *feminine energy* allerdings anstrengend. Guerin hält die Zuschauer*innen dazu an, darüber nachzudenken, wie oft sie etwas unbedingt wollten, aber erst bekommen haben, als sie lockerließen. Sie behauptet: „the energy of my reality completely shifted“³⁹⁵ und „that's not an accident, that is energy.“³⁹⁶ Um sich blickend fügt sie hinzu, sowohl andere Menschen als auch das Universum könnten diese Energie spüren. „Here's the truth“,³⁹⁷ startet sie zum wiederholten Male und erklärt, dass der Jagdmodus einen dazu bringe, nichts anderes als das Ziel zu sehen. Um das visuell zu untermalen, wird eine schwarze Vignette um ihr Gesicht eingeblendet. Müheloses Erreichen von dem, was eine Frau* will, wäre ihr nur durch *feminine energy* möglich. Eine solche Frau* würde sich auf sich selbst konzentrieren und ihre Energie und Zeit nur in

³⁹¹ Vgl. Ebd., TC 00:09:14-00:11:34.

³⁹² Ebd., TC 00:12:13.

³⁹³ Ebd., TC 12:33.

³⁹⁴ Vgl. Ebd., TC 00:11:34-00:13:13.

³⁹⁵ Ebd., TC 00:13:33.

³⁹⁶ Ebd., TC 00:14:03.

³⁹⁷ Ebd., TC 00:14:41.

Dinge investieren, die sich gut anfühlen würden. „It’s not luck, it’s alignment“,³⁹⁸ behauptet Guerin und suggeriert damit, dass Frauen* ihr Schicksal selbst in die Hand nehmen könnten.³⁹⁹ Damit verspricht sie Frauen*, sie könnten ihre Träume erreichen, indem sie weniger *masculine energy* zeigen und sich nicht wie ein Mann* verhalten würden.

Der vierte Trick, den Guerin anführt, lautet, Spontaneität zu erlauben – denn Kontrolle sei nur eine Illusion. Das Leben hätte einen Weg, jeden Plan umzuwerfen. Krampfhaftes Kontrollieren würde auslaugen und unglücklich machen. Das Beste passiere dann, wenn man der *feminine energy* Raum zum Fließen lasse und sie nicht durch Mikromanagement blockiere. Zur Unterstützung dieses Arguments bringt Guerin Beispiele für spontane Entfaltungen und Optionen, in der Zeitplanung Platz für Spontaneität und Spaß zu lassen. Zwar meint sie, jeder Mensch brauche Struktur, allerdings solle man der *feminine energy* freien Lauf und sich selbst leben lassen.⁴⁰⁰ Dieses Argument geht von einer kontrollsüchtigen Frau* aus, die ihr Leben akribisch plant und optimiert und kann als Anti-Hustle-Culture-Appell gedeutet werden.

Fünftens wird geraten: „drop into your body“. ⁴⁰¹ Man dürfe laut Guerin für eine Verbindung mit der *feminine energy* nicht im Kopf stecken bleiben und sich stattdessen auf den Körper, sein Fühlen und Erleben fokussieren. Das erreiche man mit einfachen Praktiken: Tanzen, Spaziergänge in der Natur, Hautpflege, Massagen, Pilates, Meditation, sich sonnen oder gut essen seien Beispiele dafür, wie man sich präsent fühlen könne. ⁴⁰² Da diese ein bestimmtes Bild kreieren, ist es bedeutsam, welche Beispiele gewählt wurden. Auch andere Formen der Körperbewegungen können den angezielten Flowzustand auslösen. Dass sich unter den angeführten Körperpraktiken männlich konnotierte Sportarten wie Krafttraining, Teamsport oder Golf nicht wiederfinden, kann als eine Aussage über das hier vermittelte und reproduzierte Weiblichkeitsbild gelesen werden.

In ihrem Endplädoyer unterstreicht Guerin nochmal ihre Begründung, warum *feminine energy* für ein besseres Leben notwendig sei. ⁴⁰³ Es sei eine Option, weiterhin in der *masculine energy* zu bleiben und sich dadurch alles schwerer zu machen – oder „you can tap into something that’s been within you this entire time“. ⁴⁰⁴ Diesen Prozess lässt sie sehr leicht klingen und ergänzt, dass diese Praxis Frauen* zehnmal macht- und kraftvoller machen würde. Es ginge nicht darum, sich bloß feminin zu fühlen. Sondern darum, sich glücklich, sexy, mutig, magnetisch, selbstbewusst, gelassen, vertrauensvoll und genießerisch durch das Leben zu bewegen – statt gestresst, ausgelaugt und erzwungen. ⁴⁰⁵ All diese Adjektive weisen auf Querverbindungen zu Confidence Culture, Happiness Industry, Spiritualität und

³⁹⁸ Ebd., TC 00:15:13.

³⁹⁹ Vgl. Ebd., TC 00:13:13-00:15:20.

⁴⁰⁰ Vgl. Ebd., TC 00:15:20-00:17:06.

⁴⁰¹ Ebd., TC 00:17:06-00:18:14.

⁴⁰² Vgl. Ebd.

⁴⁰³ Vgl. Ebd., TC 00:18:14-00:18:57.

⁴⁰⁴ Ebd., TC 00:18:24.

⁴⁰⁵ Vgl. Ebd., TC 00:18:34.

Wellness-Trends hin. Diese Zusammenhänge bieten auch Erklärungsansätze dafür, warum eine stressreduzierende Technik der Selbstverbesserung explizit an Frauen* vermarktet wird.

Im Outro bewirbt Guerin wieder ihren „AWAKEN YOUR FEMININE ENERGY“-Kurs, der tiefgehender in die Materie führen soll. Das Video sei nur ein Einstieg und ihr Kurs könne besser dabei helfen, diesen Lebensstil wirklich zu leben, statt nur darüber nachzudenken. Den darin mitschwingenden Vorwurf, Zuseher*innen des Videos würden ihre Lebensveränderung mit *feminine energy* ohne Teilnahme am Kurs nicht ernsthaft angehen, verschleiert sie mit einem Lächeln. Zuletzt bedankt sie sich für das Ansehen des Videos und verabschiedet sich.⁴⁰⁶

Alle fünf Strategien zur Aktivierung der *feminine energy* sind auf eine Änderung des je eigenen Verhaltens ausgelegt. Sie implizieren, dass die angesprochene Frau* etwas in ihrem Leben falsch mache, und lösen Gefühle von Unzulänglichkeit oder einem Mangel aus. Influencer*innen wie Guerin tragen ihre eigenen Lebens- und Leidensgeschichten vor, gestehen, wie sie selbst einmal waren und erklären, warum sie sich der präsentierten Techniken bedient haben, um ihre Lebenslage zu verbessern. Eine negativ wahrgenommene Situation wird durch das Geständnis gleichzeitig validiert und als selbstverschuldeter Mangel festgestellt, der Behebung erfordert.⁴⁰⁷ Diese Bekenntnisse erschaffen ein Vertrauensverhältnis sowie ein Verwandtschafts- und Gemeinschaftsgefühl.⁴⁰⁸ Das eigene Handeln wird als veränderbar und als der einzige Ausweg markiert. In ihrer Rhetorik grenzt Guerin ein Wir, als Personen, die *feminine energy* ausleben (wollen), von einem Sie, als Leute, die mehr *masculine energy* zeigen, ab: „masculine energy goes out and gets what they want, they chase, they pursue“.⁴⁰⁹

Für die Erklärung der Problemlage nimmt sich Guerin in diesem Video ausführlich Zeit. Auf Basis wissenschaftlicher Daten und Krankheitsstatistiken argumentiert sie und geht dann subtil zu ihren eigenen Schlüssen und Lösungen über. So rechtfertigt sie die Theorie der *feminine energy* durch Verwissenschaftlichung. Um weitere Überzeugungsarbeit zu leisten, führt sie drei Fehlvorstellungen an, die *feminine energy* mit weiblicher Schwäche, mädchenhaftem Auftreten und dem Aufgeben von Ambitionen in Verbindung setzt und versucht so, gegen die 2025 erstarkende Kritiken zu arbeiten.

4.1.4 Kontextualisierung durch Rezeption

„So many things I have been doing wrong. Never too late to start.“⁴¹⁰ Das kommentiert ein*e Nutzer*in selbstreflektierend unter dem Video *10 Tiny Micro Habits to Increase Your Feminine Energy* – das Denken in den binären Kategorien von richtig und falsch zeigt sich dabei. Obwohl mir bei der Durchsicht der Kommentarspalte vorwiegend unterstützende Kommentare untergekommen sind, zeigen sich auch Äußerungen von Unsicherheit, Hass und Kritik – von ca. 1500 Kommentaren sind das

⁴⁰⁶ Vgl. Ebd., TC 00:18:57-00:19:18.

⁴⁰⁷ Vgl. Tiusanen, „Feeling grateful, kind, and empowered“, S. 3697.

⁴⁰⁸ Vgl. Ebd., S. 3690f.

⁴⁰⁹ „The *Ultimate* Beginner’s Guide to ACTIVATING FEMININE ENERGY“, TC 00:04:30.

⁴¹⁰ Kommentar von @marianalar1 „10 Tiny Micro Habits to Increase Your Feminine Energy“ Nr. 912.

allerdings weniger als 100, wobei bedacht werden muss, das Content-Creator*innen Kommentare unter ihren Videos auch löschen können.

Die ökonomische und familiäre Lebenslage, mentale und physische Gesundheit, Neurodivergenz sowie andere Menschen werden als Einschränkung und Hürde der Auslebung von *feminine energy* verstanden. Ein*e Kommentator*in spricht von Schwierigkeiten mit der *feminine-energy*-Praxis durch ADHS.⁴¹¹ Eine andere Person beschwert sich, es sei für sie finanziell nicht möglich, ihre Aktivitäten nicht zu monetarisieren, wie Guerin es vorschlägt, und endet mit der Feststellung: „[...] Femininity is a privilege of the upper class.“⁴¹² Damit wird die fehlende Intersektionalität und klassistische Ungerechtigkeit angesprochen, die hier aufrechterhalten wird. Dass der Tipp, sich Türen öffnen zu lassen, davon abhängig ist, dass jemand anderes diese auch für einen aufhält, macht ein*e Nutzer*in in einer Anklage der Unaufmerksamkeit von Männern* deutlich.⁴¹³

Am Beispiel des Hüftschwung-Rates⁴¹⁴ lässt sich der Umgang mit *feminine energy* illustrieren. Einige Zuschauer*innen fühlen sich in ihrer Identität bestärkt, da sie den Tipp bereits praktizieren, oder bestätigen seine Wirksamkeit durch ihre eigene Lebenserfahrung.⁴¹⁵ Andere wiederum sind skeptischer und bringen Bedenken über die Eleganz,⁴¹⁶ die persönliche Sicherheit⁴¹⁷ und Gesundheit⁴¹⁸ auf. Die Wirksamkeit des Hüftschwungs für die *feminine energy* wird allerdings kaum hinterfragt.

Zur Debatte wird außerdem gestellt, warum die Ratschläge vergeschlechtlicht werden. Zum einen seien sie sowohl für Männer* als auch für Frauen* anwendbar, zum anderen sei diese Herangehensweise viel binärer gedacht, als Gender eigentlich ist.⁴¹⁹ Höflich wird darauf hingewiesen:

„The most of these tips are great to improve your life. But why does it have to be under the name of ‚feminine energy‘? For me, it doesn’t make sense to split or judge an individual growing process of a person, in to [sic!] categories like feminine and masculine. [...]“⁴²⁰

An anderen Stellen schlägt die Kritik einen harscheren Ton an⁴²¹ und wird als direkte Anklage formuliert: „You make women sound brain dead“.⁴²² Es wird sogar ein Vergleich mit der Manosphere gezogen.⁴²³

Wie aus den Kommentaren zu entnehmen ist, enthalten Guerins Videos viele Ratschläge, die ohne die auf Frauen* gezielte Kommunikation grundsätzlich gute Ideen sein könnten. Eine der Problematiken

⁴¹¹ Vgl. Kommentar von @SweetPerfumeGirl ebd. Nr. 841.

⁴¹² Kommentar von @dianeaishamondy9125 ebd. Nr. 485.

⁴¹³ Vgl. Kommentar von @AineBoshell ebd. Nr. 701.

⁴¹⁴ Vgl. Ebd., TC 00:00:23-00:02:00.

⁴¹⁵ Vgl. Kommentar von @iyengarromasha „10 Tiny Micro Habits to Increase Your Feminine Energy“ Nr. 1073.

⁴¹⁶ Vgl. Kommentar von @jeniferjohnson374 ebd. Nr. 790.

⁴¹⁷ Vgl. Kommentar von @wradraws ebd. Nr. 481.

⁴¹⁸ Vgl. Kommentar von @daifukurinn ebd. Nr. 1456.

⁴¹⁹ Vgl. Kommentar von @quibusquabus ebd. Nr. 709.

⁴²⁰ Kommentar von @bluea3183 ebd. Nr. 455.

⁴²¹ Vgl. Kommentar von @NateWilliams-dn7nf ebd. Nr. 516. Kommentar von @fennecxx1 ebd. Nr. 327.

⁴²² Kommentar von @abigailowes4290 „10 Tiny Micro Habits to Increase Your Feminine Energy“ Nr. 689.

⁴²³ Vgl. Kommentar von @NateWilliams-dn7nf ebd. Nr. 515.

bei den *feminine-energy*-Positionen liegt allerdings in ihrer Vergeschlechtlichung, was die Ratschläge wiederum zu einer Performanz von Geschlecht werden lässt. Im Anschluss wird Guerins Position in das vielfältige Meinungsfeld des *feminine-energy*-Diskurses eingeordnet. Welche Narrative und gesellschaftlichen Dynamiken finden darin Ausdruck?

4.2 Der Diskurs um *feminine energy*

Zwar ist *feminine energy* ein aktueller Online-Trend, allerdings bei weitem kein neuer Gedanke. Legitimierungsversuche und Biologisierung der binären Geschlechterordnung zur Untermauerung des patriarchalen Systems erfolgen schon seit dessen Bestehen. Ein historisches Beispiel unter vielen ist Weiningers *Geschlecht und Charakter* von 1903, das in Kapitel 2.1.2 diskutiert wurde: Ein Buch, in dem die sexistische Denunziation der Frau* und ihres behaupteten einförmigen Charakters durch langatmige pseudowissenschaftliche Erklärungen vollzogen wird⁴²⁴ – ähnlich wie in der Manosphere. Die Rückkehr zu binär-limitierten Geschlechterbildern zeigt sich auch in anderen Trends wie TradWife, die sich an eine veraltete Hausfrauen- und Weiblichkeitsvorstellung anlehnen und diese online verbreiten. Der sich darin äuernde Antifeminismus und das Vertreten von „traditioneller“ Genderbinarität sind einende Faktoren von konservativen, rechten und neofaschistischen Gruppierungen.⁴²⁵ Angesichts dieser Entwicklungen ist es notwendig, einen kritischen Blick auf jene Ideen zu werfen, die Welterklärungsversuche mit vergeschlechtlichter Sprache starten.

Um sich zu rechtfertigen, referenziert *feminine energy* die chinesische Philosophie oder biologische Unterschiede der Geschlechter wie schon Weininger vor mehr als 120 Jahren.⁴²⁶ Trotzdem wird es als neues Konzept vermarktet. Das grundsätzliche Problem, dass die neoliberal-kapitalistische Gesellschaft auf der Universalisierung patriarchal-männlicher Ideale aufgebaut ist, wird erkannt. Die Diagnose der Ursache wird allerdings generisch auf Ebene des Individuums gestellt, meist ohne die dahinterliegenden Strukturen zu benennen: Die meisten Frauen* hätten einfach zu viel *masculine energy*. Als Allheilmittel wird schließlich *feminine energy* angeboten, dessen Verkörperung das Leben automatisch leichter und glücklicher mache. Die Ideen tragen den Deckmantel feministischer Selbstermächtigung – die Rede ist von weiblicher Macht, Selbstliebe und Selbstbewusstsein. Schlussendlich würden sich die Anleitungen zu einem besseren Leben, die die *feminine-energy*-Influencer*innen zu liefern behaupten, laut Cosmopolitan Redakteurin Alexandra Brechlin als simplifizierte Weltvorstellungen und toxische Weiblichkeit entpuppen.⁴²⁷

Die verschiedenen Problematiken, die sich in diesem Format des Life Coachings auftun, sollen nun durch genauere Analyse des *feminine-energy*-Trends herausdestilliert werden. Wie wird inhaltlich mit

⁴²⁴ Vgl. Hilmes, *Die Femme fatale*, S. 45f.

⁴²⁵ Vgl. Mattheis, „#TradCulture“, S. 91.

⁴²⁶ Vgl. Weininger, *Geschlecht und Charakter*, S. 240.

⁴²⁷ Vgl. Alexandra Brechlin, „Divine Feminine: So toxisch ist der TikTok-Trend wirklich“, *Cosmopolitan* 26.09.2023, <https://www.cosmopolitan.de/divine-feminine-so-toxisch-ist-der-tiktok-trend-wirklich-132998.html>, Zugriff am: 02.04.2025.

feminine energy argumentiert? An welche Narrative und Begründungsstrukturen schließt sie an? Mit welchen Denkmustern, Ideologien und Aesthetics ist der Trend verbunden, wie ist er im Social-Media-Diskurs zu situieren? Welche vergeschlechtlichten Strategien der Selbstführung werden hier präsentiert?

Um diese Fragen zu erforschen, sichtete ich den *feminine-energy*-Korpus bestehend aus 165 YouTube-Videos. Im folgenden Kapitel werden Problematiken und Paradoxien analysiert, die ich im *feminine-energy*-Trend beobachten konnte: Die Influencer*innen widersprechen sich sowohl selbst als auch gegenseitig. Diese Erkenntnisse werden mit den Phänomenen und theoretischen Konzepten aus Kapitel 2 in Verbindung gebracht. Im Anschluss wird die Kritik am Trend gezeigt: Dazu bespreche ich fünf Artikel, eine Podcastepisode sowie vier kritische YouTube-Videos über *feminine energy*.

Übergeordnet wird mit *feminine energy* Selbsthilfe angeboten, die Formung und Verbesserung der eigenen Person in Bezug auf Weiblichkeit steht im Zentrum. Darunter findet sich eine ganze Reihe von Dating-Ratgebern – auch in vielen Lebensberatungs-Inhalten schwingt Beziehungsrat durch die Polarität mit der *masculine energy* mit. Die Subjektivität des Konzepts zeigt sich in den unterschiedlichen Meinungen. Es ist undeutlich und vage, sodass es möglich ist, es als ästhetisches Schema, als esoterische Praxis, im säkularen Lebensführungscoaching oder in religiös-konservativen Werbungen für Natürlichkeit von Geschlecht einzusetzen. Mit der Behauptung, andere hätten die Idee falsch verstanden, kann *feminine energy* in unterschiedlichen Kreisen Anklang finden.

New-Age-Spiritualität und davon inspiriertes Life Coaching hat einen starken Einfluss auf *feminine energy*. Dieses wird vor allem in der Selbstverbesserungsrhetorik ersichtlich, die vom „höchsten Selbst“ und persönlicher Transformation spricht. Zugunsten eines individualistischen Bestrebens wird die sozial-kollektive Ebene ausgeblendet.⁴²⁸ Die neoliberale Marktlogik von New Age wird bei *feminine-energy*-Influencer*innen deutlich. Um das „beste Leben“ zu erreichen, müsse man bloß die kostenpflichtigen Coachings der Influencer*innen besuchen – unmögliche Versprechen werden kommodifiziert und Selbsthilfe wird zum Geschäftsmodell. Sie bietet ein alternatives Glaubenssystem für jene an, die von anderen Religionen und der Welt enttäuscht wurden.⁴²⁹

Im Appell der Selbstverbesserung schwingt das neoliberale Makeover-Paradigma mit, das in Phrasen wie „reinvent yourself“⁴³⁰ zur Geltung kommt. Auch an der in *feminine energy* prävalenten „Naturalisierung und attraktive[n] Besetzung der sexuellen Differenz“⁴³¹ wird Seier zufolge der Zusammenhang von Geschlechterdifferenz mit gouvernementaler Selbstregierung erkennbar.⁴³² Die Rückkehr zu rigideren Geschlechterverhältnissen und Genderessentialismus liegt im Zeitgeist. Nach der fatalistischen Ansicht des reaktionären Feminismus, dem meiner Ansicht nach auch das Phänomen der

⁴²⁸ Vgl. Redden, „The New Agents“, S. 50.

⁴²⁹ Vgl. Ebd., S. 36.

⁴³⁰ Hashtags, „The *Ultimate* Beginner’s Guide to ACTIVATING FEMININE ENERGY“.

⁴³¹ Seier, *Mikropolitik der Medien*, S. 175.

⁴³² Vgl. Ebd.

feminine energy zuzuordnen ist, ist die Genderordnung unveränderbar. Aus diesem Grund müsse sich die Frau* in eigenem Überlebensinteresse in dieses System eingliedern – eine regressive Idee wird als erstrebenswert gerahmt.⁴³³ Die Akzeptanz des eigenen Geschlechts und des ungerechten Systems würde zur Verbesserung der Lebensumstände beitragen.⁴³⁴ Wie im TradWife-Trend wird auch hier die Passivierung und Benachteiligung der Frau* als ihre eigene Entscheidung dargestellt.⁴³⁵ Sowohl von popfeministischer als auch von konservativer Seite wird Genderessentialismus gefördert – und sie alle bedienen sich dem Konzept der *feminine energy*. Das folgende Kapitel wird die vielseitigen Bedeutungen, Argumentationen und Widersprüche des Trends aufschlüsseln und analysieren.

4.2.1 Balance mit Yin & Yang

Mit dem der chinesischen Philosophie entlehnten Konzept von Yin und Yang wird das Zusammenwirken von *feminine* und *masculine energy* verbildlicht.⁴³⁶ Es dient als Ausgangspunkt einer pauschalen Argumentation für die Gültigkeit von *feminine energy* und als historische Legitimierung. Das Symbol wurde zuvor bereits von der spirituellen New-Age-Bewegung übernommen und abstrahiert.⁴³⁷ Der farblich konträr in zwei Hälften geteilte Kreis steht für den harmonischen Dualismus. Das schwarze Yin repräsentiert die *feminine Energie*, das weiße Yang die *maskuline*,⁴³⁸ wobei die beiden Seiten in den YouTube-Erklärungen immer wieder verwechselt werden. Die Verwendung des Symbols zeigt, mit welchen Mitteln versucht wird, *feminine* und *masculine energy* als „natürliche Harmonie“ zu rahmen und deutet auf die New-Age-Wurzeln des Trends hin.

Bei genauerer Betrachtung ergeben sich Verwirrungen und Fragen: Wäre jeder Mensch ein vollkommener Kreis, so würde ein Bild wie Yin und Yang bedeuten, dass die Energien in jedem gleichmäßig gewichtet wären. Das würde allerdings das Argument der 80/20-Regel zunichtemachen, die hier besagt, die meisten Männer* hätten 80 Prozent *maskuline Energie* und 20 Prozent *feminine Energie* und Frauen* umgekehrt.⁴³⁹ Wie Influencerin Fera Soleil (@FERALUXE) argumentiert, würde eine exakte Balance von 50 zu 50 Prozent der Energien das Grundprinzip Polarität unterwandern.⁴⁴⁰ Nach dieser Logik von Polarität wären einzelne Personen allein unvollständig und nur durch eine komplementär-energetischen Partnerschaft erfüllt, was allerdings wiederum mit der emanzipatorischen Aussage unstimmtig wäre.⁴⁴¹ Wenn Balance, wie behauptet, das Ziel wäre, so müsste der *feminine-*

⁴³³ Vgl. Kay, „The reactionary turn in popular feminism“, S. 7.

⁴³⁴ Vgl. Ebd., S. 10.

⁴³⁵ Vgl. Mattheis, „#TradCulture“, S. 99.

⁴³⁶ Vgl. „The *Ultimate* Beginner’s Guide to ACTIVATING FEMININE ENERGY“, TC 00:04:40.

⁴³⁷ Vgl. Michael York, *The A to Z of New Age Movements*, Lanham: Scarecrow Press 2009, S. 203.

⁴³⁸ Vgl. Ebd.

⁴³⁹ Vgl. „RELATIONSHIPS: the NO B.S. guide to masculine & feminine ENERGY“, TC 00:02:15. „How To STAY in Your Feminine Energy Even When You are TRIGGERED by a Man“, R.: Lisa Glamour, 14.10.2024, <https://www.youtube.com/watch?v=EKdPH-Ay3SI>, Zugriff am: 07.09.2025, TC 00:16:40.

⁴⁴⁰ Vgl. „The Physiology of Feminine Energy“, R.: Fera Soleil, FERALUXE 23.03.2023, https://www.youtube.com/watch?v=qc0kRRv1Q_g, Zugriff am: 17.11.2025, TC 00:02:50.

⁴⁴¹ Vgl. „how to step into dark feminine energy“, R.: Lana Vish, 31.10.2023, <https://www.youtube.com/watch?v=s2Ku-hvGVmQ>, Zugriff am: 17.11.2025, TC 00:11:05.

energy-Rat explizit an Männer* gerichtet werden, die mit 80 Prozent einen enormen Überschuss an *maskuliner Energie* hätten. Doch statt die 80/20-Aufteilung zu nivellieren, wird sie naturalisiert: Die Inhalte werden hauptsächlich an Frauen* adressiert. Es wird davon ausgegangen, Frauen* würden unter einem Mangel von *feminine energy*, nicht *masculine energy* leiden – was dem Argument, Frauen* hätten auf „natürliche“ Weise mehr *feminine energy*, eigentlich widerspricht. Die gesellschaftlich dominante *maskuline Energie* wird als das Problem konstruiert:

„We live in a highly masculinized world where the masculine is praised. [...] So when young girls grow up in this type of world, they learn to kind of shut down their innate feminine energy and bring out more of the masculine energy so they can fit in, be accepted, be respected.“⁴⁴²

Die Vermännlichung der Gesellschaft führe zu einem Ungleichgewicht, dem mit *feminine energy* auf individueller Ebene entgegengearbeitet werden müsse. Guerin präsentiert das Wieder-Aneignen von *feminine energy* als ein Akt des Empowerments, beinahe als Rebellion gegen den Status Quo. Typisch für post- und popfeministische Inhalte wird das Patriarchat dabei nicht beim Namen genannt. Ungleichheit wird zwar anerkannt, auf struktureller Ebene allerdings nicht behandelt.⁴⁴³

Feminine energy zu leben sei eine Frage des Wohlbefindens⁴⁴⁴, aber auch der Gesundheit.⁴⁴⁵ Indem sie *feminine energy* mit Östrogen und *masculine energy* mit Testosteron gleichsetzt, argumentiert Soleil, dass ein hohes Level von *feminine energy* für eine „gesunde, optimal funktionierende“ Frau* notwendig sei.⁴⁴⁶ Wenn eine Frau* zu viel in der *masculine energy* wäre, sei das ein Zeichen für eine *wounded feminine energy*, die zu einer *divine feminine energy* geheilt werden müsse, so *feminine-energy*-Coach Alexis Smith (@awwlexis).⁴⁴⁷ *Divine feminine energy* wird als die Idee einer „gesunden“ Femininität Authentizität gleichgesetzt.⁴⁴⁸

Nicht nur findet durch diese Argumentation eine Essentialisierung von Gender und Pathologisierung abweichender Performanz statt. Vielmehr dient das Streben nach Glückseligkeit, das Maximieren von Balance und Wohlbefinden Davies zufolge dem Erhalt des Kapitalismus.⁴⁴⁹ Durch Konzept der Work-Life-Balance soll es möglich gemacht werden, gleichzeitig Produktivität und Arbeitsmotivation wie auch die Geburtenrate zu erhöhen, was Ressourcen in Form von „Humankapital“ für den Markt reproduziert.⁴⁵⁰ Stefan Paulus bezeichnet dies als „Regulierung von Geschlechterverhältnissen und Bevölkerungsentwicklungen“.⁴⁵¹ Private Erfüllung (in Form von Mutterschaft) und professionellen

⁴⁴² „HOW TO ACTIVATE YOUR FEMININE ENERGY *life changing*“, TC 00:01:57.

⁴⁴³ Vgl. Banet-Weiser, *Empowered*, S. 93.

⁴⁴⁴ Vgl. „HOW TO ACTIVATE YOUR FEMININE ENERGY *life changing*“, TC 00:02:31.

⁴⁴⁵ Vgl. „The Physiology of Feminine Energy“, TC 00:14:11.

⁴⁴⁶ Vgl. Ebd., TC 00:05:07.

⁴⁴⁷ Vgl. „Healing Wounded Feminine Energy“, TC 00:18:25.

⁴⁴⁸ Vgl. Ebd., TC 00:03:30.

⁴⁴⁹ Vgl. Davies, *The happiness industry*, S. 4f.

⁴⁵⁰ Vgl. Stefan Paulus, *Das Geschlechterregime: Eine intersektionale Dispositivanalyse von Work-Life-Balance-Maßnahmen*, Bielefeld: transcript Verlag 2014, S. 13, 429f.

⁴⁵¹ Ebd., S. 13.

Erfolg zugleich zu haben, entspricht dem Ideal des neoliberalen Feminismus.⁴⁵² *Feminine energy* arbeitet mit dem Versprechen einer besseren Work-Life-Balance und Entschleunigung, nach der sich unter dem Leistungsdruck gesehnt wird. Selbstüberwachung, die für die spezifische und kontinuierliche Performanz von *feminine energy* nötig ist, wird aufgrund der Aussicht auf Zufriedenheit und Freude in Kauf genommen.⁴⁵³ In der Forderung nach Balance steckt die Forderung nach funktionierenden Teilnehmer*innen des neoliberalen Kapitalismus und nach Einordnung in eine patriarchale Struktur.

4.2.2 Essentialistische Geschlechterbinarität

Die behauptete Basis von *feminine energy* ist die „Natur“ des Menschen. Die Biologisierung von Gender ist keine neue Legitimierungsstrategie: „Natürlich“ seien Männer* und Frauen* unterschiedlich, das zeige sich in der körperlichen Physiologie und so sei es auch mit den Energien. Soleil empört sich über den intersektionalen Feminismus: „It is apparently politically incorrect to say that men and women have differences now in 2023, but it’s true and that is, that’s the truth of it.“⁴⁵⁴

Dieses genderessentialistische Gedankengut hat eine lange Tradition, wie bereits in Kapitel 2.1 dargelegt. Die Reproduktion der Unterschiede zwischen Mann* und Frau* scheint in Online-Räumen einen Aufschwung zu erfahren. Die „menschliche Natur“ wird in der Manosphere als determiniert betrachtet,⁴⁵⁵ ein Gedanke, der binäre Geschlechterrollen legitimiert. Zur pseudowissenschaftlichen Untermauerung dessen wird sich in Red-Pill-Räumen auf die Evolutionspsychologie berufen.⁴⁵⁶ Antifeminismus teilt sich die Manosphere mit der TradWife-Community, die eine nostalgische Idee der „traditionellen“ Kernfamilie, also eines heteronormativen (weißen) Paares mit biologischen Kindern, inszeniert.⁴⁵⁷

„This is not a gender thing“, behauptet Guerin in ihrer Erklärung von *feminine energy* und fährt kontradiktorisch fort, „that said though, most women naturally lean more feminine and most men naturally lean more masculine.“⁴⁵⁸ Nicht nur sie stellt diese Art von Haftungsausschluss ihren Videos voraus. Auch How-To-Influencer Clark Kegley (@clarkkegley) beginnt seinen „No B.S. Guide“ von *feminine energy* damit zu erklären, dass es sich um ein von Gender separates Phänomen handle und nimmt Kritik vorweg: „I know some people are getting ready to type some comments down there. Chill out. This video has nothing to do with sexual orientation, with gender, with roles“⁴⁵⁹ Diese Relativierungen sind spannend: Weshalb würde man das Konzept vergeschlechtlichen, wenn es nicht so

⁴⁵² Vgl. Rottenberg, „The Rise of Neoliberal Feminism“, S. 428.

⁴⁵³ Vgl. Davies, *The happiness industry*, S. 7.

⁴⁵⁴ „The Physiology of Feminine Energy“, TC 00:04:07.

⁴⁵⁵ Vgl. Van Valkenburgh, „Digesting the Red Pill“, S. 89.

⁴⁵⁶ Vgl. Ebd., S. 85f.

⁴⁵⁷ Vgl. Mattheis, „#TradCulture“, S. 91.

⁴⁵⁸ „The *Ultimate* Beginner’s Guide to ACTIVATING FEMININE ENERGY“, TC 00:04:12.

⁴⁵⁹ „RELATIONSHIPS: the NO B.S. guide to masculine & feminine ENERGY“, TC 00:01:05.

gemeint ist? Ist es nicht paradox, dass der meiste *feminine-energy*-Content spezifisch an Frauen* vermarktet wird, wenn er nichts mit Geschlecht zu tun hätte?

Das führt zu einer Kernproblematik des Trends: Er behauptet zwar, nichts mit Gender zu tun zu haben, das wird in der vergeschlechtlichten Sprache und den vorgeschlagenen Praktiken allerdings nicht deutlich. Eher werden stereotypische Rollenbilder reproduziert. Gender wird nach Butler durch performative Akte konstituiert und entsteht in der Handlung. Als eine vergeschlechtlichte Performanz bringt *feminine energy* Gender hervor und muss damit zwangsläufig etwas mit Gender zu tun haben.⁴⁶⁰ Die Performanz von *feminine energy* stellt einen „differenzierende[n] Habitus“⁴⁶¹ her und wiederholt hegemoniale Machtverhältnisse.⁴⁶² Das Naturalisieren eines essenziellen Kerns von binärem Gender würde nach Butler die Fluidität von Gender verleugnen und zur Herstellung sozialer Kontrolle dienen.⁴⁶³

In dem Interview mit Guerin bezeichnet Margarita Nazarenko ihre eigenen Inhalte in erster Linie als Verhandlung von „what it is to be a woman, a modern woman“⁴⁶⁴ – erst ihre Zuseher*innen bezeichneten es als *feminine energy*, was sie als Bezeichnung übernahm.⁴⁶⁵ In weiterer Folge klagt sie über den Vorwurf, dass ihre Sprechweise zu maskulin sei und die gepredigte *feminine energy* (anders als Guerin) nicht widerspiegeln würde.⁴⁶⁶ Nazarenko verteidigt sich mit einer Differenzierung von Arbeit und privatem Selbst: „I’m masculine to you, I’m not masculine to like my husband, okay, it’s different“.⁴⁶⁷ Hier zeigt sich ihre Ansicht von *feminine energy* als bloßes Instrument, um zwischenmenschliche Beziehungen zu steuern, vor allem die zu ihrem Ehemann. Mit *masculine energy* in ihrem Job sieht sie kein Problem, denn „when you’re teaching you can be quite in your masculine because you are forward trajectory“.⁴⁶⁸ Die Ungereimtheiten in dieser Logik zeigen nicht nur die arbiträren Regeln und Abgrenzungen im Trend selbst, sondern auch die Instrumentalisierung von *feminine energy* zur Generierung von Aufmerksamkeit in den Sozialen Medien. Nazarenko demonstriert die Doppelmoral von Influencer*innen, die ein bestimmtes Weiblichkeitsbild befürworten, das sie ihrer eigenen Definition nach selbst nicht erfüllen.

Eine Frau*, die sich verhält, wie es die *feminine energy* verlangt, kann zu einer Frau* werden, die sich duldsam und still leiten lässt. Sie soll sich zwar selbstverwirklichen, aber auf eine Art, die sie gefällig macht und in der sie sich freiwillig dem Handeln entzieht. Sie möchte schließlich das „beste Selbst“ sein und ihr „bestes Leben“ führen, deshalb solle sie sich in einer Beziehung zu einem Mann* lieber jagen lassen, sich zurücklehnen und warten. Bei Guerin wird zwar nicht explizit ausgesprochen, dass sich eine

⁴⁶⁰ Vgl. Butler, „Performative Acts and Gender Constitution“, S. 360.

⁴⁶¹ Bourdieu, *Die männliche Herrschaft*, S. 99.

⁴⁶² Vgl. Ebd., S. 102.

⁴⁶³ Vgl. Butler, „Performative Acts and Gender Constitution“, S. 358f.

⁴⁶⁴ „Navigating Masculine and Feminine Dynamics using Feminine Energy with Jillian Guerin“, TC 00:41:30.

⁴⁶⁵ Vgl. Ebd.

⁴⁶⁶ Vgl. Ebd., TC 00:41:40.

⁴⁶⁷ Ebd.

⁴⁶⁸ Ebd.

Frau* in einer Beziehung passiv verhalten soll, in einigen Tipps auf der Mikroebene wird das allerdings impliziert. Auf ritterliche Höflichkeit, z. B. in Form des Türenöffnens⁴⁶⁹, zu bestehen, zeugt von einem veralteten Beziehungs- und Geschlechterbild, bei dem es in männlicher Hand liegt zu agieren. Ein*e User*in führt den Brauch auf die Idee von geschlechtsabhängiger physischer Kraft zurück und kommentiert unter Guerins Video: „[...] Why can't you be feminine and open the door for him? Can't you see how that perpetuates the idea that women are weaker than men?“⁴⁷⁰

Präskription und Deskription der Geschlechterstereotype werden im *feminine-energy*-Trend deutlich. Geschlecht wird scheinbar in seiner optimalen Ausführung beschrieben und dabei gleichzeitig als eine Verhaltenserwartung konstruiert. Hier wird eine Stereotypisierung vollzogen, die Verhaltensvorstellungen des Kollektivs auf das Individuum projiziert und dessen Umsetzung verlangt.⁴⁷¹

Schwäche und Passivität sind Teil der femininen Ästhetik unter dem männlichen Blick.⁴⁷² Da es sich bei *feminine energy* um ein Konzept handelt, das selbstermächtigend wirken soll, muss darin mit diesem Weiblichkeitsstereotypen umgegangen werden. Es wird versucht, die patriarchale Vorstellung von Femininität zu untergraben. So startet YouTuberin Jasmyne Theodora (@jasmynetheodora) ihr Video *How To RADIATE Feminine Energy *life changing**⁴⁷³ mit dem defensiven Statement, *feminine* und *masculine energy* seien komplementäre Energien, von denen keine stärker oder schwächer sei.⁴⁷⁴ Um *feminine energy* zu verkörpern, solle man als Frau* die eigene Macht anerkennen, die man hätte, obwohl die Welt an Männer* angepasst sei, so Influencerin Nessa (@Nessa_kh). Doch nicht in direkter Form, sondern in ihrem Einfluss auf Männer* – denn diese würden vieles für und im Dienste einer Frau* tun, sei es die Mutter oder die Ehefrau.⁴⁷⁵ Guerin spricht davon, dass es sich überhaupt um ein Missverständnis handle, dass *feminine energy* schwach und passiv sei. Gerade im Vertrauen in das eigene Schicksal läge die Kraft der *feminine energy*.⁴⁷⁶ Dennoch rät Guerin immer wieder zu Praktiken, die Passivität stützen, beispielsweise sich Türen öffnen zu lassen, statt es selbst zu tun.⁴⁷⁷

Werden soziale Geschlechterrollen reproduziert, so hat dies Auswirkungen auf unsere Rückschlüsse vergeschlechtlichter Charakterzüge, Status und den Wert von Arbeit.⁴⁷⁸ Der *feminine-energy*-Trend unterstützt die dualistische Dynamik von aktiv-passiv vor allem in heterosexuellen Beziehungen und

⁴⁶⁹ Vgl. „10 Tiny Micro Habits to Increase Your Feminine Energy“, TC 00:11:50-00:13:33.

⁴⁷⁰ Kommentar von @thejessicarabbit, ebd., TC Nr.882.

⁴⁷¹ Vgl. Eckes, „Geschlechterstereotype: Von Rollen, Identitäten und Vorurteilen“, S. 171.

⁴⁷² Vgl. Bartky, *Femininity and Domination*, S. 347.

⁴⁷³ „How To RADIATE Feminine Energy *life changing*“, R.: Jasmyne Theodora, 20.11.2021, https://www.youtube.com/watch?v=U_QDGGlQkWE&t=74s, Zugriff am: 24.11.2024.

⁴⁷⁴ Vgl. Ebd., TC 00:00:35.

⁴⁷⁵ Vgl. „EMBODYING FEMININE ENERGY: the key to becoming a POWERFUL WOMAN - YouTube“, R.: Nessa, Nessa_kh 17.11.2024, <https://www.youtube.com/watch?v=JPLv91ypn2M>, Zugriff am: 25.11.2025, TC 00:19:08.

⁴⁷⁶ Vgl. „The *Ultimate* Beginner's Guide to ACTIVATING FEMININE ENERGY“, TC 00:05:48.

⁴⁷⁷ Vgl. „10 Tiny Micro Habits to Increase Your Feminine Energy“, TC 00:11:50-00:13:33.

⁴⁷⁸ Vgl. Eckes, „Geschlechterstereotype: Von Rollen, Identitäten und Vorurteilen“, S. 172f.

trägt damit zur Aufrechterhaltung von Hierarchien bei.⁴⁷⁹ Die Influencer*innen setzen an verschiedenen Punkten an: Einige verleugnen die Konnotationen von Femininität oder versuchen sie umzudeuten, andere erklären die ungleiche Ordnung einfach für korrekt und gottgegeben. „God wanted you to be a woman for a reason, then be a damn woman.“⁴⁸⁰ Man solle sich dem Fakt, dass Frauen* und Männer* unterschiedlich sind, einfach ergeben.⁴⁸¹ Religion wird hier zur Essentialisierung der binären und ungerechten Geschlechterordnung verwendet.

Immer wieder fallen Begriffe wie „naturally“.⁴⁸² Gender wird biologisiert und naturalisiert – das wird entweder als behaupteter Fakt oder Wahrheit so stehen gelassen oder durch verschiedene höhere Entitäten wie Gott oder die Biologie belegt. Hormone spielen dabei eine wiederkehrende Rolle, zum Beispiel in Soleils Physiologie-Argumentation⁴⁸³ oder in Brianna Nies New-Age-Ansatz die Zyklen von Frauen* würden sich nach dem Mond richten und Männer* nach der Sonne.⁴⁸⁴ Was durch die Behauptung der „weiblichen Natur“ passiert, ist die Unsichtbarmachung der Femininitätsarbeit und der Performativität von Gender.⁴⁸⁵ Frauen* werden damit davon überzeugt, dass es eine richtige Art der Lebensführung als Frau* geben würde.

Die Naturalisierung von Genderrollen durch Energien endet in paradoxen Aussagen, die wenig Sinn ergeben. Im genannten Interview von Nazarenko und Guerin behauptet letztere, Frauen* würde das Handeln auf „natürliche“ Art sehr leichtfallen:

„women are actually naturally very good at, like, you know, taking those action steps and doing what needs to be done – it just comes easy to us, but we have to learn how to not just relax, but, like, surrender and not be so controlling over every little thing and we have to allow men the opportunity to learn the power of responsibility and stepping up and not just trying to do it all for them.“⁴⁸⁶

Nachdem sie also in ihrem gesamten Content behauptet, *feminine* und *maskuline Energien* wären den Geschlechtern „natürlich gegeben“, und nachdem sie *maskuline Energie* als handlungsfreudig definiert, sagt sie nun, es läge in der „Natur der Frau*“, voll Tatendrang zu sein. Eine Eigenschaft, die sie 15 Minuten zuvor im selben Gespräch noch als explizit maskulin festgeschrieben hat. Es klingt so, als glaube sie, Frauen* wären prinzipiell mehr in ihrer *maskulinen Energie* als Männer* und dass Männer* sie erst erlernen müssten. Dieser Logik folgend würde aber die Behauptung einer „Natur“ der Geschlechter keinen Sinn ergeben und die komplette Legitimierungsstrategie für das Gendern von *feminine* und *masculine energy* würde in sich zusammenfallen. Denn wenn Gender ein Konstrukt ist, dann gibt es keine Gender-Essenz oder -Energie, die eine Universallösung für die Probleme des Lebens

⁴⁷⁹ Vgl. Ebd., S. 174.

⁴⁸⁰ „EMBODYING FEMININE ENERGY: the key to becoming a POWERFUL WOMAN - YouTube“, TC 00:23:58.

⁴⁸¹ Vgl. Ebd., TC 00:22:35.

⁴⁸² „The *Ultimate* Beginner’s Guide to ACTIVATING FEMININE ENERGY“, TC 00:04:12.

⁴⁸³ Vgl. „The Physiology of Feminine Energy“, TC 00:04:17.

⁴⁸⁴ Vgl. „How to Activate your Feminine Energy and Manifest Anything“, R.: Brianna Nie, 01.01.2025, <https://www.youtube.com/watch?v=8GhViJIRdHA>, Zugriff am: 25.11.2025, TC 00:02:50.

⁴⁸⁵ Vgl. Favaro, „Just Be Confident Girls!“, S. 286.

⁴⁸⁶ „Navigating Masculine and Feminine Dynamics using Feminine Energy with Jillian Guerin“, TC 00:17:45.

darstellen könnte. Geschlecht wird in der *feminine-energy*-Philosophie gleichzeitig als performativ gezeigt, indem sie spezielle Techniken des vergeschlechtlichten Verhaltens vermittelt, und essentialisiert, indem es diese Techniken zu einer bloßen Ausübung dessen erklärt, was bereits da sei.

Um diese Dynamiken der Naturalisierung zu verschleiern, wird emanzipierten Frauen* ein gewisser Handlungsspielraum zugesprochen: Weiblichkeit und ihre Ausführung werden als individuelle Entscheidungen gerahmt. Denn wenn Gender performt werden kann, können Frauen* auch selbst an ihrer gesellschaftlichen Position und Benachteiligung schuldig gesprochen werden. Damit kann sich das Patriarchat aus der Verantwortung ziehen und bleibt trotzdem bestehen.⁴⁸⁷ Die Branche des Life Coachings ist davon abhängig, dass Menschen das Gefühl vermittelt bekommen, sie könnten ihr Leben verändern. Eine zu rigide Naturalisierung von Geschlecht würde einer Selbstoptimierungsstrategie wie *feminine energy* nicht helfen, da es darum geht, genderperformativ das eigene Leben zu verbessern.

4.2.3 Von Lebensphilosophie bis Aesthetic

Das Aktivieren von *feminine energy* würde von Innen kommen, so der Nachhall von New-Age-Prinzipien der Veränderung im Trend.⁴⁸⁸ Der Konsens in den spirituellen Life Coachings ist, dass ein besseres Leben im Inneren des Menschen beginne – mit der richtigen Denkweise verändere sich das eigene Verhalten, das wiederum die Lebensrealität verschiebe. Die Herangehensweisen und Begriffe dafür sind vielfältig: Einige sprechen von der Seele, andere von der Energie, von Mindset⁴⁸⁹ oder Quantensprüngen⁴⁹⁰, und wiederum andere argumentieren mit eigenen Körpergefühlen, mit (Geschlechts-)Organen⁴⁹¹, Hormonen und Physiologie⁴⁹².

Feminine energy würde nicht an der Mädchenhaftigkeit gemessen werden, so Guerin. Äußerliche Femininität sei nicht so wichtig wie eine gewisse Ausstrahlung.⁴⁹³ Ein feminines Aussehen könne jede*r einfach replizieren, doch es ginge eigentlich um ein inneres Gefühl. Theodora, deren sanfte Stimme mit Klaviermusik untermalt ist und die eine christlich-konservative Einstellung vertritt, nennt dieses innerliche Gefühl der *feminine energy* eine „feminine Essenz“.⁴⁹⁴ Tam Kaur auf der anderen Seite, die mit ihren unverblühten Motivationsreden aus dem emanzipatorischen Life Coaching stammt, bezeichnet *feminine energy* als ein Mindset.⁴⁹⁵ Beide Influencerinnen erklären, *feminine energy* solle in

⁴⁸⁷ Vgl. McRobbie, „Notes on the Perfect“, S. 10.

⁴⁸⁸ Vgl. Redden, „The New Agents“, S. 49.

⁴⁸⁹ Vgl. „how to step into dark feminine energy“, TC 00:08:50.

⁴⁹⁰ Vgl. „Quantum Physics Is the KEY to Your Dream Life | Quantum Physics Made Easy“, R.: Alexis Smith, awwlexis, awwlexis 23.01.2025, <https://www.youtube.com/watch?v=9wLPOBawATM>, Zugriff am: 25.11.2025, TC 00:01:11.

⁴⁹¹ Vgl. „Transform Your Finances & Face Using Feminine Energy (Womb Codes Inside)“, R.: Yazamin, 25.03.2025, <https://www.youtube.com/watch?v=4eYfWyuASZ8>, Zugriff am: 25.11.2025, TC 00:11:30.

⁴⁹² Vgl. „The Physiology of Feminine Energy“, TC 00:04:17.

⁴⁹³ Vgl. „The *Ultimate* Beginner’s Guide to ACTIVATING FEMININE ENERGY“, TC 00:07:27.

⁴⁹⁴ „How To RADIATE Feminine Energy *life changing*“, TC 00:01:15.

⁴⁹⁵ Vgl. „5 unique habits you need to tap into your feminine energy“, R.: Tam Kaur, 22.11.2024, https://www.youtube.com/watch?v=MTOnC5E4txY&list=PLLw0XFhlqdaOC_f5tML39yk3qpJTjXs6S&index=20, Zugriff am: 15.03.2025, TC 00:00:04.

das Innere des Menschen vordringen, um eine Wirkung zu entfalten – denn es handle sich nicht bloß um einen oberflächlichen Trend. Um das zu bewerkstelligen, müsse eine Reihe von Handlungen und Verhaltensänderungen vollführt werden – mit der Arbeit am Aussehen solle begonnen werden.⁴⁹⁶ Die Anpassung der eigenen Fassade würde selbstbewusst machen.⁴⁹⁷ Das innere Gefühl der *feminine energy* könne durch Äußerlichkeiten ausgelöst werden. Das Problem wird also im Inneren des Individuums lokalisiert, aber (unter anderem) durch Äußeres geheilt.⁴⁹⁸

Statt für Selbstakzeptanz einzustehen, werden arbeitsaufwendige Beispiele gebracht, die zu dem Ergebnis führen, das gängigen Schönheitsidealen angepasst ist. Es wird darauf beharrt, dass der eigene Körper immer perfekt gepflegt werden müsse. Das Mindset und die Selbstbildpflege sind mit Normschönheit verbunden.⁴⁹⁹ Das Selbstverhältnis würde sich im Aussehen zeigen: „why are you not giving 110 percent in every area of your life. Dress up, do your hair.“⁵⁰⁰ Das Paradoxon hierbei ist, dass diese Praxis ein hohes Maß an Selbstkontrolle voraussetzt – Kontrolle, die laut anderen *feminine-energy*-Tipps losgelassen werden solle, weil sie zu maskulin sei.⁵⁰¹ Es geht also nicht prinzipiell darum, Kontrolle generell aufzugeben, sie soll bloß internalisiert werden. Obwohl die Konzentration auf den eigenen Handlungsbereich keine schlechte Idee ist, ist eine prinzipielle Individualisierung dennoch zu problematisieren. Statt sich vom Schönheitsdiktat zu befreien, wird im *feminine-energy*-Trend zu einer Aneignung geraten.⁵⁰² In weiterer Folge wird damit eine patriarchale Machtverteilung unterstützt.

Das alles wird allerdings durch das Bestehen darauf relativiert, dass jede äußerliche Arbeit nur einem innerlichen Zweck dienen würde, denn „the most beautiful item you can wear is confidence.“⁵⁰³ So wird das Aussehen als zweitrangig eingestuft – der eigentliche Ort der Selbstoptimierung sei das innerliche Selbstbewusstsein.⁵⁰⁴ Hier zeigt sich die Confidence Culture, die bei Gill und Orgad als Technologie des Selbst bezeichnet wird.⁵⁰⁵ Positive Psychologie und die Nutzung feministischer Sprache verdecken die neoliberalen Unterdrückungssysteme, die die Kultur des Selbstbewusstseins mit seiner vergeschlechtlichen Individualisierung stützt.⁵⁰⁶ Die Internalisierung des Problems mystifiziert es und schreibt gleichzeitig den betroffenen Personen selbst die Schuld dafür zu.⁵⁰⁷

⁴⁹⁶ Vgl. „how to step into dark feminine energy“, TC 00:03:11.

⁴⁹⁷ Vgl. Ebd., TC 00:08:30.

⁴⁹⁸ Vgl. „10 Tiny Micro Habits to Increase Your Feminine Energy“, TC 00:02:00. „How to Be In Feminine Energy at Work | Become More Radiant & Happy“, R.: Alexis Smith, awwlexis, awwlexis 29.09.2022, <https://www.youtube.com/watch?v=QS5vbVy4P9E>, Zugriff am: 25.11.2025, TC 00:00:57. „How to be more FEMININE | *simple* ways to tap into your feminine energy“, R.: Trinity, TRINDINGTOPIC 12.02.2024, <https://www.youtube.com/watch?v=gwWEwNVGGIM>, Zugriff am: 25.11.2025, TC 00:11:50.

⁴⁹⁹ Vgl. Favaro, „Just Be Confident Girls!“, S. 287.

⁵⁰⁰ „How to Be In Feminine Energy at Work | Become More Radiant & Happy“, TC 00:02:15.

⁵⁰¹ Vgl. „How to be more FEMININE | *simple* ways to tap into your feminine energy“, TC 00:12:00.

⁵⁰² Vgl. Seier, *Mikropolitik der Medien*, S. 167.

⁵⁰³ „High status feminine energy secrets“, R.: Alia Zarei, 01.05.2025, <https://www.youtube.com/watch?v=C3FCZVcEIxE>, Zugriff am: 25.11.2025, TC 00:09:10.

⁵⁰⁴ Vgl. Tiusanen, „Feeling grateful, kind, and empowered“, S. 3699.

⁵⁰⁵ Vgl. Gill/Orgad, „The Confidence Cult(ure)“, S. 324.

⁵⁰⁶ Vgl. Ebd., S. 324f. Davies, *The happiness industry*, S. 6.

⁵⁰⁷ Vgl. Favaro, „Just Be Confident Girls!“, S. 286.

Während die Seite der Life Coaches also behauptet, *feminine energy* sei ein lebensveränderndes, allumfassendes und tiefgreifendes Konzept,⁵⁰⁸ zeigt sich ebendieser Trend auch in der ephemeren Form von Aesthetics. Statt ebenfalls im Inneren nach Lösungen zu suchen, vergisst *light* und *dark feminine energy* als Aesthetic jegliche Komplexität und manifestiert das Konzept in Form von Kurzvideos, die eine Montage von aneinandergereihten Fotos zeigen.⁵⁰⁹ Durch ihre Simplizität findet *light* und *dark feminine energy* vor allem auf TikTok breite Rezeption. Allerdings besteht dadurch die Tendenz, dualistische Bilder und damit einhergehende klassistische, rassistische und sexistische Bilder zu fördern.

Diese Oberflächlichkeit der Aesthetics steht im Gegensatz zu wertsystemgestützten Subkulturen.⁵¹⁰ Obwohl die *feminine energy* des Life Coachings nicht als Subkultur einzuordnen ist, lässt sie sich nicht als bloße visuelle Äußerung abtun oder mit der Aesthetic gleichsetzen. Die beiden Formen bedingen und multiplizieren sich gegenseitig: *Feminine energy* als Aesthetic drückt Bilder aus, die *feminine energy* als Selbsthilfe hervorgebracht hat – und dient gleichzeitig als Ausgangspunkt für User*innen, mehr über das Schlagwort zu lernen. Am ehesten ist *feminine energy* als ein Social-Media-Trend und Selbsthilfe-Lifestyle-Konzept einzuordnen: Mehr als die konsumorientierte Oberflächlichkeit einer Aesthetic, aber weniger gemeinschaftsbildend als eine Subkultur.

4.2.4 Neoliberalismus & Individualisierung

Die erfolgreiche Verkörperung von *feminine energy* ist eine Lifestyle-Frage und damit auch eine sozioökonomische Klassenfrage. Klasse und Eleganz zu haben, sei laut Influencerin Vickita Trivedi sowohl für *feminine energy* als auch dafür, in der Gesellschaft anerkannt zu werden, wichtig. Man solle sich nicht für Männer* bescheiden und sittsam kleiden, sondern nur für sich selbst, allerdings sei die anziehende Wirkung auf „High Value“-Männer* eine automatische Konsequenz.⁵¹¹ Als „High Value“-Frau* solle man nur diese „High Value“-Männer* heiraten,⁵¹² meint Guerin. Der Begriff „High Value“ ist umstritten. Während sich Kaur, Trivedi und Guerin bereitwillig des Vokabels bedienen, nennt es Nazarenko „jargon and garbage“.⁵¹³ Zwar versucht Guerin, Werturteile gegenüber Personen zu relativieren, jedoch sind andere Influencer*innen wie Trivedi nicht so sehr auf Nuancen oder einen Haftungsausschluss bedacht.⁵¹⁴

⁵⁰⁸ Vgl. „The *Ultimate* Beginner’s Guide to ACTIVATING FEMININE ENERGY“, TC 00:05:43.

⁵⁰⁹ Vgl. „Perfect example of dark and light feminine 🥰💫 #feminine #celebrity #model #goviral #shorts“.

⁵¹⁰ Vgl. Ajmal, „Charting Youth Subcultures, Identity Formation, and Niche Aesthetics in the Age of Social Media“, S. 39.

⁵¹¹ Vgl. „How to dress like a high-value woman and radiate FEMININE ENERGY“, R.: Vickita Trivedi, 04.02.2024, https://www.youtube.com/watch?v=inMrkL1_vog, Zugriff am: 07.09.2025, TC 00:00:10.

⁵¹² Vgl. „IS HE MARRIAGE MATERIAL!? 10 traits of a high value man“, R.: Jillz Guerin, 17.04.2022, <https://www.youtube.com/watch?v=wbdC77CF0aM>, Zugriff am: 11.08.2025.

⁵¹³ „How to manipulate men“, R.: Margarita Nazarenko, 08.10.2022, <https://www.youtube.com/watch?v=SWqXAaGiDRo>, Zugriff am: 05.09.2025, TC 00:10:56.

⁵¹⁴ Vgl. „How To Stay High Value When a Man Pulls Away or Becomes Distant“, R.: Lisa Glamour, 04.11.2024, https://www.youtube.com/watch?v=_II32_OM40U, Zugriff am: 26.11.2025. „How to dress like a high-value woman and radiate FEMININE ENERGY“.

Frauen* werden dazu angehalten, sich auf bestimmte Art zu verhalten, zu kleiden und zu denken, um anmutig zu wirken. Verschiedene Anleitungen erklären, was es brauche, eine „Classy Woman“⁵¹⁵ zu werden. Guerin behauptet, „classy“ zu sein, wäre eine Entscheidung und nicht etwas, womit man geboren werde.⁵¹⁶ Eine Frau* mit Klasse würde eine Anzahl von Dingen tun, die mit dem Lebensstil der Wohlhabenden assoziiert werden: Sportarten zu betreiben, die entweder mit Reichtum oder weiblich konnotiert sind und sich in einer „Old-Money-Aesthetic“ zu kleiden, die von wohlhabenden Menschen inspiriert ist. Verhalten solle man sich auf eine sittsame und elegante Art, die den imaginierten Manierismen reicher Menschen nacheifert.⁵¹⁷ Weiße Personen sind in der visuellen Darstellung außerdem überrepräsentiert. Das Wertsystem der „High Value“-Rhetorik ist von klassistischen und rassistischen Vorstellungen geprägt.

Der „differenzierende Habitus“, über den Bourdieu spricht, wird hier auf Ebene von Klasse und Gender gleichzeitig vermittelt. Durch entsprechendes Verhalten ist es dem Individuum möglich, sich in den geschlechtlichen und sozioökonomischen Strukturen zu verorten.⁵¹⁸ Die Problematik dabei ist, dass dieser Habitus als Basis einer Hierarchisierung dient, die ungleiche, vergeschlechtlichte Arbeitsteilung begünstigt.⁵¹⁹ Zudem ist Habitus stark durch den Zugang zu Bildung, Erziehung und soziale Verhältnisse beeinflusst. Eine Abgrenzung durch Habitus unterstützt somit klassistische Ideale.

Der Meritokratiegedanke wird in Guerins Annahme, dass Erfolg von Herkunft unabhängig erfolgt, zwar bestärkt, das Abwenden von Leistung als Metrik widerspricht dem allerdings: „We live in a world that glorifies the hustle.“⁵²⁰ Typisch für den von Kay beschriebenen reaktionären Popfeminismus nimmt Guerin eine Gegenposition zu den Hustle-Culture-Elementen des populären Feminismus ein.⁵²¹ Eine Kernforderung von *feminine energy* ist es, sich zu verlangsamen, sich auszuruhen und auch Dinge zu tun, die nicht produktiv sind – die Hustle-Culture, die von Menschen und vor allem Frauen* verlangt, mehr zu arbeiten, um erfolgreich zu sein, wird abgelehnt. Guerins klarer Standpunkt dagegen begründet sich durch ihre eigenen Gesundheitsprobleme. Sie ist der Meinung, *feminine energy* würde Autoimmunerkrankungen und Burnout vorbeugen und heilen können.⁵²² Gleichzeitig sollten Ambitionen nicht aufgegeben werden, sondern mit *feminine energy* Erfolg bringen, der nachhaltig und erfüllend ist.⁵²³ In einer neoliberalen Gesellschaft wird Pause und Entschleunigung nur geduldet, wenn ihr Zweck die Optimierung von Produktivität ist. Deshalb sei das angestrebte „soft life“ durch Logik, Strategie und Effizienz zu erreichen⁵²⁴ – Eigenschaften, die im *feminine-energy*-Dualismus der

⁵¹⁵ „How to dress like a high-value woman and radiate FEMININE ENERGY“.

⁵¹⁶ Vgl. „8 Habits of CLASSY & ELEGANT Women“, TC 00:00:02.

⁵¹⁷ Vgl. „How to dress like a high-value woman and radiate FEMININE ENERGY“. „8 Habits of CLASSY & ELEGANT Women“.

⁵¹⁸ Vgl. Bourdieu, *Die männliche Herrschaft*, S. 99.

⁵¹⁹ Vgl. Ebd., S. 102.

⁵²⁰ „The *Ultimate* Beginner’s Guide to ACTIVATING FEMININE ENERGY“, TC 00:01:50.

⁵²¹ Vgl. Kay, „The reactionary turn in popular feminism“, S. 2.

⁵²² Vgl. „Navigating Masculine and Feminine Dynamics using Feminine Energy with Jillian Guerin“, TC 00:01:30.

⁵²³ Vgl. „The *Ultimate* Beginner’s Guide to ACTIVATING FEMININE ENERGY“, TC 00:07:50.

⁵²⁴ Vgl. „6 Productivity Hacks to Live a SOFT LIFE 🌸“.

masculine energy zugeordnet werden.⁵²⁵ Videotitel wie *6 Productivity Hacks to Live a SOFT LIFE* ⁵²⁶ suggerieren keinen Ausstieg aus der Produktivitätskultur, sondern eine Neudeutung dieser.

Bei aller Gegnerschaft zur Hustle-Culture und ihrer Forderung nach ständiger Produktivität bleibt eine Kernthematik der Selbsthilfe nach wie vor erhalten – die Arbeit der Selbstoptimierung. Die Technologien der *feminine energy* werden zum Management des Selbst eingesetzt, da das Individuum nach einem bestimmten Bild umgeformt werden soll. Dieser Prozess ist nicht frei von Arbeit. Viele *feminine-energy*-Strategien erfordern eine konsistente Selbstregulierung, die den unternehmerischen Werten des Neoliberalismus entspringt.⁵²⁷

Feminine energy soll als eine Strategie dienen, als Frau* in einer Männerwelt zurechtzukommen – die Rede ist vom Verlust der Weiblichkeit durch die Anforderungen der maskulinen Gesellschaft.⁵²⁸ Eine solche Erkenntnis einer grundlegenden Ungleichheit in der Gesellschaft könnte zu dem Willen führen, eine Veränderung in derselben zu bewirken. Kollektive Aktion, die Feminismen seit Jahrzehnten praktizieren, wird allerdings nicht gefordert.⁵²⁹ Stattdessen liege die Lösung auf individueller Ebene, behauptet der reaktionäre Popfeminismus und verschleiert damit gleichzeitig seine Feindseligkeit gegenüber sozialer Gerechtigkeit.⁵³⁰ Die Frau* müsse sich bloß in die Welt einpassen und mehr in ihrer *femininen Energie* sein. Die besprochenen Ratgeber halten dazu an, eine bestimmte Femininität auszuleben, die dem passiven Platz der Frau* im Patriarchat entspricht.

Durch Mikropraktiken der Selbstregierung, -regulierung und -realisierung könne die hyper-autonome, unabhängige und individualisierte Frau* die Ansprüche des patriarchalen, neoliberalen Kapitalismus erfüllen. Die empowernde Selbstoptimierung, die Frauen* nahegelegt wird, ist keineswegs selbstlos – sie unterstützt die bestehende Hegemonie.⁵³¹ Die Arbeit für das gute Leben liegt in der liberalen Meritokratie beim Individuum: „Die Entwicklung universeller Programme, die allen ein besseres Leben garantieren, ist nicht vorgesehen.“⁵³²

Neoliberalismus und Postfeminismus gehen in der Individualisierung und Essentialisierung sozialer Fragen eine Allianz ein – zur Lösung struktureller Probleme wird auf die individuelle Ebene verwiesen.⁵³³ Der Postfeminismus sorgt als „Verbindung von Geschlechterdifferenz und gouvernementalen Formen der Selbstführung“⁵³⁴ für die vergeschlechtlichte Komponente. Frauen* wird die Handlungsmacht zugesprochen, ihr Schicksal selbstständig verändern zu können, gleichzeitig wird

⁵²⁵ Vgl. „HOW TO ACTIVATE YOUR FEMININE ENERGY *life changing*“, TC 00:01:21.

⁵²⁶ „6 Productivity Hacks to Live a SOFT LIFE “.

⁵²⁷ Vgl. Favaro, „‘Just Be Confident Girls!’“, S. 297.

⁵²⁸ Vgl. „HOW TO ACTIVATE YOUR FEMININE ENERGY *life changing*“, TC 00:02:03.

⁵²⁹ Vgl. Kay, „The reactionary turn in popular feminism“, S. 5. Rottenberg, „The Rise of Neoliberal Feminism“, S. 431.

⁵³⁰ Vgl. Kay, „The reactionary turn in popular feminism“, S. 2.

⁵³¹ Vgl. Favaro, „‘Just Be Confident Girls!’“, S. 297.

⁵³² Klein, *Doppelgänger*, S. 292.

⁵³³ Vgl. Kay, „The reactionary turn in popular feminism“, S. 2.

⁵³⁴ Seier, *Mikropolitik der Medien*, S. 167.

ihnen damit die Schuld für strukturelle Probleme gegeben. So wird der Anschein erweckt, für weibliches Empowerment einzustehen.⁵³⁵

4.2.5 Kritische Stimmen

Ein Trend wie dieser bleibt nicht ohne Kritik. Im wissenschaftlichen Kontext fanden die „dark feminine influencers“ in Kays Text über reaktionären Feminismus von 2024 Erwähnung, in dem sie darauf hinweist, dass diese auch als „Andrew Tate for girls“⁵³⁶ bezeichnet werden. Journalistische Behandlung und Kritik durch Kommentar-Influencer*innen erfuhr der Trend ebenfalls. Im Folgenden werden einige Artikel und kommentierende YouTube-Videoessays, die sich der Thematik von *feminine energy* widmen, auf ihre kritischen Anmerkungen hin betrachtet.

Eines der ersten kritischen Videos zu *feminine energy*, das ich auf YouTube finden konnte, ist ein deutsches Video des feministischen SWR-Kanals BRUST RAUS von Juni 2023.⁵³⁷ Darin wird journalistisch recherchiert, die Absurditäten des *feminine-energy*-Raumes werden aufgedeckt und zwei Expertinnen befragt: Zum einen Dr. Sarah Pohl von der Zentralen Beratungsstelle für Weltanschauungsfragen Baden-Württemberg und zum anderen Psychologin Pia Kabitzsch, die sich zu den Dating-Versprechungen der *femininen Energie* äußert. „Es gibt vielleicht einen Grund warum ausgerechnet jetzt diese ganzen spirituellen Bewegungen so oft viral gehen und immer zugänglicher werden“,⁵³⁸ sagt Moderatorin Walerija Petrova. Im Video wird das unwiderstehliche Versprechen von Geld und Liebe als zentraler Knackpunkt bei *feminine energy* ausgemacht und mit einigen zusammenhängenden Trends und Unterkategorien verknüpft. Darunter fallen *light* und *dark feminine energy* sowie „High Value“. Petrova bietet einen wohl ausgearbeiteten Einstieg und kritischen Blick auf den Trend.⁵³⁹

Im Sommer 2023 folgten einige kritische Artikel über *divine feminine energy* – eine vergöttlichte Version des Trends, die auf seine New-Age-Wurzeln verweist. Vier Artikel aus dem deutschsprachigen Raum werde ich hier betrachten. Alle vier starten mit demselben Sentiment: Ein neuer Social-Media-Trend behaupte, wenn es Frauen* nicht gut ginge, müsse dies auf ein Ungleichgewicht der Energien zurückzuführen sein.⁵⁴⁰ Um glücklich zu werden und eine Balance der Energie zu erzielen, müsse die

⁵³⁵ Vgl. Kay, „The reactionary turn in popular feminism“, S. 2.

⁵³⁶ Ebd.

⁵³⁷ „Feminine Energie und ihre (wirklich) dunklen Seiten“.

⁵³⁸ Ebd., TC 00:19:30.

⁵³⁹ Vgl. „Feminine Energie und ihre (wirklich) dunklen Seiten“.

⁵⁴⁰ Vgl. Gresa Ademi, „Divine Feminine: TikTok-Trend will Geschlechterrollen wieder cool machen“, *ZEITJUNG* 29.07.2023, <https://www.zeitjung.de/divine-feminine-tiktok-trend-patriarchat-geschlechterrollen-frauen-maenner/>, Zugriff am: 02.04.2025. Brechlin, „Divine Feminine“. Alice Mecke, „Divine Feminine: Warum der TikTok-Trend toxisch ist“, *desired.de* 10.08.2023, <https://www.desired.de/lifestyle/divine-feminine/>, Zugriff am: 02.04.2025. Desirée Oostland, „Verherrlicht der ‚Divine Feminine‘-Trend alte Rollenklischees – oder steckt mehr dahinter?“, *STYLEBOOK* 03.08.2023, <https://www.stylebook.de/body-health/self-love/verherrlicht-der-divine-feminine-trend-alte-rollenklischees-oder-steckt-mehr-dahinter>, Zugriff am: 08.03.2025.

Frau* einfach an sich selbst arbeiten.⁵⁴¹ Der scheinbare Fokus des Trends würde auf Empowerment und „weiblicher Macht“ liegen, so einfach sei es allerdings nicht.⁵⁴²

Die Dating-Tipps seien heteronormativ und würden auf eine ganz bestimmte Dynamik zwischen Männern* und Frauen* abzielen, die ungleiche Machtverteilungen zur Folge hätten.⁵⁴³ „Führt das nicht auch dazu, dass wir Männern wieder mehr Macht geben, die sie auch missbrauchen können?“,⁵⁴⁴ fragt Desiree Oostland von Stylebook. Noch pointierter drückt es Gresa Ademi von ZeitJung aus: „Die ‚Divine Femininity‘-Bewegung versucht, Frauen davon zu überzeugen, dass Vollkommenheit und wahres Glück darin bestehen, sich unterdrücken zu lassen.“⁵⁴⁵ Ab und an räumen die Artikel dem Trend sogar einen Mehrwert ein. Vor allem auf den Aspekt von Selbstfürsorge und Entschleunigung reagieren die Autor*innen positiv.⁵⁴⁶ Worin sie die Problematik sehen, ist das Vergeschlechtlichen der Tipps. „Es ist schließlich kein Geheimnis, dass wir alle (!) verlernt haben, uns zu entspannen und einfach: zu sein“,⁵⁴⁷ schreibt Oostland. Durch *feminine energy* werde versucht, gegen die Hustle-Culture zu arbeiten.⁵⁴⁸ Diese positiven Aspekte, „auf sein Inneres zu hören und gesunde Grenzen zu setzen“,⁵⁴⁹ zu gendern, sei allerdings exkludierend.

Deutlich kritischer sehen die Artikel die Aussage des Trends, dass auch Schönheitsarbeit die *feminine Energie* steigern könnte. Alice Mecke von Desired schreibt sarkastisch: „Denn klar, das Aufhübschen ist typisch Frau und kann ihr doch nur guttun, oder?“⁵⁵⁰ Durch die Zuteilung von bestimmten Eigenschaften würden ein binäres, patriarchales Weltbild und geschlechtsbezogene Stereotypen vermittelt.⁵⁵¹ Ein solches dualistisches Weltbild lasse keinen Raum für Grauzonen.⁵⁵² *Feminine energy* wird mit der Manosphere, Andrew Tate und toxischer Männlichkeit in Verbindung gebracht: Denn auch hier wird versucht, eine scheinbar richtige Art von Genderperformanz festzuschreiben, und dem Patriarchat in die Hände gespielt.⁵⁵³ Mecke schreibt, sie habe ein Problem damit, „Selbstfürsorge zu predigen, um am Ende aber eine toxische (weibliche) Antwort auf toxische Männlichkeit zu geben und alte Geschlechterrollen mit sexy Videos und vermeintlichen Ratschlägen zu neuem Leben zu erwecken“.⁵⁵⁴ Alexandra Brechlin von Cosmopolitan ernennt *divine feminine energy* zu einem

⁵⁴¹ Vgl. Mecke, „Divine Feminine“.

⁵⁴² Vgl. Brechlin, „Divine Feminine“.

⁵⁴³ Vgl. Mecke, „Divine Feminine“.

⁵⁴⁴ Oostland, „Verherrlicht der ‚Divine Feminine‘-Trend alte Rollenklischees – oder steckt mehr dahinter?“

⁵⁴⁵ Ademi, „Divine Feminine“.

⁵⁴⁶ Vgl. Ebd.. Mecke, „Divine Feminine“. Oostland, „Verherrlicht der ‚Divine Feminine‘-Trend alte Rollenklischees – oder steckt mehr dahinter?“

⁵⁴⁷ Oostland, „Verherrlicht der ‚Divine Feminine‘-Trend alte Rollenklischees – oder steckt mehr dahinter?“

⁵⁴⁸ Vgl. Ademi, „Divine Feminine“.

⁵⁴⁹ Brechlin, „Divine Feminine“.

⁵⁵⁰ Mecke, „Divine Feminine“.

⁵⁵¹ Vgl. Brechlin, „Divine Feminine“. Mecke, „Divine Feminine“.

⁵⁵² Vgl. Mecke, „Divine Feminine“.

⁵⁵³ Ademi, „Divine Feminine“.

⁵⁵⁴ Mecke, „Divine Feminine“.

„weiblichen Pendant zur toxischen Männlichkeit“⁵⁵⁵ – eine Haltung, die sich auch in einigen kritischen YouTube-Videos wiederfindet.

Im Mai 2024 erschienen zwei YouTube-Videos, die sich satirisch mit *feminine energy* auseinandersetzen und ihre Kommentare in Sarkasmus gepackt vermitteln. Tara Mooknee und Marie Joan zeigen so die Absurdität des präsentierten Mensch- und Weltbildes auf.⁵⁵⁶ Joan nennt *feminine energy* bereits in ihrem Titel gleichzeitig eine Sekte und „weibliche Andrew Tate“.⁵⁵⁷ Im Zusammenhang mit dem „High Value“-Trend weist Joan darauf hin, dass es historische Vorbilder für eine wertende Spaltung der Gesellschaft gebe und das kein anzustrebender Zustand sei.⁵⁵⁸

Im Mai 2025 veröffentlichte die atheistische YouTuberin Taylor Leigh (@TheAntibot) ein Kommentarvideo zu *feminine energy*.⁵⁵⁹ Sie widmet sich vorrangig der Kritik an christlichen Influencer*innen und kommentiert die mit religiösen und fundamentalistischen Online-Inhalten einhergehenden Problematiken. Bei Themen rund um Beziehungsführung arbeitet sie, wie auch hier, mit ihrem Ehemann Drew McCoy (@GeneticallyModifiedSkeptic) zusammen. Allein dass sich Leigh nun mit *feminine-energy*-Influencer*innen auseinandersetzt, zeigt die Verwandtschaft des Trends zu christlicher Ideologie. Sie spricht davon, dass Konservative und New Age eine bestimmte Art des Denkens gemeinsam haben würden, die sich in Konzepten wie *feminine energy* treffe.⁵⁶⁰ Dazu sagt Klein: „Was extreme Rechte und Eso-Extremisten eint, ist einerseits die Abzocke und andererseits der Glaube an den Hyperindividualismus.“⁵⁶¹ Zudem spricht Leigh ein Paradoxon an, das in dieser Arbeit bereits diskutiert wurde: Die Aufforderung, Kontrolle loszulassen und dennoch das Selbst und indirekt auch andere zu kontrollieren.⁵⁶² Kontrolle zu vergeschlechtlichen und Männern* zuzuordnen, sei absurd.⁵⁶³ Die Geschlechter würden als bloße Karikaturen ihrer schlechtesten Eigenschaften überzeichnet und simplifiziert werden.⁵⁶⁴ McCoy theoretisiert, dass der Reiz an einem Konzept wie *feminine energy* ähnlich wie der eines Horoskops oder biblischer Psalme durch Vagheit entstünde – und der damit einhergehenden Freiheit, nach Belieben zu interpretieren.⁵⁶⁵

⁵⁵⁵ Brechlin, „Divine Feminine“.

⁵⁵⁶ Vgl. „Feminine Energy‘ is the new girl science and it’s...something“, R.: Tara Mooknee, 01.05.2024, <https://www.youtube.com/watch?v=ZIVe12Lzumk>, Zugriff am: 27.05.2025. „TIKTOKS FEMININE ENERGY SEKTE: weibliche Andrew Tate“, R.: Marie Joan, 26.05.2024, <https://www.youtube.com/watch?v=UW3CuIT107c>, Zugriff am: 09.09.2025.

⁵⁵⁷ „TIKTOKS FEMININE ENERGY SEKTE: weibliche Andrew Tate“.

⁵⁵⁸ Vgl. Ebd., TC 00:03:00.

⁵⁵⁹ „TikTok’s ‚Feminine Energy‘ Dating Coaches Are Destroying Relationships“, R.: Taylor Leigh, @The Antibot 23.05.2025, <https://www.youtube.com/watch?v=bJrj51ImxA>, Zugriff am: 27.05.2025.

⁵⁶⁰ Vgl. Ebd., TC 00:12:00.

⁵⁶¹ Klein, *Doppelgänger*, S. 229.

⁵⁶² Vgl. „TikTok’s ‚Feminine Energy‘ Dating Coaches Are Destroying Relationships“, TC 00:26:40.

⁵⁶³ Vgl. Ebd., TC 00:26:58.

⁵⁶⁴ Vgl. Ebd., TC 01:06:00.

⁵⁶⁵ Vgl. Ebd., TC 00:50:40.

Die beiden nennen den Trend „manosphere for women“ und vergleichen seine Gurus wieder mit Andrew Tate.⁵⁶⁶ Wie in der Manosphere werde auf emotionale Manipulation zur Navigation von zwischenmenschlichen Beziehungen vor allem zum anderen Geschlecht gesetzt. Es wird in der *feminine energy* davon ausgegangen, dass der*die Partner*in dasselbe tun würde.⁵⁶⁷ Leighs Einschätzung zufolge ist *feminine energy* ein reaktionäres Konzept auf die Manosphere – in Anbetracht des dortigen männlichen Umgangs mit Frauen* wird versucht, der Manipulation einfach zuvorzukommen.⁵⁶⁸ Dabei denke ich an den reaktionären Feminismus, den Kay als defensive Struktur gegen Hustle-Culture sowie die Anfeindungen aus der Manosphere definiert.⁵⁶⁹ Leighs und McCoys Fazit lautet, dass Dating als etwas viel zu kompliziertes verkauft werde, um Geld in Form von Kursen und ähnlichem daraus zu generieren. Sie beenden das Video mit dem Appell, sich keinen Quellcode für zwischenmenschliche Beziehungen verkaufen zu lassen, weil es etwas Derartiges nicht gäbe.⁵⁷⁰

Tara-Louise Wittwer (@wastarasagt), eine deutsche feministische Influencerin, tritt im BR Plus Podcasts Im Namen der Hose in der Folge *Alpha Males und ihre Maschen – mit @wastarasagt* auf.⁵⁷¹ Darin erwähnt sie auch den *feminine-energy*-Trend und bezeichnet ihn prompt als „Eso-Scheiße“.⁵⁷² Das größte Problem sieht sie darin, dass hier versucht werde, Geschlechterrollen mit Biologie zu legitimieren und Menschen aufgrund dessen Wert zuzuschreiben. Leider würde Wiederholung von Information in den Sozialen Medien bereits reichen, um Glaubwürdigkeit aufzubauen.⁵⁷³ Aussagen wie „ist halt so“ oder das Zitieren von lange verstorbenen Wissenschaftler*innen würde nur die eigene Schuld abstreiten.⁵⁷⁴ Zu diesen Denkmustern der Biologisierung von sozialen Verhältnissen sagt Wittwer: „Das gab’s schon einmal in Deutschland.“⁵⁷⁵ Der Übergang zur „Rassenlehre“ des Nationalsozialismus sei von diesem Punkt aus schnell vollzogen.⁵⁷⁶ Historisch betrachtet sei das hier aufkommende Gedankengut sehr gefährlich.⁵⁷⁷ Die Ariosophie, die esoterische Basis der nationalsozialistischen „Rassenlehre“, ist im Argument der „natürlichen Auslese“ und dem Streben nach dem „higher life“⁵⁷⁸ New Age und damit *feminine energy* verwandt. Wittwers Vergleich damit klingt zwar erstmal weit hergeholt, verweist allerdings auf die Tradition des Gedankenguts. Die weitreichenden Ursprünge und potenziellen Folgen solcher Trends werden damit illustriert und sind nicht zu unterschätzen.

⁵⁶⁶ Vgl. Ebd., TC 01:05:30.

⁵⁶⁷ Vgl. Ebd., TC 01:03:07.

⁵⁶⁸ Vgl. Ebd., TC 01:10:00.

⁵⁶⁹ Vgl. Kay, „The reactionary turn in popular feminism“, S. 2.

⁵⁷⁰ Vgl. „TikTok’s ‚Feminine Energy‘ Dating Coaches Are Destroying Relationships“, TC 01:10:00.

⁵⁷¹ „Alpha Males und ihre Maschen - mit @wastarasagt“, *Im Namen der Hose - der Sexpodcast von PULS*, R.: Ariane Alter, Kevin Ebert, 24.02.2024, <https://www.br.de/mediathek/podcast/im-namen-der-hose-der-sexpodcast-von-puls/alpha-males-und-ihre-maschen-mit-wastarasagt/2090398>, Zugriff am: 05.09.2025.

⁵⁷² Ebd., TC 00:23:15.

⁵⁷³ Vgl. Ebd., TC 00:25:00.

⁵⁷⁴ Vgl. Ebd., TC 00:23:15.

⁵⁷⁵ Ebd., TC 00:23:20.

⁵⁷⁶ Vgl. Ebd., TC 00:25:15.

⁵⁷⁷ Vgl. Ebd., TC 00:23:20.

⁵⁷⁸ Vgl. Neuwirth, *Ariosophische Geheimgesellschaften des frühen 20. Jahrhunderts als Nährboden der nationalsozialistischen Rassenideologie*, S. 10.

In ihrer Kolumne Dauerzustand im Kurier veröffentlichte Diana Dauer im Juni 2025 einen Beitrag über *feminine energy*.⁵⁷⁹ Sie spricht hauptsächlich von männlichen Influencern, die auf TikTok Heilungsversprechen vermarkten, die an beide Geschlechter gerichtet sind – „wenn Frau oder Mann wieder ‚in die ihrem Geschlecht entsprechende Energie‘ kommen“,⁵⁸⁰ solle das zu einem besseren Leben führen. Im *feminine-energy*-Trend schleichen sich patriarchale und antifeministische Rollenbilder von Gender ein und verschleiern dies mit New-Age-Selbsthilfe-Rhetorik und visuell ansprechenden Bildern. Dauer schreibt:

„Auch wenn die Esoterik der Energien harmlos und wohlwollend daherkommt, lasst euch nicht davon täuschen. Deren Ziel ist nicht eurer [sic!] Liebesglück, sondern patriarchale Beziehungsmuster wieder attraktiv zu machen – dieses Mal wird es nur mit Eso-Glitzer kaschiert.“⁵⁸¹

In diesem Appell nimmt sie eine klare Haltung ein: *Feminine energy* würde das Patriarchat für die nächste Generation wieder aufwärmen wollen.⁵⁸² Während das bestimmt ein Effekt des Trends ist, bin ich mir unsicher, ob sich die Influencer*innen über ihre politischen Auswirkungen im Klaren sind. Ich würde argumentieren, dass kapitalistische Motivationen hier ebenfalls eine zentrale Rolle spielen. Ein Trend wie *feminine energy*, der in der Aufmerksamkeitsökonomie der Sozialen Medien gut ankommt und dabei polarisiert, ist monetarisierbar. Auch dieser Faktor sollte Skepsis unter den Zuseher*innen auslösen, denn selbst wenn die Absicht der Verbreitung des Trends nicht zwingend strukturelle Unterdrückung ist, ist sie auch nicht unbedingt das genuine Bedürfnis nach Wissensvermittlung. Weder negative Auswirkungen noch finanzieller Profit sagen etwas über die Aufrichtigkeit des Glaubens der Influencer*innen an die Wahrheit ihrer Inhalte aus⁵⁸³ – es ist nur ein zusätzliches Motiv, dem man sich in der reflektierten Rezeption bewusst sein muss.⁵⁸⁴

⁵⁷⁹ Diana Dauer, „Wie Glitzer-Esoterik das Patriarchat wieder attraktiv machen will“, *Kurier* 08.06.2025, <https://kurier.at/kolumnen/dauerzustand/sexismus-esoterik-energie-weibliche-maennliche-energie-instagram-tiktok/403047413>, Zugriff am: 14.06.2025.

⁵⁸⁰ Ebd.

⁵⁸¹ Ebd.

⁵⁸² Vgl. Ebd.

⁵⁸³ Vgl. Dörre, *Mediale Entwürfe des Selbst*, S. 298.

⁵⁸⁴ Vgl. Ebd., S. 192.

4.3 Verbreitungsstrukturen & Funktionsweisen

Nachdem die Bedeutungen und Argumentationen von *feminine energy* ausführlich erörtert wurden, bleibt noch herauszufinden, wodurch das Phänomen seine derzeitige Verbreitung und Popularität erreichen konnte. Hierfür werde ich Affordanzen und zentrale Organisationsprinzipien der Sozialen Medien zu bedenken geben, die in der Theorie bereits in Kapitel 2.2.2 erörtert wurden. In diesem Zusammenhang werden der *feminine-energy*-Korpus und seine Hashtag-Verknüpfungen analysiert. Zudem werde ich den Konnex mit der Trendökonomie und Monetarisierung des Contents betrachten.

4.3.1 Popularität & Klickzahlen

Die Frage danach, warum etwas populär wird, ist laut Stuart Hall nicht einfach mit der Logik von Angebot und Nachfrage zu beantworten.⁵⁸⁵ Wer Popularitäten bestimmt, ist diffus. Jedoch ist anzumerken, dass bestehende Herrschaftsstrukturen in populären Inhalten selten herausgefordert und Hierarchien eher aufrechterhalten werden.⁵⁸⁶ Die Beliebtheit von *feminine energy* steigt derzeit, was an der Menge von Videos abzulesen ist. Aus den 165 YouTube-Videos zu *feminine energy* sind 41 Videos von 2016 bis 2022 veröffentlicht worden, 24 davon von Guerin. 2023 nahm der Trend Fahrt auf, aus diesem Jahr befinden sich 34 Videos im Korpus. 2024 sind es 47 Videos und in der ersten Hälfte von 2025 allein 45. (siehe Abb. 1) Trotz oder mitbedingt durch die erstarkende öffentliche Kritik ist *feminine energy* noch nicht passé und für wissenschaftliche Thematisierung relevant.

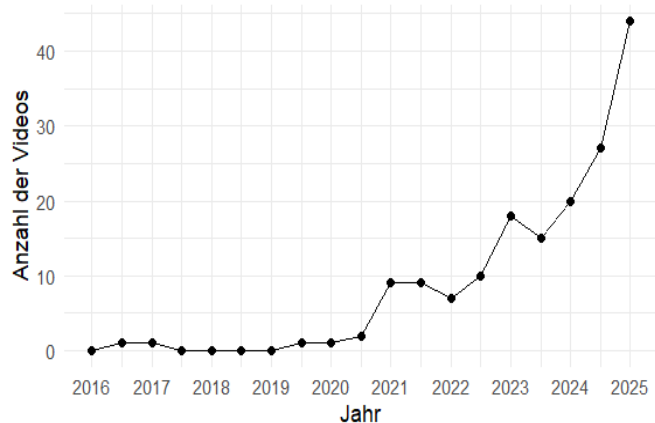


Abb. 1: Trendverlauf anhand der Anzahl von YouTube-Videos aus dem *feminine-energy*-Korpus in Halbjahresschritten (Grafik von Laetitia Fritz)

Um diesen Trendverlauf, der sich im Korpus abzeichnet, zu verifizieren, greife ich auf die Statistik von Google Trends zurück.⁵⁸⁷ In einer kursorischen Recherche des Suchverlaufes von *feminine energy* (weltweit, ab 2004) zeigt sich ein deutlicher Anstieg der Suchvorgänge ab 2020, die 2022 einen ersten Höhepunkt erreichten. Seitdem fluktuieren die Zahlen leicht, bleiben aber hoch. *Feminine energy* wird laut der Google-Trend-Statistik mittlerweile mehr als doppelt so häufig gesucht wie *masculine energy*. Der einzige starke Ausreißer, bei dem *masculine-energy*-Suchen *feminine energy* übersteigen, zeigt sich im Jänner 2025. Das lässt sich dadurch erklären, dass *masculine energy* zu diesem Zeitpunkt eine große

⁵⁸⁵ Vgl. Stuart Hall, „Notes on Deconstructing “the Popular” [1981]“, *Essential Essays, Volume 1*, hg. v. David Morley, New York: Duke University Press 2018, S. 347–361, hier: S. 353.

⁵⁸⁶ Vgl. Finola Laughren, „The unpopular (manosphere) men of popular feminism“, *Continuum* 39/1, 2025, S. 63–78, hier: S. 66f.

⁵⁸⁷ „Google Trends ‚feminine energy‘ und ‚masculine energy‘“, <https://trends.google.com/trends/explore?date=all&q=masculine%20energy,feminine%20energy&hl=de>, Zugriff am: 30.09.2025.

Bühne zuteilwurde: Mark Zuckerberg sprach am 10.01.2025 in Joe Rogans Podcast davon, dass die Unternehmenskultur mehr *masculine energy* nötig hätte.⁵⁸⁸ Er fügt hinzu, *feminine energy* sei zwar gut, aber würde in Unternehmen bereits zu viel Raum einnehmen.⁵⁸⁹

In meiner induktiven Vorgehensweise ordnete ich den 165 YouTube Videos meines Korpus anhand von Titel, Thumbnail und einem flüchtigen Eindruck der Inhalte jeweils eine von vier Kategorien zu. Mit 75 Videos macht „Life Coaching“ fast die Hälfte der Videos aus, danach folgt „Dating und Beziehungcoaching“ mit 55 Beiträgen und an dritter Stelle 31 Inhalte zu „New Age und Spiritualität“, worunter auch religiöse Legitimationen fallen. Zuletzt gibt es wenige Videos unter dem Begriff der „Aesthetics“, zwei davon YouTube-Shorts, die *feminine energy* bzw. *dark feminine energy* oberflächlich und vorrangig visuell behandeln. (siehe Abb. 2)

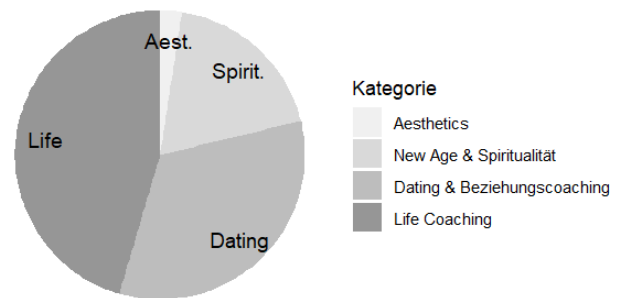


Abb. 2: Anteile der von mir zugewiesenen Kategorien an dem *feminine-energy*-Korpus auf YouTube (Grafik von Laetitia Fritz)

Das gemeinsame Thema ist die Weiblichkeitsoptimierung, die vollzogen werden soll, unterschiedlich sind nur die Begründungsstrategien. Während Life Coaching damit argumentiert, man solle sich ein besseres Leben schaffen, behaupten Dating Coaches, *feminine energy* würde die Basis guter Beziehungen bilden. New Age, Spiritualität und Religion versprechen eine Art metaphysisches Seelenheil, ein inneres Wohlbefinden durch die Fügung unter einen göttlichen Willen. Diese Ideen ziehen sich nicht ausschließlich durch Content der Kategorie „New Age und Spiritualität“, sondern finden sich auch in anderen Videos wieder. So fallen beispielsweise in Guerins Videos, die ich unter „Life Coaching“ einordne, spirituelle Vokabeln wie *divine feminine energy*.⁵⁹⁰

Die zehn Videos aus Guerins *feminine-energy*-Playlist, die am wenigsten Klickzahlen aufweisen, sind ex negativo formuliert, z. B.: *What Everyone Gets WRONG About Feminine Energy*⁵⁹¹, *MORNING HABITS THAT ARE KILLING YOUR FEMININE ENERGY*⁵⁹². Die zehn Beiträge mit den höchsten Aufrufen sind im Gegensatz dazu extrem positiv und setzen hohe Erwartungen, z. B.: *4 Feminine Qualities Men Find WILDLY Attractive* ⚡⁵⁹³, *HOW TO ACTIVATE YOUR FEMININE ENERGY *life*

⁵⁸⁸ Vgl. „Joe Rogan Experience #2255 - Mark Zuckerberg“, R.: Joe Rogan, *The Joe Rogan Experience*, 10.01.2025, <https://www.youtube.com/watch?v=7k1ehaE0bdU>, Zugriff am: 19.11.2025.

⁵⁸⁹ Auf Zuckerbergs Erklärung dessen, was masculine energy für ihn bedeutet (z. B. Stärkung der Nackenmuskulatur), geht der folgende Artikel ein: Arwa Mahdawi, „Unleash your masculine energy the Mark Zuckerberg way!“, *The Guardian* 18.01.2025, <https://www.theguardian.com/commentisfree/2025/jan/18/mark-zuckerberg-masculine-energy>, Zugriff am: 19.11.2025.

⁵⁹⁰ Vgl. „10 Tiny Micro Habits to Increase Your Feminine Energy“, TC 00:00:54.

⁵⁹¹ „What Everyone Gets WRONG About Feminine Energy“, R.: Jillz Guerin, 25.09.2022, <https://www.youtube.com/watch?v=Qv1RdcrRsB0>, Zugriff am: 11.12.2025.

⁵⁹² „MORNING HABITS THAT ARE KILLING YOUR FEMININE ENERGY // feminine morning routine tips“, R.: Jillz Guerin, 13.06.2021, <https://www.youtube.com/watch?v=wXI586Ula2I>, Zugriff am: 11.12.2025.

⁵⁹³ „4 Feminine Qualities Men Find WILDLY Attractive ⚡“, R.: Jillz Guerin, 23.04.2023, <https://www.youtube.com/watch?v=8-8b8dOS4ls>, Zugriff am: 11.12.2025.

*changing**⁵⁹⁴. Das spricht dafür, das Nutzer*innen zu *feminine energy* als optimistischen Ausweg tendieren statt als Fehleranalyse, die mit Beschämung einhergehen kann. Der Trend soll Probleme beheben, nicht ein weiteres Problem darstellen. Für negative Emotionen ist im Weiblichen-Wellness-Raum keinen Platz.⁵⁹⁵ Obwohl die Influencer*innen diese Gefühle validieren und selbst eingestehen, verstehen sie sie als Mängel, die behoben werden sollten.⁵⁹⁶ Das Geständnis wird dazu verwendet, sich mit dem beratenen Publikum in Beziehung zu setzen.⁵⁹⁷ Auch Guerin nutzt die Technik des emotionalen Selbstbezugs vielfach:

„This was something that I noticed that I would really struggle with earlier on when I had, like, tasks to do [...] I would have this energy of, like ‘ah, i need to get this done’ instead of actually enjoying the process and enjoying the task.“⁵⁹⁸

Die Beliebtheit von *feminine-energy*-Inhalten scheint nicht ausschließlich mit der Nennung des Schlagwortes *feminine energy* im Titel zu tun zu haben. Nur knapp mehr als die Hälfte der 20 meistgesehenen Videos im Korpus tragen *feminine energy* in ihrem Titel. Stattdessen werden auch Begriffe wie „femininity“, „feminine“ und „dark feminine“ eingesetzt. Drei Titel der Top 20 beinhalten keines dieser Wörter: *Being a queen is your birthright*⁵⁹⁹, *The Art of *Subtle* Seduction*⁶⁰⁰ und *How to Receive PRINCESS TREATMENT* 🏰⁶⁰¹. Was diese Titel allerdings dennoch gemeinsam haben, ist das Versprechen einer Machtposition und persönlicher, emotionaler Kontrolle (über Männer*) – man könne die Kunst der Verführung erlernen, eine Königin oder Prinzessin sein. All das verspricht, Verfügung über andere und Einfluss darüber haben zu können, wie man behandelt wird. Eine spezifische Ausführung von Weiblichkeit wird als Sofortlösung für das Wohlbefinden der Frau* und als Weltorientierungsschema angeboten. Außerdem ist auffällig, dass beinahe die Hälfte dieser Top 20 unter der Kategorie „Dating und Beziehungcoaching“ eingeordnet sind. Das deutet darauf hin, dass *feminine energy* mit der Machtaushandlung zwischen den Geschlechtern in Zusammenhang steht.

Feminine energy breitet sich durch die Trendökonomie aus, die durch Sichtbarkeit und Viralität einzelner Posts geprägt ist. Sie wurde durch den Empfehlungsalgorithmus von TikTok zum vorherrschenden Funktionsschema der Sozialen Medien. Jegliche Form der Aufmerksamkeit für *feminine energy* führt durch die reproduktive Struktur des Algorithmus zu ihrer exponentiellen Ausbreitung.⁶⁰² Dass sich auf TikTok zehnmal mehr Inhalte unter #feminineenergy als auf YouTube finden, bestätigt nicht nur die

⁵⁹⁴ „HOW TO ACTIVATE YOUR FEMININE ENERGY *life changing*“.

⁵⁹⁵ Vgl. Tiusanen, „Feeling grateful, kind, and empowered“, S. 3694.

⁵⁹⁶ Vgl. Ebd., S. 3697.

⁵⁹⁷ Vgl. Favaro, „Just Be Confident Girls!“, S. 297.

⁵⁹⁸ „5 Mindset Shifts to RADIATE FEMININE ENERGY 💖“, R.: Jillz Guerin, 01.09.2024, <https://www.youtube.com/watch?v=kTqUSDBIBWg>, Zugriff am: 30.10.2025, TC 00:02:02.

⁵⁹⁹ „Being a queen is your birthright“, R.: Thewizardliz, 02.01.2022, <https://www.youtube.com/watch?v=t9506JGYNDs>, Zugriff am: 19.11.2025.

⁶⁰⁰ „The Art of *Subtle* Seduction“, R.: Jillz Guerin, 11.02.2024, <https://www.youtube.com/watch?v=U5ufm0nVQ>, Zugriff am: 19.11.2025.

⁶⁰¹ „How to Receive PRINCESS TREATMENT 🏰“, R.: Jillz Guerin, 20.08.2023, <https://www.youtube.com/watch?v=ijcyFG6ApHk>, Zugriff am: 19.11.2025.

⁶⁰² Vgl. Abidin, „Mapping Internet Celebrity on TikTok“, S. 79.

Aktualität des Trends. Die Prävalenz von *feminine energy* in diesem Kurzformat zeigt auch, dass sie sich als simplifizierte Sofortlösung und Allheilmittel gut macht und ein gesellschaftliches Bedürfnis anspricht, das vor allem junge Leute betrifft. Weiblichkeitsperformanz mithilfe von *feminine energy* könnte als Kompensation von Unsicherheit, Fragmentierung und dem Schwinden fester Kategorien in der Gesellschaft dienen.

Von der Reproduktion bestimmter, aufmerksamkeitsgenerierender Schlagworte wie diesem profitieren erstens die Produzent*innen, weil sie selbst Sichtbarkeit erlangen,⁶⁰³ zweitens die Unternehmen von dadurch entstehender erhöhter Nutzung⁶⁰⁴ und drittens die durch dieses Gedankengut unterstützten hegemonialen Strukturen. Für die Aufmerksamkeitsmaximierung, die im Interesse der Produzierenden liegt, werden Inhalte wie *feminine energy* an den Massengeschmack angepasst und können so im Mainstream landen.⁶⁰⁵

4.3.2 Trendökonomie & Plattformaffordanzen

Die Perspektive der Dispositivanalyse macht deutlich, dass mediale Strukturen ein Phänomen maßgeblich formen. Daher ist es für das Verständnis von *feminine energy* wichtig zu fragen: Wie wird *feminine energy* durch die Trendstrukturen und Plattformaffordanzen mitgeprägt?

Hashtags sind ein Organisationsprinzip Sozialer Medien, das die Auffindbarkeit der Inhalte mitbedingt. Sie sind zudem ein Weg für Influencer*innen, sich thematisch einzuordnen und so ihr Zielpublikum durch den Empfehlungsalgorithmus zu erreichen. Durch die offen ersichtlichen Hashtagmarkierungen meines *feminine-energy*-Korpus werden einige Zusammenhänge, vor allem mit New-Age-Selbsthilfe-Konzepten, deutlich. Es handelt sich bei den Hashtags um eine Stichprobe, deren Repräsentativität nicht garantiert ist. Allerdings wird in dieser Stichprobe ersichtlich, dass Beziehungen, Spiritualität, persönliches/seelisches Wachstum und Selbstverbesserung, (alternative) weibliche Gesundheit und Empowerment fokussiert werden. Zudem wird der Zusammenhang mit den Aesthetics *dark* und *light* *feminine energy* in der häufigen Nennung unter den Hashtags deutlich.

Feminine energy wird in den Hashtags genannt, kommt aber auch in Form von göttlicher („divine“) oder heiliger („sacred“) *feminine energy* vor sowie als feminin („feminine“) oder Weiblichkeit („femininity“).⁶⁰⁶ „Feminine power“ findet einige Erwähnung und so auch „feminine essence“ – letztere Bezeichnung zeigt eine versprachlichte Essentialisierung des Femininen. Ins Begriffsfeld des Empowerment und der Selbstoptimierung fallen „goddess“, „feminism“, „confidence“, „self growth“, „self empowerment“ und „women empowerment“. Noch mehr Begriffe sind in der New-Age-Schiene zu finden: „manifestation“ wird häufig erwähnt, aber auch Bezeichnungen wie „spiritual awakening“, „somatic healing“ oder „energetic attraction“ sind auffindbar. *Feminine energy* befindet sich in einer

⁶⁰³ Vgl. Ebd.

⁶⁰⁴ Vgl. van Dijck, *The culture of connectivity*, S. 157.

⁶⁰⁵ Vgl. Döring, „Videoproduktion auf YouTube“, S. 968.

⁶⁰⁶ Hashtags, Hofstätter, „Feminine Energy YouTube Korpus“.

Überschneidung zwischen Spiritualität und weiblichem Empowerment, das ist an dem betrachteten Auszug von Hashtags zu erkennen. Auch die Selbsteinordnungen „dating advice“ und „relationship advice“ werden wiederholt, was die Emphase auf Beziehung und Dating unterstützt, die bereits in den Kategorien des vorhergehenden Unterkapitels 4.3.1 analysiert wurde. Spiritualität- und Empowerment-Floskeln sind prävalent, während der Fokus auf Wellness und Gesundheit verschwindet, der in Guerins Kanal-Hashtags noch ersichtlich war (Kapitel 4.1.1).

Ein Überblick über den Content von *feminine-energy*-Influencer*innen wie Guerin zeigt, dass *feminine energy* nur ein Trendbegriff von vielen ist, die im Sinne des populären, reaktionären und neoliberalen Feminismus eingesetzt werden. Zur Maximierung von Sichtbarkeit beugen sich Influencer*innen den vorherrschenden Trendstrukturen: Sie geben wieder, was gut ankommt.⁶⁰⁷ Das erklärt auch, dass Trendbegriffe oft unreflektiert und uninformiert verwendet werden und Diskrepanzen in der Bedeutung entstehen. Wegen der zunehmenden Popularität von *feminine energy* wird der Trend immer häufiger von verschiedenen Content-Creator*innen reproduziert. Auch *feminine-energy*-Pionierin Guerin erzählt trotz ihrer Behauptung, es handle sich um mehr als einen Trend, davon, dass sie mehr *feminine-energy*-Content produzierte, weil es breit rezipiert wurde.⁶⁰⁸ Was in ihrer Aussage zum Vorschein kommt, ist das wechselseitige Abhängigkeitsverhältnis zwischen Influencer*innen und Follower*innen, das Otto Gefolgschaftsgefüge nennt. Macht kann in dem interaktive Gefüge keiner einzelnen Partei zugeordnet werden, sondern wird durch Reziprozität und Gleichzeitigkeit geprägt.⁶⁰⁹

Feminine-energy-Inhalte tragen zwar ein scheinbar feministisches Anliegen vor, sind in der Realität allerdings von Subversion, die durch die in Sozialen Medien ermöglichte Pluralität begünstigt wird, weit entfernt und stützen eher existente patriarchale und neoliberale Geschlechterbilder. Die Creator*innen gestalten ihre Inhalte unterhaltsam und aufmerksamkeitsregend, um ihren Einfluss und ihre Reichweite in diesem System zu vergrößern und in der Folge durch Monetarisierung Geld zu verdienen.⁶¹⁰ *Feminine-energy*-Influencer*innen verwerten ihren medialen Selbstentwurf finanziell und setzen Emotionalisierung und Authentizität zu Vermarktungszwecken ein.⁶¹¹ Die neoliberale Agenda der Profitmaximierung wird dabei sichtbar.⁶¹²

Die affektive Wirkmacht von persönlichem Storytelling nutzen Influencer*innen wie Guerin, die ihre Thesen mit emotionaler Sprache und Anekdoten glaubhaft machen.⁶¹³ Durch (trans-)parasoziales Vertrauen können Influencer*innen Produkte, Coachings und Kurse verkaufen. Affekt als Kernelement

⁶⁰⁷ Vgl. Abidin, „Mapping Internet Celebrity on TikTok“, S. 79.

⁶⁰⁸ Vgl. „Navigating Masculine and Feminine Dynamics using Feminine Energy with Jillian Guerin“, TC 00:40:50.

⁶⁰⁹ Vgl. Isabell Otto, „Gefolgschaftsgefüge: ‚Following/Follower‘-Relationen in Social Media am Beispiel von TikTok“, *Following: Ein Kompendium zu Medien der Gefolgschaft und Prozessen des Folgens*, hg. v. Anne Ganzert et al., Berlin/Boston: De Gruyter 2023, S. 168.

⁶¹⁰ Vgl. Abidin, „Mapping Internet Celebrity on TikTok“, S. 79.

⁶¹¹ Vgl. Dörre, *Mediale Entwürfe des Selbst*, S. 356.

⁶¹² Vgl. Carstensen, „Social Media“, S. 389.

⁶¹³ Vgl. Ging, „Alphas, Betas, and Incels“, S. 643.

der Sozialität ist ein wichtiger Mechanismus des Neoliberalismus.⁶¹⁴ In der affektiven Ökonomie ist menschliche Verbundenheit eine Grundvoraussetzung für das Sammeln von sozialen Daten und Monetarisierung.⁶¹⁵

4.3.3 Monetarisierung & Kommerzialisierung

Der digitale Raum ist ein kommerzieller Raum.⁶¹⁶ Mit der Professionalisierung von YouTube und Social Media allgemein wurde er zunehmend monetarisiert.⁶¹⁷ Er ist von ökonomischen Strukturen durchzogen – Grenzen zwischen privat und öffentlich, persönlich und professionell, Meinung, Unterhaltung und Werbung werden undeutlich.⁶¹⁸ Geld wird durch Produktvermarktung (Content-Creator*innen) und Big Data (Plattform-Besitzer*innen) gemacht. Online-Sozialität ist van Dijck zufolge nicht das inhärente Ziel, sondern nur ein Mittel zum Zweck. Nur durch diesen digital-affektiven Verkehr, die emotionalisierende Funktionsweise der Sozialen Medien, könnten Manipulation von Daten und Monetarisierung profitabel stattfinden.⁶¹⁹

Für ihren Lebensunterhalt sind Content-Creator*innen von Aufrufen und Abonnements abhängig, die ihre Finanzierung von YouTube und Markensponsoring bedingen. Aufgrund ihrer prekären Arbeitsverhältnisse sind sie dem Publikumsgeschmack unterworfen und passen sich daher den Funktionsweisen und Trendlogiken der Plattformen an.⁶²⁰ Hinter den ephemeren Trends steht nicht bloß die gedankenlose Reproduktion von Inhalten, sondern ein ökonomisches Modell der finanziellen Abhängigkeit.⁶²¹ Das kapitalistische Funktionsgefüge der Sozialen Medien bedingt diese Mechanismen der Wiederholung.

Die Strukturen der Monetarisierung zeigen sich in der Fallstudie durch zugeschaltete Werbung, Kooperationen mit Unternehmen und der Vermarktung von Guerins eigener Produktpalette.⁶²² Bereits in den Videobeschreibungen finden sich Listen aller gezeigter Artikel sowie ein Link zum hauseigenen Webshop, den Produkten und Dienstleistungen der Influencerin. In Guerins meist aufgerufenem Video wird ein Sponsor vorgestellt, dem ein Segment von eineinhalb Minuten gewidmet wird.⁶²³ Die Influencerin ist außerdem darauf bedacht, in jedem Video auf ihre zahlungspflichtigen Kurse⁶²⁴ als wertvolle Ressource hinzuweisen. Durch Verwendung von reichweitengarantierenden Trend-Schlagworten und durch das Gratisangebot von bestimmten Inhalten soll Kundschaft für

⁶¹⁴ Vgl. Mark Andrejevic, *Infoglut: How Too Much Information Is Changing the Way We Think and Know*, New York: Routledge 2013, S. 53.

⁶¹⁵ Vgl. van Dijck, *The culture of connectivity*, S. 162.

⁶¹⁶ Vgl. Ebd., S. 159.

⁶¹⁷ Vgl. Döring, „Videoproduktion auf YouTube“, S. 964.

⁶¹⁸ Vgl. van Dijck, *The culture of connectivity*, S. 164. Dörre, *Mediale Entwürfe des Selbst*, S. 297.

⁶¹⁹ Vgl. van Dijck, *The culture of connectivity*, S. 162.

⁶²⁰ Vgl. Isabell Otto, *TikTok: Digitale Bildkulturen*, Berlin: Verlag Klaus Wagenbach 2023, S. 13.

⁶²¹ Vgl. Abidin, „Mapping Internet Celebrity on TikTok“, S. 79.

⁶²² Vgl. Döring, „Videoproduktion auf YouTube“, S. 964.

⁶²³ Vgl. „10 Tiny Micro Habits to Increase Your Feminine Energy“, TC 00:07:32-00:09:06.

⁶²⁴ Jillz Guerin, „Courses | Empower Your Journey“, *Jillz Guerin Courses*, <https://www.jillzguerin.com/courses>, Zugriff am: 18.08.2025.

weiterführendes Coaching angezogen werden. Wie Selbstbewusstsein wird auch *feminine energy* dadurch vermarktbar, dass es als erlernbar präsentiert wird.⁶²⁵ Das widerspricht zwar dem essentialistischen Konzept dahinter, ist allerdings für Profitgenerierung unumgänglich. Das Geschäft der *feminine energy* liegt schließlich in der Hoffnung auf Lebensverbesserung und Heilung.

Die Verantwortlichkeit für ihre Produktionsentscheidungen dreht Guerin um und legt sie als von ihrem Publikum bestimmt aus: Da *feminine energy* gut rezipiert wurde, hätte sie sich darauf fokussiert.⁶²⁶ Das Problem läge nach dieser Logik bei den Wünschen der Abnehmer*innen, nicht bei der Agenda der Produzent*innen, die ihre Ware (auch in Form von Content oder Dienstleistungen) schließlich verkäuflich gestalten müssten, um als Unternehmen bestehen zu bleiben. In der Praxis ist die Entscheidungsfreiheit im Konsum allerdings nicht so einfach.⁶²⁷ Weder können Konsumierende wirklich unabhängig und frei entscheiden, wie es ihnen die Weibliche-Wellness-Branche schmeichelhaft zuspricht,⁶²⁸ noch sind sie als naiv und leicht zu beeinflussen einzuordnen.⁶²⁹ Dynamiken von Angebot und Nachfrage sind gesellschaftlich geprägte Muster, die Machtverhältnissen reproduzieren.⁶³⁰

In dem Bewusstsein, dass die Unternehmen hinter den Plattformen am meisten von regem Online-Verkehr profitieren,⁶³¹ muss bedacht werden, dass Content-Creator*innen ihren Lebensunterhalt mit Sozialen Medien verdienen. Das ist kein Unterschied zu anderen Branchen wie beispielsweise Theaterveranstaltungen, da auch diese profitmotiviert sind.⁶³² Monetarisierung ist kein Marker für die Ungültigkeit der Inhalte. Was allerdings kritisch gesehen werden sollte, ist die Vermarktung von Dienstleistungen unter dem Versprechen von Heilung – statt hegemoniale Systeme sichtbar zu machen, werden dadurch Individuen pathologisiert.⁶³³

Viele der *feminine-energy*-Influencer*innen wie Guerin offerieren digitale Produkte, Kurse oder Coaching und stellen sicher, diese Angebote in jedem ihrer Videos zu erwähnen. Zwar wird niemand dazu gezwungen, irgendetwas käuflich zu erwerben, jedoch wird in den öffentlichen Inhalten eine gewisse Dringlichkeit für persönliche Veränderung geschaffen, die mit Angeboten hinter einer Zahlschranke schneller befriedigt werden soll. Persönliche Transformation wird kommodifiziert⁶³⁴ und kann nach dem New-Age-Glaubenssystem durch Konsum erreicht werden.⁶³⁵

⁶²⁵ Vgl. Banet-Weiser, *Empowered*, S. 94.

⁶²⁶ Vgl. „Navigating Masculine and Feminine Dynamics using Feminine Energy with Jillian Guerin“, TC 00:40:50.

⁶²⁷ Vgl. Favaro, „‘Just Be Confident Girls!’“, S. 292.

⁶²⁸ Vgl. Ebd.

⁶²⁹ Vgl. Dörre, *Mediale Entwürfe des Selbst*, S. 297.

⁶³⁰ Vgl. Laughren, „The unpopular (manosphere) men of popular feminism“, S. 66f.

⁶³¹ Vgl. van Dijck, *The culture of connectivity*, S. 164.

⁶³² Vgl. Dörre, *Mediale Entwürfe des Selbst*, S. 298.

⁶³³ Vgl. Young/Reynolds Jr., „You Can Be an Agent of Change“, S. 5.

⁶³⁴ Vgl. Ebd., S. 4.

⁶³⁵ Vgl. Redden, „The New Agents“, S. 34.

4.4. Konstruktion des neoliberalen Subjekts

Das „beste Leben“ und die „beste Version des Selbst“ werden in Selbsthilfe-Ratgebern als erstrebenswerte Schablonen konstruiert – die Pauschalität verhindert Individualität. Stattdessen wird *feminine energy* als Allheilmittel und singulärer Weg zum Erfolg präsentiert. In einer paradoxen Wendung findet hier gleichzeitig die Individualisierung systematischer Problematiken und die Verallgemeinerung ihrer Lösung in *feminine energy* statt. Die vielen präsentierten Selbstführungsstrategien wie beispielsweise Dankbarkeit würden zu *feminine energy* beitragen, die wiederum Bedingung für das „beste Leben“ (für Frauen*) sei.

Der neoliberale Feminismus kommuniziert vor allem Frauen* der Mittelklasse, dass sie selbst das Problem und zugleich die Lösung für ihr Lebensglück darstellen würden.⁶³⁶ Wahrliche Gleichberechtigung ist allerdings Rottenberg zufolge mit dem Neoliberalismus und Happiness-Turn nicht versöhnbar.⁶³⁷ Die hochgradig individualisierten Lösungsvorschläge blenden wichtige feministische Gesellschaftskritik an systematischer Oppression und dem Patriarchat aus. Der Aspekt des öffentlichen Wohls werde im neoliberalen Feminismus ignoriert und durch einen Fokus auf das selbstregierende weibliche Subjekt ersetzt.⁶³⁸ Das dient der Erhaltung des Glaubens an demokratische Versprechungen der Gleichstellung.⁶³⁹

Anhand von Yoga stellt Maja Figge die Frage, ob dessen westliche Übernahme neoliberale Selbstoptimierung unterlaufen würde oder ein Ausdruck derselben sei.⁶⁴⁰ Eine ähnliche Schwierigkeit zeigt sich im *feminine-energy*-Trend. Der Impetus des Zurücklehns und Entschleunigens spricht zwar gegen neoliberale Selbstoptimierung und die Hustle-Culture – im Endeffekt wird dennoch eine Form der Selbstverbesserung verlangt. Das Ziel sei das Erreichen des „höchsten Selbst“ und „besten Lebens“: Bestrebungen, die nicht nur dem Neoliberalismus dienlich sind, sondern durch das Vergeschlechtlichen der Inhalte auch dem Patriarchat.

Die „Responsibilisierung des Individuums“⁶⁴¹, die der Neoliberalismus mit sich bringt, führt dazu, dass strukturelle Bedingungen weniger kritisch betrachtet werden können. Andererseits ist Selbstsorge nach Foucault Voraussetzung für Sorge um die Welt.⁶⁴² Die individuelle Ebene zu beachten, muss nicht automatisch die kollektive Ebene auslöschen – jedoch kann ein übermäßiger Fokus dazu führen, alles andere auszublenden. Figge plädiert dafür, diese Ambivalenz zuzulassen: Ein Phänomen wie Yoga kann gleichzeitig für seine individualisierenden Tendenzen kritisiert werden, für das „Potenzial einer transformativen Selbstsorge“ anerkannt und als mikropolitische Praxis des Widerstandes gelesen

⁶³⁶ Vgl. Rottenberg, „The Rise of Neoliberal Feminism“, S. 432.

⁶³⁷ Vgl. Ebd., S. 433.

⁶³⁸ Vgl. Ebd., S. 431.

⁶³⁹ Vgl. Ebd., S. 432.

⁶⁴⁰ Vgl. Maja Figge, „«Doing Yoga». Zwischen neoliberaler und transformativer Selbstsorge“, *Zeitschrift für Medienwissenschaft* 13/24, 2021, S. 139–142, hier: S. 140.

⁶⁴¹ Ebd., S. 139.

⁶⁴² Vgl. Ebd.

werden.⁶⁴³ Bei *feminine energy* handelt es sich allerdings nicht bloß um eine einzelne Praxis, sondern um ein Konzept, das verschiedene Technologien der Selbstregierung wie Yoga inkludiert. Wenngleich Selbstsorge als eine wichtige, wenn auch individualisierende Praxis betrachtet wird, so darf hier nicht außer Acht gelassen werden, dass diese für *feminine energy* auf eine ganz bestimmte Art gelebt werden solle: Eine Art, die sich aus binären Stereotypen speist und Lebensglück mit geschlechtskonformem Verhalten gleichsetzt.

Dating-Tipps sind in den *feminine-energy*-Inhalten omnipräsent. Dennoch wird dabei häufig darauf beharrt, dass es bloß darum ginge, Frauen* eine bessere Lebensqualität zu ermöglichen.⁶⁴⁴ Es sei nur eine automatische Konsequenz der *feminine energy*, dass sogenannte maskuline oder „High Value“-Männer* für sich gewonnen und heteronormative, patriarchale Beziehungsstrukturen reproduziert werden. Der Effekt besteht womöglich nicht nur darin, Frauen* zu einem vermeintlich angenehmen Leben zu führen, sondern auch darin, sie sowohl für den wirtschaftlichen als auch für den romantischen Markt tauglich zu machen:⁶⁴⁵ die Formung des weiblichen Subjekts zu einem funktionstüchtigen Mitglied einer patriarchal neoliberalen Gesellschaft. *Feminine energy* präsentiert einen scheinbar geradlinigen Weg, in einer misogynen Welt im Frau*sein Erfolg zu haben. Und obwohl eine emanzipatorische Intention zum Wohl der Frau* behauptet wird, kann die *feminine-energy*-Lebensweise wiederum zum Vorteil des Patriarchats wirken. „This self-surveillance is a form of obedience to patriarchy“,⁶⁴⁶ schreibt Bartky in Bezug auf die Dynamiken weiblicher Unterdrückung. Hegemoniale Verhältnisse werden durch ihre Reproduktion gesichert und gleichzeitig unsichtbar gemacht.⁶⁴⁷

Feministische und neoliberale Konzepte werden im *feminine-energy*-Trend ähnlich wie in anderen weiblichen Selbstoptimierungstrends ausgehandelt. Obwohl Vertreter*innen leugnen würden, dass es sich um Selbstoptimierung handelt, erklären sie trotzdem das „höchste Selbst“ und „beste Leben“ zum Ziel.⁶⁴⁸ Die Konstruktion von Idealen und das konstante Streben danach kann zwar motivierend, durch das Verpflichtungsgefühl allerdings auch belastend und auslaugend wirken.⁶⁴⁹ Selbstoptimierung muss nicht unbedingt in Zahlen gemessen werden, als Technologie des Selbst kann sie auch in der Maximierung von Selbstbewusstsein⁶⁵⁰ und Glückseligkeit liegen, die durch die Effizienzkalkulation der persönlichen Ressourcen erreicht werden soll.⁶⁵¹ Der neoliberale Feminismus stärkt das meritokratische Gedankengut, dass Perfektion durch angemessene Anstrengungen erreicht werden könne.⁶⁵² Das Patriarchat wird durch die Bemühungen von Frauen* erhalten, alles für Beruf und Familie

⁶⁴³ Vgl. Ebd., S. 141.

⁶⁴⁴ Vgl. „HOW TO ACTIVATE YOUR FEMININE ENERGY *life changing*“, TC 00:01:57-00:03:01.

⁶⁴⁵ Vgl. Jilly Boyce Kay/Jacob Johanssen, „From femcels to ‘femcelcore’: Women’s involuntary celibacy and the rise of heteronihilism“, *European Journal of Cultural Studies* 0/0, 2024, S. 1–19, hier: S. 3.

⁶⁴⁶ Bartky, *Femininity and Domination*, S. 351.

⁶⁴⁷ Vgl. McRobbie, „Notes on the Perfect“, S. 10.

⁶⁴⁸ Vgl. Tiusanen, „Feeling grateful, kind, and empowered“, S. 3689.

⁶⁴⁹ Vgl. Nehring/Röcke, „Self-optimisation“, S. 8.

⁶⁵⁰ Vgl. Banet-Weiser, *Empowered*, S. 93.

⁶⁵¹ Vgl. Rottenberg, „The Rise of Neoliberal Feminism“, S. 428f.

⁶⁵² Vgl. McRobbie, „Notes on the Perfect“, S. 6.

zu geben, zu schaffen und zu sein. Das Narrativ, dass ihnen diese Erschöpfung guttun würde, wirkt daran mit⁶⁵³ und spiegelt sich auch in *feminine energy* wider. Die Hustle-Culture wird zwar abgelehnt, jedoch ist *feminine energy* auch eine Form von Selbstführung.

Optimierungspraktiken werden als Investition in die Selbstverbesserung gesehen, so kann auch der Kauf von *feminine-energy*-Kursen und ähnlichem gerechtfertigt werden.⁶⁵⁴ Äußere Einflüsse der Beratungs- und Steigerungsgesellschaft formen das Subjekt dahingehend, dass es normative Erwartungen internalisiert und sich selbstverantwortlich sieht.⁶⁵⁵

Die kommentierenden Influencer*innen Leigh und McCoy machen in ihrem kritischen YouTube-Video auf wichtige Punkte aufmerksam. *Feminine-energy*- und Dating-Coaches würden dazu raten, sich selbst als Produkt zu vermarkten, um Erfolg zu haben.⁶⁵⁶ Die Influencer*innen selbst tun dies, da sie von ihrem medialen Image leben – das unternehmerische Selbst findet seinen Weg allerdings auch in die Leben von Privatpersonen.⁶⁵⁷ Leigh und McCoy weisen darauf hin, dass auch Dating einen Markt darstellt.⁶⁵⁸ Beziehungen würden als bloße Transaktionen gesehen werden, was sich zum Beispiel in Dating Apps zeige.⁶⁵⁹ *Feminine energy* kann so als Ausdruck des Zeitgeistes im Hinblick auf die Kommodifizierung von Zwischenmenschlichkeit betrachtet werden.

Die persönliche Handlungsmacht, die auch New Age vermittelt, ist durchaus für Veränderung nötig. Wird allerdings die Vorstellung aufrechterhalten, man könne völlige Autonomie in der persönlichen Realität erreichen, führt das zu weiterem Schweigen über soziale Ungerechtigkeit. Dennoch zeigt die Popularität von New Age, dass ein ernstzunehmendes Bedürfnis nach einem anderen, besseren Weg der Lebensführung besteht.⁶⁶⁰ Auf Spiritualität und Magie wird für Orientierung und ein Machtgefühl zurückgegriffen. Sie werden als Bewältigungsstrategie von Hilflosigkeit und den überbordenden Handlungsmöglichkeiten verwendet – was nicht prinzipiell abzulehnen ist, so Pohl im Interview.⁶⁶¹ Allerdings wird bei *feminine energy* für diese Orientierung in der Welt auf veraltete Rollenbilder und Wertvorstellungen zurückgegriffen. Durch klare Handlungsempfehlungen wird die komplexe Welt in Dualismen simplifiziert.⁶⁶² Subkulturen, Aesthetics und andere Kategorisierungen von Menschen bieten ähnlich wie Religion Ansätze der Welterklärung, wie bereits in Kapitel 2.2 dargelegt.⁶⁶³ Sie schaffen

⁶⁵³ Vgl. Ebd., S. 7.

⁶⁵⁴ Vgl. Gülzau/Mau, „Selbstoptimierung, Selbstverwirklichung, investive Statusarbeit“, S. 30.

⁶⁵⁵ Vgl. Straub, *Das optimierte Selbst*, S. 117.

⁶⁵⁶ Vgl. „TikTok’s ‚Feminine Energy‘ Dating Coaches Are Destroying Relationships“, TC 00:36:42.

⁶⁵⁷ Vgl. Klein, *Doppelgänger*, S. 74.

⁶⁵⁸ Vgl. „TikTok’s ‚Feminine Energy‘ Dating Coaches Are Destroying Relationships“, TC 00:38:30.

⁶⁵⁹ Vgl. Ebd., TC 00:58:55.

⁶⁶⁰ Vgl. Redden, „The New Agents“, S. 50.

⁶⁶¹ Vgl. „Feminine Energie und ihre (wirklich) dunklen Seiten“, TC 00:19:30.

⁶⁶² Vgl. Ebd., TC 00:07:50.

⁶⁶³ Vgl. Giolo/Berghman, „The aesthetics of the self“, S. 2.

Sinnhaftigkeit in einer fragmentierten, unsicheren Realität – auch in Form von Manosphere- und Konspirationalitäts-Ideologien,⁶⁶⁴ die zu Hass, Misogynie oder Rassismus führen können.

4.4.1 Identitätsbildung durch *feminine energy*

Um festzustellen, inwiefern Gender und die Optimierung des Selbst im Social-Media-Trend *feminine energy* in Zusammenhang stehen, werde ich in diesem Kapitel darauf eingehen, wie und wodurch im *feminine-energy*-Trend Identität hergestellt wird. Identität hängt nicht nur mit Repräsentation zusammen, sondern auch mit dem vermittelnden Gefüge: „Identität ist damit auch eine Frage nach ihren Medien.“⁶⁶⁵ In den betrachteten Praktiken zur Herstellung von *femininer Energie* tauchen die von Bartky definierten Kategorien der Produktion von körperlicher Femininität auf.⁶⁶⁶ Die Formung des Körpers zeigt sich in vorgeschlagenen sportlichen Aktivitäten.⁶⁶⁷ Der Körper als Oberfläche wird im Tipp, sich nett anzuziehen, thematisiert.⁶⁶⁸ Und schließlich werden Gesten und Verhaltensweisen in Ideen wie der Verlangsamung von Bewegungen gestaltet.⁶⁶⁹ Diese Techniken werden zur Konstitution des femininen Körpers definiert.⁶⁷⁰

Da *feminine energy* den Körper übersteigt, zielen die Tipps nicht bloß auf Äußerlichkeit ab. Stattdessen soll sowohl die subjektive Wahrnehmung als auch die individuelle Lebensführung angepasst und verändert werden, um dem Projekt der Femininität zu dienen. Als weitere Kategorie sehe ich daher mentale Selbstregulierung in den Ratschlägen, was Influencer*innen als Mindset bezeichnen würden. Wie schon die körperliche Arbeit wird auch die psychische Arbeit von sozioökonomischen Voraussetzungen mitgeprägt. Die verfügbaren Ressourcen sind unterschiedlich verteilt⁶⁷¹ – wie bereits argumentiert, können sich beispielsweise viele Menschen keine bezahlte Haushaltshilfe leisten und haben nicht die Kapazitäten, viel Zeit in der Natur zu verbringen⁶⁷² oder regelmäßig bestimmte teure Hobbys zu praktizieren.⁶⁷³

In den vorgeschlagenen Praktiken stecken hierarchische Strukturen. *Feminine energy* und ihre Methoden können wie Selbstbewusstsein als Technologien des Selbst gesehen werden.⁶⁷⁴ Als Regierungstechnologien werden sie dem Subjekt nahegelegt und tragen zu seiner Vergesellschaftung bei. So prägen sie sowohl das soziale Verhalten von Menschen als auch deren Verhältnis zu sich selbst.⁶⁷⁵ Patriarchale Strukturen tragen zu Formung des spezifischen *feminine-energy*-Rollenbildes bei, das

⁶⁶⁴ Vgl. Ward/Voas, „The Emergence of Conspiratoriality“, S. 103.

⁶⁶⁵ Michael Andreas/Natascha Frankenberg (Hg.), *Im Netz der Eindeutigkeiten: Unbestimmte Figuren und die Irritation von Identität*, Bielefeld: transcript Verlag 2013, S. 9.

⁶⁶⁶ Vgl. Bartky, *Femininity and Domination*, S. 343.

⁶⁶⁷ Vgl. „HOW TO ACTIVATE YOUR FEMININE ENERGY *life changing*“, TC 00:03:01.

⁶⁶⁸ Vgl. „10 Tiny Micro Habits to Increase Your Feminine Energy“, TC 00:03:45.

⁶⁶⁹ Vgl. Ebd., TC 00:13:33.

⁶⁷⁰ Vgl. Bartky, *Femininity and Domination*, S. 343.

⁶⁷¹ Vgl. Ebd., S. 346.

⁶⁷² Vgl. „HOW TO ACTIVATE YOUR FEMININE ENERGY *life changing*“, TC 00:03:54.

⁶⁷³ Vgl. „Feminine, High Value Hobbies to LEVEL UP in 2025“.

⁶⁷⁴ Vgl. Gill/Orgad, „The Confidence Cult(ure)“, S. 324.

⁶⁷⁵ Vgl. Bührmann/Schneider, *Vom Diskurs zum Dispositiv*, S. 113f.

wiederum erstere legitimiert. Bell hooks macht darauf aufmerksam, dass Selbsthilfe häufig bestimmte sexistische Ideen transportiert und naturalisiert:

„Much popular self-help literature normalizes sexism. Rather than linking habits of being, usually considered innate, to learned behavior that helps maintain and support male domination, they act as though these differences are not value laden or political but are rather inherent and mystical.“⁶⁷⁶

Die Performanz von Femininität ist wie die meisten gesellschaftlichen Strukturen weitgehend naturalisiert. Nach Butlers Verständnis ist Gender allerdings performativ sowie historisch und sozial bedingt.⁶⁷⁷ Dass es freiwillig oder „natürlich“ sei, wird durch die Absenz eines formalen Regelwerks scheinbar bestätigt und verschleiert den machtsstrukturellen Nutzen von praktizierter Weiblichkeit.⁶⁷⁸ Um das hierarchische System aufrechtzuerhalten, muss Gender auf eine konventionelle Art und Weise performt werden. Dynamiken, die durch *feminine energy* reproduziert werden, sichern die patriarchalen Verhältnisse, die durch einen offeneren Umgang mit Genderidentität herausgefordert werden.⁶⁷⁹

Im *feminine-energy*-Trend wird Geschlecht durch Selbstmanagement hergestellt und übersteigt so das Denken über Gender in den Kategorien von natürlich und künstlich.⁶⁸⁰ Einerseits versucht die Beschreibung der Energie als Essenz, ihre Existenz zu naturalisieren, andererseits werden Ratschläge erteilt, wie man diese vergeschlechtlichte Energie auszuagieren habe. Es ergibt Sinn, dass *feminine energy* an Frauen* gerichtet wird, schließlich sind diese die primären Optimierungssubjekte des Neoliberalismus.⁶⁸¹ Neoliberale und postfeministische Dynamiken artikulieren sich im *feminine-energy*-Trend durch Selbstregierungstechnologien und das Rückführen struktureller Probleme zu individuellen Ursachen und Lösungen. Die Technologien des Selbst umspannen den Körper, das Denken, Fühlen, Verhalten, sowie die eigene Wahrnehmung und Identität. Die meisten Aspekte einer Person finden sich in den Ratschlägen der *feminine energy* wieder, die als holistisches Konzept zu begreifen ist.

Zwar wird nicht immer eine konkrete Vorgabe gemacht, jedoch werden Beispiele als Vorschläge gebracht, die eine bestimmte Konnotation und Wirkung haben. Wenn als Exempel für Körperbewegung das Tanzen angeführt wird,⁶⁸² hat das einen anderen Effekt als Boxen. Liegt das spezifisch Feminine nicht in dem Tipp selbst, so wird es zumeist in Beispielen impliziert. Und entgegen der Behauptung, *feminine energy* sei mühelos, fließend, automatisch und das Loslassen von Kontrolle, wird Frauen* ein Selbstmanagement abverlangt, das in kleinste Details, in „Micro Habits“, hineinreicht. Es wird vorgegeben, mit welchen Aktivitäten und welchem Mindset man das Leben verbringen solle: Wie man auf einen Gefallen (von Männern*) reagieren soll, wie die Hüften beim Gehen bewegt werden sollen und wie man die eigenen Gedanken und Wahrnehmungsweisen verändern solle.⁶⁸³ Das Versprechen ist

⁶⁷⁶ bell hooks, *All about love: new visions*, New York: Harper Collins 2018, S. 154.

⁶⁷⁷ Vgl. Butler, „Performative Acts and Gender Constitution“, S. 358.

⁶⁷⁸ Vgl. Bartky, *Femininity and Domination*, S. 348f.

⁶⁷⁹ Vgl. Banet-Weiser, *Empowered*, S. 3.

⁶⁸⁰ Vgl. Seier, *Mikropolitik der Medien*, S. 169.

⁶⁸¹ Vgl. Tiusanen, „Feeling grateful, kind, and empowered“, S. 3689.

⁶⁸² Vgl. „The *Ultimate* Beginner’s Guide to ACTIVATING FEMININE ENERGY“, TC 00:17:47.

⁶⁸³ Vgl. „10 Tiny Micro Habits to Increase Your Feminine Energy“.

schließlich kein geringeres, als vollkommene Erfüllung, das „höchste Selbst“ und das „beste Leben“. Sich in solche Passformen zu zwingen, könnte in Anbetracht dessen als kleines Opfer gesehen werden.

4.4.2 Polarisierung als Prinzip der *feminine energy*

Ein Grundprinzip, auf dem die Logik von *feminine energy* aufbaut, ist Polarität. Laut einigen Influencer*innen könnten *feminine* und *masculine energy* auch mit anderen Gegensätzen wie oben und unten, heiß und kalt⁶⁸⁴ oder linker und rechter Gehirnhälfte⁶⁸⁵ verglichen werden. Im Narrativ der *feminine energy* tauchen vielerlei Dualismen auf. Zuerst werden alle Menschen in das binäre System von Frau* und Mann* eingeordnet. Das Individuum selbst wird in maskulinen und femininen Anteilen gedacht, was an Carl Jungs psychologische Idee von Anima und Animus erinnert, welche allerdings weder explizit erwähnt wird noch inhaltlich mit der Theorie übereinstimmt.⁶⁸⁶ Als Aesthetic wird *feminine energy* in *dark* und *light* unterteilt, die als eine buchstäbliche Schwarz-Weiß-Spaltung interpretiert werden kann. Weiters wird das Selbst in das gegenwärtige Selbst und das „höchste Selbst“ gegliedert. Und zuletzt kann der Online-Avatar als eine digitale Spiegelung des Selbst gesehen werden, eine andere Ich-Version zu Repräsentationszwecken.⁶⁸⁷

Eine binär-vergeschlechtlichte Denkweise und die esoterische Simplifizierung durch *feminine energy* führen zu einem eingeschränkten Weltbild, das auch Selbstverwirklichungsräume begrenzt.⁶⁸⁸ Rigide kognitive Strukturen wie diese werden zudem im Zusammenhang mit extremen ideologischen Einstellungen gesehen,⁶⁸⁹ und tragen so zur fortschreitenden politischen Polarisierung bei. Dieses binäre Denken diagnostiziert Klein in ihrem Buch *Doppelgänger* in vielen Aspekten der Gesellschaft. So schreibt sie über die Spaltung der Gesellschaft:

„Individuen, die sich nicht von nachvollziehbaren Prinzipien oder Überzeugungen leiten lassen, sondern als Mitglieder von Gruppen agieren, die die Rolle des Yin gegenüber dem Yang der anderen Gruppe spielen – Gesunde gegen Schwache; Wache gegen Schlafschafe; Rechtschaffene gegen Depraviierte. Binaritäten, wo einst das Denken wohnte.“⁶⁹⁰

Das Sinnbild von Yin und Yang, das in der *feminine energy* häufig herangezogen wird, steht hier ebenfalls für Dualismus. Doch es ist nicht nur ein Symbol für Polarität, sondern auch für Polarisierung – nicht nur für gegenseitige Vervollständigung, sondern auch für eine klare Spaltung. Auch bell hooks geht in *All About Love* auf dieses Bild ein:

⁶⁸⁴ Vgl. „RELATIONSHIPS: the NO B.S. guide to masculine & feminine ENERGY“, TC 00:01:30.

⁶⁸⁵ Vgl. Ebd., TC 00:06:30.

⁶⁸⁶ Vgl. Carl G. Jung/Marie-Louise von Franz (Hg.), *Der Mensch und seine Symbole*, Olten/Freiburg im Breisgau: Walter-Verlag¹² 2003, S. 177.

⁶⁸⁷ Vgl. Klein, *Doppelgänger*, S. 21.

⁶⁸⁸ Vgl. Paechter, „Masculine femininities/feminine masculinities“, S. 262.

⁶⁸⁹ Vgl. Leor Zmigrod et al., „Cognitive Inflexibility Predicts Extremist Attitudes“, *Frontiers in Psychology* 10/2019, S. 10.

⁶⁹⁰ Klein, *Doppelgänger*, S. 22.

„Much fancy footwork takes place to make it seem that New Age mystical evocations of yin and yang, masculine and feminine androgyny, and so on, are not just the same old sexist stereotypes wrapped in more alluring and seductive packaging.“⁶⁹¹

So wird Fürsorge häufig als weibliche Qualität naturalisiert statt als erlerntes Verhalten gesehen – hooks sieht dieses Argument vor allem in antifeministischer Selbsthilfeliteratur in Verwendung. Sie führt die in New-Age-Erzählungen mystifizierte Genderbinarität auf die Reproduktion bestehender Stereotype zurück.⁶⁹² *Feminine energy* kann durch seine Essentialisierung von Gender potenziell als antifeministisch gelten. Der Vergleich mit Weiningers Abhandlung von 1903 wurde in dieser Arbeit gezogen, um aufzuzeigen, dass sich verwandte Muster und Legitimierungsstrategien bereits zu dieser Zeit in der populären Rezeption wiederfanden. Schon Weininger bestand auf sexistische Rollenbilder, naturalisiert diese und wertete Frauen* systematisch ab.⁶⁹³ Ein Internetphänomen wie *feminine energy*, das als Trend im Mainstream-Gedankengut landet, ist exemplarisch dafür zu sehen, wie sich der aktuelle öffentliche Diskurs um Gender entwickelt.

Auf Basis von Genderessentialismus und der aus der Manosphere gespiegelten Behauptung der grundsätzlichen Polarität von Männern* und Frauen* oder feminin und maskulin würde ich den *feminine-energy*-Trend als Phänomen der Femosphere oder zumindest in einem engen Verhältnis zu ihr einordnen.⁶⁹⁴ Somit lässt sich sagen, dass bestimmte Ausprägungen von *feminine energy* als defensive Reaktionen gegenüber misogynen Anfeindungen gesehen werden können.⁶⁹⁵ Doch nicht nur gegen die Manosphere, auch gegen die Hustle-Culture positioniert sich *feminine energy*, was ein weiteres Argument der Verwandtschaft zum reaktionären Feminismus der Femosphere darstellt.⁶⁹⁶ Zusätzlich wird in der Tradition des neoliberalen Feminismus darauf beharrt, dass das eigene Wohlbefinden in der alleinigen Verantwortung des Individuums läge.⁶⁹⁷

Komplexitätsreduzierende, binäre Geschlechterbilder, wie auch *feminine energy* eines darstellt, schränken das Welt- und Selbstbild stark ein.⁶⁹⁸ Der Trend unterstützt Genderstereotype als Ideale und offeriert simplifizierte Lösungen aller Lebensprobleme. Dadurch werden die systematischen Wurzeln dieser Probleme verdeckt und ein genderessentialistischer Glaube verstärkt, der in Form von toxischen Beziehungsdynamiken oder der Legitimierung von Patriarchat und Neoliberalismus realen Schaden anrichten kann. Zusätzlich dazu kann *feminine energy* auch wie andere New-Age-Konzepte als Pipeline zu extremeren Inhalten und politischer Radikalisierung fungieren.⁶⁹⁹

⁶⁹¹ hooks, *All about love*, S. 155.

⁶⁹² Vgl. Ebd.

⁶⁹³ Vgl. Hannelore Bublitz (Hg.), *Das Geschlecht der Moderne: Genealogie und Archäologie der Geschlechterdifferenz*, Frankfurt/New York: Campus Verlag² 2021, S. 35.

⁶⁹⁴ Vgl. Kay, „The reactionary turn in popular feminism“, S. 10.

⁶⁹⁵ Vgl. Ebd., S. 8.

⁶⁹⁶ Vgl. Ebd., S. 2.

⁶⁹⁷ Vgl. Rottenberg, „The Rise of Neoliberal Feminism“, S. 420.

⁶⁹⁸ Vgl. Paechter, „Masculine femininities/feminine masculinities“, S. 262.

⁶⁹⁹ Vgl. Ward/Voas, „The Emergence of Conspirituality“, S. 103.

5. Conclusio

Die Performanz von Femininität zu optimieren, normativ vorzugeben und weibliche Unsicherheit zu bewirtschaften ist ein kapitalistisches Kalkül.⁷⁰⁰ *Feminine Energie* ist als Life-Coaching-Prinzip fest mit dem meritokratischen Gedanken und dem neoliberalen Kapitalismus verknüpft. Mit der Individualisierung wird die Lösung aller Probleme des Subjekts durch *feminine energy* in seine eigenen Hände gelegt. Das Patriarchat, die Unterdrückung der Frauen* und strukturelle Ungleichheit werden dabei ausgeblendet oder nur angedeutet – und statt ihnen den Kampf anzusagen, wird eine Strategie des Umgangs mit diesem System präsentiert. Die Frau* soll sich selbst zu einem funktionierenden Element des neoliberalen, patriarchalen Kapitalismus formen.⁷⁰¹

Obwohl darauf bestanden wird, dass *feminine energy* nichts mit Gender zu tun habe, wird gleichzeitig darauf beharrt, dass in den meisten Fällen das energetisch überwiegende Geschlecht mit dem biologisch und sozial zugeschriebenen Geschlecht übereinstimmt. Spezifiziert wird dabei allerdings nicht, inwiefern das Transpersonen inkludiert, was ein weiterer Punkt für Kritik sein könnte. Mit Absicht wird sich keiner absoluten Formulierung bedient, die Argumentationen bleiben vage und anekdotenhaft.

Das Problem des *feminine-energy*-Trends ist erstens, dass er als Begründung der Naturalisierung von Genderstereotypen verwendet werden kann, die Frauen* in einer submissiven Rolle positionieren. *Feminine Energie* dient der Essentialisierung von Geschlecht und wirkt als Geschlechterstereotyp gleichzeitig deskriptiv und präskriptiv.⁷⁰² Obwohl sie (post- und populär-)feministische Aspekte enthält, vertritt *feminine energy* die von Eckes formulierte stereotypische Unterteilung in die warme Expressivität von Weiblichkeit und die kompetente Instrumentalität von Männlichkeit.⁷⁰³ Als ihre Reproduktion fördert *feminine energy* diese Stereotype sowie damit einhergehende soziale Rollen und Status. Diese Präskription von Verhalten unterstützt die Aufrechterhaltung einer patriarchalen Gesellschaft. So ist der *feminine-energy*-Trend als ein Mechanismus zur Stabilisierung der Geschlechterhierarchien zu sehen, der sich als Deskription von *feminine-energy*-Frauen* ausgibt, aber präskriptive Absichten hegt.⁷⁰⁴ Wie in dieser Arbeit deutlich gemacht wurde, wird Geschlecht durch *feminine energy* als historische Situation reproduziert.⁷⁰⁵ Damit gehen bestimmte Möglichkeiten und Einschränkungen der Handlungsfreiheit einher, die sich vor allem in Relation zum anderen Geschlecht im Kontext von heteronormativen Beziehungen und Dating manifestieren.

⁷⁰⁰ Vgl. Klein, *Doppelgänger*, S. 291.

⁷⁰¹ Vgl. Kay/Johanssen, „From femcels to ‘femcelcore‘“, S. 3.

⁷⁰² Vgl. Eckes, „Geschlechterstereotype: Von Rollen, Identitäten und Vorurteilen“, S. 171.

⁷⁰³ Vgl. Ebd., S. 172.

⁷⁰⁴ Vgl. Ebd., S. 173.

⁷⁰⁵ Vgl. Butler, „Performative Acts and Gender Constitution“, S. 354.

Zweitens wird im Trend dualistisches Schwarz-Weiß-Denken gefördert, das einfache Lösungen für komplexe Probleme bietet⁷⁰⁶ und so das Weltbild simplifiziert und einschränkt.⁷⁰⁷ Diese kognitive Unbeweglichkeit begünstigt extremistische Haltungen.⁷⁰⁸ Die Argumentation in den Langformvideos auf YouTube, die den Großteil meines Korpus bilden, sind zum Teil nuanciert und bieten einige durchaus nützliche Ratschläge zur Lebensführung. Dennoch werden die Tipps binär vergeschlechtlicht präsentiert und Behauptungen wie Balance durch andere Aussagen wie die 80/20-Regel negiert. Zudem fragmentieren und simplifizieren sich die Anschauungen in den Kurzform-Inhalten auf TikTok, die die YouTube-Beitragszahlen verzehnfachen.⁷⁰⁹ Vor allem die sogenannten Aesthetics *dark* und *light feminine energy* behandeln das Thema oberflächlich und substanzlos.

Drittens individualisiert *feminine energy* systematische Probleme und schlägt in neoliberaler Art vor, die eigene Erlösung in sich selbst zu finden. Durch die Internalisierung der Missstände wird der Fokus der Veränderung auf das Subjekt gerichtet. Darin stimmen Neoliberalismus, New Age sowie Pop- und Postfeminismus überein. Auch nützt das dem Patriarchat: Das Streben nach Transformation und Verbesserung wird im Individuum umgesetzt, was die dahintersteckenden Strukturen entlastet und verschleiert. Die Technologien der *feminine energy* reproduzieren sie sogar.

Viertens unterliegt der Trend ökonomischen Bedingungen. Plattformaffordanzen, Algorithmen und Monetarisierung begünstigen die virale Verbreitung von populärem Gedankengut. Umsatz wird durch die Vermarktung von Produkten gemacht, was nur mit digitaler Reichweite funktioniert, die durch die (Re-)Produktion dessen entsteht, was breit rezipiert wird. Die Algorithmen unterstützen populäre und virale Inhalte, damit sie noch mehr gesehen werden und Nutzer*innen mehr Zeit auf den Plattformen verbringen. Dadurch können die Konzerne mehr Daten sammeln, durch die sie wiederum Geld verdienen. *Feminine energy* ist in diesem Gedankengang nur eine Strategie von vielen, User*innen online zu halten. Sie funktioniert gut dafür: Das gewohnte Konzept von binär gedachtem Gender wurde ästhetisiert und in den spirituell-esoterischen Zeitgeist verpackt, sodass es visuell ansprechend, frisch und zugänglich wirkt. Dennoch ist es nicht neu – die Anknüpfungspunkte an das Bekannte wie Geschlecht und Spiritualität begünstigen eine einfache Rezeption weiter.

Doch warum kommt dieser Trend so gut an? Was wird hier angesprochen, das so verzweifelt gesucht und gierig angenommen wird? Vielleicht ist es die simple, handlungsfähige Lösung von gesellschaftlichen Problemen, die zu groß erscheinen, um sie in Angriff zu nehmen. Die Suche nach dem sozialen Ideal von Glückseligkeit und Selbstbewusstsein scheint durch *feminine energy* im Sinne jeglicher Selbsthilfe-Versprechungen erfüllt zu werden. Die Unzufriedenheit von Frauen* in einer Gesellschaft, die sie strukturell benachteiligt, wird auf etwas zurückgeführt, das nicht nur als individuell

⁷⁰⁶ Vgl. Sarah Pohl in „Feminine Energie und ihre (wirklich) dunklen Seiten“, TC 00:07:50.

⁷⁰⁷ Vgl. Paechter, „Masculine femininities/feminine masculinities“, S. 262.

⁷⁰⁸ Vgl. Zmigrod et al., „Cognitive Inflexibility Predicts Extremist Attitudes“, S. 1.

⁷⁰⁹ #feminineenergy auf YouTube rund 70.000 Beiträge, auf TikTok rund 700.000 Beiträge, Stand 07.06.2025.

veränderbar verhandelt wird, sondern scheinbar auch nur minimale Anpassungen geringen Aufwandes erfordert – deshalb könnte auch Guerins Video *10 Tiny Micro Habits to Increase Your Feminine Energy* mit über 2 Millionen Aufrufen so erfolgreich gewesen sein.

Inwiefern werden also im *feminine-energy*-Trend Gender und die Optimierung des Selbst in einen Zusammenhang gestellt? Das Selbst soll durch *feminine energy* auf eine Art optimiert werden, die das Fortbestehen von Genderbinarität, Patriarchat und Neoliberalismus sichert. Während dies auf verschiedene Arten schädlich ist, kann *feminine energy* auch als eine Reaktion auf die aktuelle gesellschaftliche Komplexität und Fragilität gelesen werden. Durch klare Handlungsanweisungen und Kategorisierung von Menschen wird versucht, Orientierung in einer unsicheren, fragmentierten Lebensrealität zu schaffen. Unter dem Deckmantel von esoterischer und popfeministischer Lebensberatung werden mit *feminine energy* genderessentialisierendes Gedankengut reproduziert und der Individualismus der neoliberalen Gegenwart gestützt.

6. Verzeichnisse

6.1 Bibliografie

- Abidin, Crystal, „Mapping Internet Celebrity on TikTok: Exploring Attention Economies and Visibility Labours“, *Cultural Science* 12/1, 2020, S. 77–103.
- Ademi, Gresa, „Divine Feminine: TikTok-Trend will Geschlechterrollen wieder cool machen“, *ZEITJUNG* 29.07.2023, <https://www.zeitjung.de/divine-feminine-tiktok-trend-patriarchat-geschlechterrollen-frauen-maenner/>, Zugriff am: 02.04.2025.
- Ajmal, Sharmien, „Charting Youth Subcultures, Identity Formation, and Niche Aesthetics in the Age of Social Media“, *Journal of English Literature and Cultural Studies* 5/1, 2024, S. 32–41.
- Andreas, Michael/Frankenber, Natascha (Hg.), *Im Netz der Eindeutigkeiten: Unbestimmte Figuren und die Irritation von Identität*, Bielefeld: transcript Verlag 2013.
- Andrejevic, Mark, *Infoglut: How Too Much Information Is Changing the Way We Think and Know*, New York: Routledge 2013.
- Baird, Jordan, „Mob-Wife: The Changing Landscape of Social Media’s Most Popular Aesthetics“, *THE GANNON KNIGHT*, <https://gannonknight.com/23887/arts-leisure/mob-wife-the-changing-landscape-of-social-medias-most-popular-aesthetics/>, Zugriff am: 18.08.2025.
- Banet-Weiser, Sarah, *Empowered: Popular Feminism and Popular Misogyny*, Durham: Duke University Press 2018.
- Bartky, Sandra Lee, *Femininity and Domination: Studies in the Phenomenology of Oppression*, New York: Routledge 2015.
- Berlant, Lauren, „Cruel Optimism“, *differences* 17/3, 2006, S. 20–36.
- Birch, Kean et al. (Hg.), *Handbook of Neoliberalism*, London: Routledge 2016.
- Bloom, Peter, *The Ethics of Neoliberalism: The Business of Making Capitalism Moral*, New York: Routledge 2017.
- Bourdieu, Pierre, *Die männliche Herrschaft*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 2010.
- Brechlin, Alexandra, „Divine Feminine: So toxisch ist der TikTok-Trend wirklich“, *Cosmopolitan* 26.09.2023, <https://www.cosmopolitan.de/divine-feminine-so-toxisch-ist-der-tiktok-trend-wirklich-132998.html>, Zugriff am: 02.04.2025.
- Bublitz, Hannelore (Hg.), *Das Geschlecht der Moderne: Genealogie und Archäologie der Geschlechterdifferenz*, Frankfurt/New York: Campus Verlag² 2021.
- Bührmann, Andrea D./Schneider, Werner, „Mehr als nur diskursive Praxis? Konzeptionelle Grundlagen und methodische Aspekte der Dispositivanalyse.“, *Forum: Qualitative Social Research / Qualitative Sozialforschung* 8/2, 2007, S. 1–25.
- Bührmann, Andrea D./Schneider, Werner, *Vom Diskurs zum Dispositiv: Eine Einführung in die Dispositivanalyse*, Bielefeld: transcript Verlag 2015.
- Butler, Judith, „Performative Acts and Gender Constitution“, *Feminist theory reader: local and global perspectives*, hg. v. Carole R. McCann, New York, London: Routledge⁵ 2021, S. 353–361.

- Carstensen, Tanja, „Social Media: Zwischen Selbstrepräsentation und Unsichtbarkeit, Empowerment und Sexismus“, *Handbuch Medien und Geschlecht*, hg. v. Johanna Dorer et al., 2023, S. 381–392.
- Chemaly, Soraya, *Rage becomes her: the power of women's anger*, New York/London/Toronto/Sydney/New Delhi: Atria Paperback 2019.
- Chou, Mark et al., *Political Meritocracy and Populism: Cure or Curse?*, London: Routledge 2019.
- Connell, Raewyn, *Der gemachte Mann: Konstruktion und Krise von Männlichkeiten*, Wiesbaden: Springer Fachmedien 2015.
- Dauer, Diana, „Wie Glitzer-Esoterik das Patriarchat wieder attraktiv machen will“, *Kurier* 08.06.2025, <https://kurier.at/kolumnen/dauerzustand/sexismus-esoterik-energie-weibliche-maennliche-energie-instagram-tiktok/403047413>, Zugriff am: 14.06.2025.
- Davies, William, *The happiness industry: how the government and big business sold us well-being*, London/New York: Verso 2015.
- Döring, Nicola, „Videoproduktion auf YouTube: Die Bedeutung von Geschlechterbildern“, *Handbuch Medien und Geschlecht*, hg. v. Johanna Dorer et al., Springer VS, Wiesbaden 2023, S. 963–973.
- Dörre, Robert, *Mediale Entwürfe des Selbst: Audiovisuelle Selbstdokumentation als Phänomen und Praktik der sozialen Medien*, Marburg: Büchner-Verlag 2022.
- Eckes, Thomas, „Geschlechterstereotype: Von Rollen, Identitäten und Vorurteilen“, *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung: Theorie, Methoden, Empirie*, hg. v. Ruth Becker/Beate Kortendiek, Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften² 2008, S. 171–182.
- Favaro, Laura, „‘Just Be Confident Girls!’: Confidence Chic as Neoliberal Governmentality“, *Aesthetic Labour: Rethinking Beauty Politics in Neoliberalism*, hg. v. Ana Sofia Elias et al., London: Palgrave Macmillan UK 2017, S. 283–299.
- Figge, Maja, „«Doing Yoga». Zwischen neoliberaler und transformativer Selbstsorge“, *Zeitschrift für Medienwissenschaft* 13/24, 2021, S. 139–142.
- Gill, Rosalind/Orgad, Shani, „The Confidence Cult(ure)“, *Australian Feminist Studies* 30/86, 2015, S. 324–344.
- Ging, Debbie, „Alphas, Betas, and Incels: Theorizing the Masculinities of the Manosphere“, *Men and Masculinities* 22/4, 2019, S. 638–657.
- Giolo, Guilherme/Berghman, Michaël, „The aesthetics of the self: The meaning-making of Internet aesthetics“, *First Monday* 28/3, 2023.
- „Google Trends ‚feminine energy‘ und ‚masculine energy‘“, <https://trends.google.com/trends/explore?date=all&q=masculine%20energy,feminine%20energy&hl=de>, Zugriff am: 30.09.2025.
- Guerin, Jillz, „Courses | Empower Your Journey“, *Jillz Guerin Courses*, <https://www.jillzguerin.com/courses>, Zugriff am: 18.08.2025.
- Guerin, Jillz, „for the soft life girls“, *Jillz Guerin Shop*, <https://jillz-guerin-shop.fourthwall.com/en-eur>, Zugriff am: 18.08.2025.

- Guerin, Jillz, „The Dream Woman Bundle: Meditation + Workbook“, *Jillz Guerin Shop*, <https://www.jillzguerin.com/shop/p/the-dream-woman-bundle-meditation-workbook>, Zugriff am: 18.08.2025.
- Gülzau, Fabian/Mau, Steffen, „Selbstoptimierung, Selbstverwirklichung, investive Statusarbeit: Zur Verkopplung dreier Praxisformen.“, *Zeitschrift für Pädagogik* 66/1, 2020, S. 29–35.
- Hall, Stuart, „Notes on Deconstructing “the Popular” [1981]“, *Essential Essays, Volume 1*, hg. v. David Morley, New York: Duke University Press 2018, S. 347–361.
- Hanisch, Carol, „The Personal Is Political“, *Notes from the Second Year: Women’s Liberation* 1970, S. 76–78.
- Hartmann, Uwe, „Sigmund Freud and His Impact on Our Understanding of Male Sexual Dysfunction“, *The Journal of Sexual Medicine* 6/8, 2009, S. 2332–2339.
- Hilmes, Carola, *Die Femme fatale: ein Weiblichkeitstypus in der nachromantischen Literatur*, Stuttgart: J.B. Metzler 1990.
- hooks, bell, *All about love: new visions*, New York: Harper Collins 2018.
- Jäger, Margarete, „Diskursanalyse“, *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung: Theorie, Methoden, Empirie*, hg. v. Ruth Becker/Beate Kortendiek, Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften 2010, S. 386–391.
- Jung, Carl G./Franz, Marie-Louise von (Hg.), *Der Mensch und seine Symbole*, Olten/Freiburg im Breisgau: Walter-Verlag¹² 2003.
- Kay, Jilly Boyce, „The reactionary turn in popular feminism“, *Feminist Media Studies* 0/0, 2024, S. 1–18.
- Kay, Jilly Boyce/Johanssen, Jacob, „From femcels to ‘femcelcore’: Women’s involuntary celibacy and the rise of heteronihilism“, *European Journal of Cultural Studies* 0/0, 2024, S. 1–19.
- King, Vera et al. (Hg.), *Lost in Perfection: Impacts of Optimisation on Culture and Psyche*, London: Routledge 2018.
- Klein, Naomi, *Doppelgänger: eine Analyse unserer gestörten Gegenwart*, Frankfurt am Main: S. FISCHER 2024.
- Koc, Alican, *Memetic Aesthetics: Value, Virality, and Vibeology in the Age of Digital Social Media*, Quebec: McGill University 2024.
- Laughren, Finola, „The unpopular (manosphere) men of popular feminism“, *Continuum* 39/1, 2025, S. 63–78.
- Lou, Chen, „Social Media Influencers and Followers: Theorization of a Trans-Parasocial Relation and Explication of Its Implications for Influencer Advertising“, *Journal of Advertising* 51/1, 2022, S. 4–21.
- Mahdawi, Arwa, „Unleash your masculine energy the Mark Zuckerberg way!“, *The Guardian* 18.01.2025, <https://www.theguardian.com/commentisfree/2025/jan/18/mark-zuckerberg-masculine-energy>, Zugriff am: 19.11.2025.

- Mamié, Robin et al., „Are Anti-Feminist Communities Gateways to the Far Right? Evidence from Reddit and YouTube“, *Proceedings of the 13th ACM Web Science Conference 2021*, New York: Association for Computing Machinery 2021, S. 139–147.
- Marwick, Alice E./Caplan, Robyn, „Drinking male tears: language, the manosphere, and networked harassment“, *Feminist Media Studies* 18/4, 2018, S. 543–559.
- Mattheis, Ashley A., „#TradCulture: Reproducing whiteness and neo-fascism through gendered discourse online“, *Routledge Handbook of Critical Studies in Whiteness*, hg. v. Shona Hunter/Christi van der Westhuizen, London: Routledge 2021.
- McRobbie, Angela, „Notes on the Perfect“, *Australian Feminist Studies* 30/83, 2015, S. 3–20.
- Mecke, Alice, „Divine Feminine: Warum der TikTok-Trend toxisch ist“, *desired.de* 10.08.2023, <https://www.desired.de/lifestyle/divine-feminine/>, Zugriff am: 02.04.2025.
- Meyers, Marian (Hg.), *Neoliberalism and the Media*, New York: Routledge 2019.
- Nehring, Daniel/Röcke, Anja, „Self-optimisation: Conceptual, discursive and historical perspectives“, *Current Sociology* 72/6, 2024, S. 1069–1087.
- Neuwirth, Dagmar Annemarie, *Ariosophische Geheimgesellschaften des frühen 20. Jahrhunderts als Nährboden der nationalsozialistischen Rassenideologie*, Wien: Universität Wien 1990.
- Oostland, Desireé, „Verherrlicht der ‚Divine Feminine‘-Trend alte Rollenklischees – oder steckt mehr dahinter?“, *STYLEBOOK* 03.08.2023, <https://www.stylebook.de/body-health/self-love/verherrlicht-der-divine-feminine-trend-alte-rollenklischees-oder-steckt-mehr-dahinter>, Zugriff am: 08.03.2025.
- Otto, Isabell, „Gefolgschaftsgefüge: ‚Following/Follower‘-Relationen in Social Media am Beispiel von TikTok“, *Following: Ein Kompendium zu Medien der Gefolgschaft und Prozessen des Folgens*, hg. v. Anne Ganzert et al., Berlin/Boston: De Gruyter 2023.
- Otto, Isabell, *TikTok: Digitale Bildkulturen*, Berlin: Verlag Klaus Wagenbach 2023.
- Paechter, Carrie, „Masculine femininities/feminine masculinities: power, identities and gender“, *Gender and Education* 18/3, 2006, S. 253–263.
- Paulus, Stefan, *Das Geschlechterregime: Eine intersektionale Dispositivanalyse von Work-Life-Balance-Maßnahmen*, Bielefeld: transcript Verlag 2014.
- Redden, Guy, „The New Agents: Personal transfiguration and radical privatization in New Age self-help“, *Journal of Consumer Culture* 2/1, 2002, S. 33–52.
- Rottenberg, Catherine, „The Rise of Neoliberal Feminism“, *Cultural Studies* 28/3, 2014, S. 418–437.
- Seier, Andrea, *Mikropolitik der Medien*, Berlin: Kulturverlag Kadmos 2019.
- Seier, Andrea/Peters, Kathrin, *Gender & Medien-Reader*, Zürich/Berlin: Diaphanes 2016.
- Stauff, Markus, „Regierungstechnologie“, *Handbuch der Mediologie: Signaturen des Medialen*, hg. v. Christina Bartz et al., München: Wilhelm Fink 2012, S. 227–236.
- Stollfuß, Sven/Weich, Andreas, „Digitale Medien und Dispositivanalyse“, *Handbuch Digitale Medien und Methoden*, Wiesbaden: Springer VS 2023, S. 1–23.

Straub, Jürgen, *Das optimierte Selbst*, Gießen: Psychosozial-Verlag 2019.

Tiusanen, Kaisa, „Feeling grateful, kind, and empowered: rules of feeling in Instagram’s #womenswellness digital intimate public“, *Feminist Media Studies* 23/8, 2023, S. 3687–3704.

Tufekci, Zeynep, „YouTube, the Great Radicalizer“, *The New York Times* 10.03.2018, <https://www.nytimes.com/2018/03/10/opinion/sunday/youtube-politics-radical.html>, Zugriff am: 02.09.2025.

van Dijck, José, *The culture of connectivity: a critical history of social media*, New York: Oxford University Press 2013.

Van Valkenburgh, Shawn, „Digesting the Red Pill: Masculinity and Neoliberalism in the Manosphere“, *Men and Masculinities* 24/1, 2021, S. 84–103.

vom Orde, Heike, „Geschlechterdarstellungen in den Medien: eine unendliche (Klischee-)Geschichte“, *BPJMAKTUELL* 2/2020, S. 9–14.

Ward, Charlotte/Voas, David, „The Emergence of Conspirituality“, *Journal of Contemporary Religion* 26/1, 2011, S. 103–121.

Weininger, Otto, *Geschlecht und Charakter: Eine prinzipielle Untersuchung*, Wien/Leipzig: K. u. k. Hof- u. Universitätsbuchhändler 1903.

York, Michael, *The A to Z of New Age Movements*, Lanham: Scarecrow Press 2009.

Young, Stephanie L./Reynolds Jr., D’Arcy J., „You Can Be an Agent of Change: The Rhetoric of New Age Self-Help in Enlightened“, *Western Journal of Communication* 81/1, 2017, S. 1–20.

Zmigrod, Leor et al., „Cognitive Inflexibility Predicts Extremist Attitudes“, *Frontiers in Psychology* 10/2019.

6.2 Mediagrafie

„4 Feminine Qualities Men Find WILDLY Attractive ⚡“, R.: Jillz Guerin, 23.04.2023, <https://www.youtube.com/watch?v=8-8b8dOS4ls>, Zugriff am: 11.12.2025.

„5 Habits Men Find Wildly UNATTRACTIVE“, R.: Jillz Guerin, 20.04.2025, <https://www.youtube.com/watch?v=-BMLXM2TB8c>, Zugriff am: 07.12.2025.

„5 Mindset Shifts to RADIATE FEMININE ENERGY 💖“, R.: Jillz Guerin, 01.09.2024, <https://www.youtube.com/watch?v=kTqUSDBIBWg>, Zugriff am: 30.10.2025.

„5 unique habits you need to tap into your feminine energy“, R.: Tam Kaur, 22.11.2024, https://www.youtube.com/watch?v=MTOnC5E4txY&list=PLLw0XFhlqdaOC_f5tML39yk3qpJTjXs6S&index=20, Zugriff am: 15.03.2025.

„6 Productivity Hacks to Live a SOFT LIFE 🌸“, R.: Jillz Guerin, 06.04.2025, <https://www.youtube.com/watch?v=2b1ipkv0IFY>, Zugriff am: 12.09.2025.

„7 Simple, Life-Changing Habits to Become *THAT GIRL*“, R.: Jillz Guerin, 08.12.2024, <https://www.youtube.com/watch?v=jg7HdXSLQpc>, Zugriff am: 12.09.2025.

- „8 Habits of CLASSY & ELEGANT Women“, R.: Jillz Guerin, 09.02.2025,
https://www.youtube.com/watch?v=Ifj_na-Eft8, Zugriff am: 07.09.2025.
- „10 Tiny Micro Habits to Increase Your Feminine Energy“, R.: Jillz Guerin, 26.11.2023,
<https://www.youtube.com/watch?v=4ouRqv9-0X0>, Zugriff am: 20.08.2025.
- „12 Tiny Micro Habits That *Actually* Improved My Life“, R.: Jillz Guerin, 01.10.2023,
https://www.youtube.com/watch?v=z7M6_XIPsf4, Zugriff am: 06.09.2025.
- „Alpha Males und ihre Maschen - mit @wastarasagt“, *Im Namen der Hose - der Sexpodcast von PULS*,
 R.: Ariane Alter, Kevin Ebert, 24.02.2024, <https://www.br.de/mediathek/podcast/im-namen-der-hose-der-sexpodcast-von-puls/alpha-males-und-ihre-maschen-mit-wastarasagt/2090398>,
 Zugriff am: 05.09.2025.
- „Being a queen is your birthright“, R.: Thewizardliz, 02.01.2022,
<https://www.youtube.com/watch?v=t9506JGYNDs>, Zugriff am: 19.11.2025.
- „EMBODYING FEMININE ENERGY: the key to becoming a POWERFUL WOMAN - YouTube“, R.:
 Nessa, Nessa_kh 17.11.2024, <https://www.youtube.com/watch?v=JPLv91ypn2M>, Zugriff am:
 25.11.2025.
- „Feminine Energie und ihre (wirklich) dunklen Seiten“, R.: BRUST RAUS, 05.06.2023,
<https://www.youtube.com/watch?v=1HtjyhtYts>, Zugriff am: 09.09.2025.
- „Feminine Energy‘ is the new girl science and it’s...something.“, R.: Tara Mooknee, 01.05.2024,
<https://www.youtube.com/watch?v=ZlVe12Lzumk>, Zugriff am: 27.05.2025.
- „Feminine, High Value Hobbies to LEVEL UP in 2025“, R.: Jillz Guerin, 26.01.2025,
<https://www.youtube.com/watch?v=ciFAGPYcXyk>, Zugriff am: 17.11.2025.
- „feminine/masculine energy‘ WTF“, R.: Simone Simmons, 30.01.2023,
https://www.youtube.com/watch?v=OCpFlPz2I_8, Zugriff am: 09.09.2025.
- Guerin, Jillz, „Feminine Energy - YouTube Playlist“,
<https://www.youtube.com/playlist?list=PLEpWISE3r7XHG4o29GKOzJF2b-MzVDBak>,
 Zugriff am: 07.12.2025.
- „Healing Wounded Feminine Energy“, R.: Alexis Smith, awwlexis, 16.01.2023,
<https://www.youtube.com/watch?v=eAmJb76pq4Q&t=1217s>, Zugriff am: 17.10.2025.
- „High status feminine energy secrets“, R.: Alia Zarei, 01.05.2025,
<https://www.youtube.com/watch?v=C3FCZVcElxE>, Zugriff am: 25.11.2025.
- Hofstätter, Melanie, „Feminine Energy YouTube Korpus“,
https://www.youtube.com/playlist?list=PLLw0XFhlqdaOC_f5tML39yk3qpJTjXs6S, Zugriff
 am: 25.11.2025.
- „How to Activate your Feminine Energy and Manifest Anything“, R.: Brianna Nie, 01.01.2025,
<https://www.youtube.com/watch?v=8GhViJIRdHA>, Zugriff am: 25.11.2025.
- „HOW TO ACTIVATE YOUR FEMININE ENERGY *life changing*“, R.: Jillz Guerin, 09.11.2020,
<https://www.youtube.com/watch?v=ntdAGm7fbis>, Zugriff am: 20.08.2025.
- „How to *ACTUALLY* be a HIGH VALUE WOMAN“, R.: Jillz Guerin, 22.05.2022,
https://www.youtube.com/watch?v=sT3zIV5_xx0, Zugriff am: 11.08.2025.

- „How to *actually* MASTER YOUR EMOTIONS (and stop reacting)“, R.: Jillz Guerin, 21.07.2024, <https://www.youtube.com/watch?v=SRQSkRPIHtg>, Zugriff am: 23.10.2025.
- „How to *actually* QUANTUM LEAP (and change your reality)“, R.: Jillz Guerin, 07.07.2024, <https://www.youtube.com/watch?v=PY2RYIOWEFs>, Zugriff am: 17.11.2025.
- „How to Be In Feminine Energy at Work | Become More Radiant & Happy“, R.: Alexis Smith, awwlexis, awwlexis 29.09.2022, <https://www.youtube.com/watch?v=QS5vbVy4P9E>, Zugriff am: 25.11.2025.
- „How to be more FEMININE | *simple* ways to tap into your feminine energy“, R.: Trinity, TRINDINGTOPIC 12.02.2024, <https://www.youtube.com/watch?v=gwWEwNVGGIM>, Zugriff am: 25.11.2025.
- „How to Build Your DREAM BUSINESS in Your Feminine Energy“, R.: Jillz Guerin, 31.03.2024, <https://www.youtube.com/watch?v=S875INYVFjE>, Zugriff am: 07.12.2025.
- „How to dress like a high-value woman and radiate FEMININE ENERGY“, R.: Vickita Trivedi, 04.02.2024, https://www.youtube.com/watch?v=inMrKL1_vog, Zugriff am: 07.09.2025.
- „HOW TO HAVE LUCKY GIRL SYNDROME: a *realistic* guide to getting luckier in life“, R.: Jillz Guerin, 22.01.2023, <https://www.youtube.com/watch?v=HUHqycGA9Og>, Zugriff am: 17.11.2025.
- „HOW TO MANIFEST ANYTHING USING FEMININE ENERGY ✨ create your dream life + get what you want!“, R.: Jillz Guerin, 16.07.2023, <https://www.youtube.com/watch?v=WTgxYwPEIiI>, Zugriff am: 07.12.2025.
- „How to manipulate men“, R.: Margarita Nazarenko, 08.10.2022, <https://www.youtube.com/watch?v=SWqXAaGiDRo>, Zugriff am: 05.09.2025.
- „How To RADIATE Feminine Energy *life changing*“, R.: Jasmyne Theodora, 20.11.2021, https://www.youtube.com/watch?v=U_QDGGlQkWE&t=74s, Zugriff am: 24.11.2024.
- „How to Receive PRINCESS TREATMENT 🏰“, R.: Jillz Guerin, 20.08.2023, <https://www.youtube.com/watch?v=ijcyFG6ApHk>, Zugriff am: 19.11.2025.
- „How To Stay High Value When a Man Pulls Away or Becomes Distant“, R.: Lisa Glamour, 04.11.2024, https://www.youtube.com/watch?v=_II32_OM40U, Zugriff am: 26.11.2025.
- „How To STAY in Your Feminine Energy Even When You are TRIGGERED by a Man“, R.: Lisa Glamour, 14.10.2024, <https://www.youtube.com/watch?v=EKdPH-Ay3SI>, Zugriff am: 07.09.2025.
- „how to step into dark feminine energy“, R.: Lana Vish, 31.10.2023, <https://www.youtube.com/watch?v=s2Ku-hvGVmQ>, Zugriff am: 17.11.2025.
- „IS HE MARRIAGE MATERIAL!? 10 traits of a high value man“, R.: Jillz Guerin, 17.04.2022, <https://www.youtube.com/watch?v=wbdC77CF0aM>, Zugriff am: 11.08.2025.
- „Jillz Guerin auf TikTok (@jillzguerin)“, *TikTok*, <https://www.tiktok.com/@jillzguerin>, Zugriff am: 23.09.2025.
- „Jillz Guerin auf YouTube (@jillzguerin)“, *YouTube*, 2020, <https://www.youtube.com/@JillzGuerin>, Zugriff am: 17.11.2025.

- „Joe Rogan Experience #2255 - Mark Zuckerberg“, R.: Joe Rogan, *The Joe Rogan Experience*, 10.01.2025, <https://www.youtube.com/watch?v=7k1chaE0bdU>, Zugriff am: 19.11.2025.
- „Master Detachment & Watch Everything Chase You.“, R.: Margarita Nazarenko, 17.02.2025, <https://www.youtube.com/watch?v=mUJjZEvwwPQ>, Zugriff am: 23.10.2025.
- „Men Are Being Played! Otto Weininger Tried to Warn You!“, R.: Philosofos, 20.05.2025, https://www.youtube.com/watch?v=YOp1_fD5ZI, Zugriff am: 27.08.2025.
- „MORNING HABITS THAT ARE KILLING YOUR FEMININE ENERGY // feminine morning routine tips“, R.: Jillz Guerin, 13.06.2021, <https://www.youtube.com/watch?v=wXI586Ula2I>, Zugriff am: 11.12.2025.
- „Navigating Masculine and Feminine Dynamics using Feminine Energy with Jillian Guerin“, R.: Margarita Nazarenko, 23.12.2024, <https://www.youtube.com/watch?v=vv66srE8Wns>, Zugriff am: 07.09.2025.
- „Perfect example of dark and light feminine 🧘‍♀️💫 #feminine #celebrity #model #goviral #shorts“, R.: Yunam, 26.03.2024, <https://www.youtube.com/watch?v=OWt8n9SwgMk>, Zugriff am: 11.11.2025.
- „Quantum Physics Is the KEY to Your Dream Life | Quantum Physics Made Easy“, R.: Alexis Smith, awwlexis, awwlexis 23.01.2025, <https://www.youtube.com/watch?v=9wLPOBawATM>, Zugriff am: 25.11.2025.
- „RELATIONSHIPS: the NO B.S. guide to masculine & feminine ENERGY“, R.: Clark Kegley, 21.04.2021, <https://www.youtube.com/watch?v=Vv9RYgPr1m8>, Zugriff am: 05.09.2025.
- „The Art of *Subtle* Seduction“, R.: Jillz Guerin, 11.02.2024, <https://www.youtube.com/watch?v=--U5ufm0nVQ>, Zugriff am: 19.11.2025.
- „The Feminine Way To Build WEALTH“, R.: Jillz Guerin, 27.04.2025, <https://www.youtube.com/watch?v=0aB-7ZadMhw>, Zugriff am: 30.09.2025.
- „The Physiology of Feminine Energy“, R.: Fera Soleil, FERALUXE 23.03.2023, https://www.youtube.com/watch?v=qc0kRRvIQ_g, Zugriff am: 17.11.2025.
- „The *Ultimate* Beginner’s Guide to ACTIVATING FEMININE ENERGY“, R.: Jillz Guerin, 23.03.2025, <https://www.youtube.com/watch?v=I0zsuBZuG9M>, Zugriff am: 20.08.2025.
- „TikTok’s ,Feminine Energy‘ Dating Coaches Are Destroying Relationships“, R.: Taylor Leigh, @The Antibot 23.05.2025, <https://www.youtube.com/watch?v=bJrj51mImxA>, Zugriff am: 27.05.2025.
- „TIKTOKS FEMININE ENERGY SEKTE: weibliche Andrew Tates“, R.: Marie Joan, 26.05.2024, <https://www.youtube.com/watch?v=UW3CuIT107c>, Zugriff am: 09.09.2025.
- „Transform Your Finances & Face Using Feminine Energy (Womb Codes Inside)“, R.: Yazamin, 25.03.2025, <https://www.youtube.com/watch?v=4eYfWyuASZ8>, Zugriff am: 25.11.2025.
- „What Everyone Gets WRONG About Feminine Energy“, R.: Jillz Guerin, 25.09.2022, <https://www.youtube.com/watch?v=Qv1RdcrRsB0>, Zugriff am: 11.12.2025.

6.3 Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Trendverlauf anhand der Anzahl von YouTube-Videos aus dem feminine-energy-Korpus in Halbjahresschritten (Grafik von Laetitia Fritz)	80
Abb. 2: Anteile der von mir zugewiesenen Kategorien an dem feminine-energy-Korpus auf YouTube (Grafik von Laetitia Fritz)	81

7. Anhang

Die folgenden Kommentare sind unter dem YouTube-Video *10 Tiny Micro Habits to Increase Your Feminine Energy* von Jillz Guerin⁷¹⁰ zu finden, Stand 15.05.2025.

Nr. 327, Kommentar von @fennecxx1: „Saying feminine energy is about not brains but the body seems very very wrong to me. [...] Shake yo booty, don't use your brain much, be more about looks, ask for help for the things you can do yourself, wait for your alpha man to open up the doors for you?! seriously? Could you just stop! Why do we even need feminine or masculine energy for and who decides what is feminine and what is masculine? [...] We should really stop trying to be someone we're not.“

Nr. 455, Kommentar von @bluea3183: „The most of these tipps are great to improve your life. But why does it have to be under the name of ‚feminine energy‘? For me, it doesn't make sense to split or judge an individual growing process of a person, in to categories like feminine and masculine. [...]“

Nr. 481, Kommentar von @wradraws: „,-take a walk in your neighborhood...listening to music...‘
👁👁👁 I don't think that's safely possible hun...“

Nr. 485, Kommentar von @dianeaisamunday9125: „This is rich people talk. Not everything you have to do is monetized?? Hah! I have bills to pay, little girl. Femininity is a privilege of the upper class.“

Nr. 515, Kommentar von @NateWilliams-dn7nf: „This the red pill for women, lmaooo“

Nr. 516, Kommentar von @NateWilliams-dn7nf: „Bro just be yourself. Stop with all this feminine, masc energy bs. There are no traits that are uniquely female or male. If you think there are it's just b/c you've been socialized/brainwashed to think so. Gender norms are really sexist and regressive.“

Nr. 689, Kommentar von @abigailowes4290: „You make women sound brain dead“

Nr. 701, Kommentar von @AineBoshell: „Brave of you to assume that just cos I reach a door after a man he will hold it open for me“

Nr. 709, Kommentar von @quibusquabus: „Tbh, many of these Tips are good for people of all genders. I don't think grouping things like Energy and Habits into ‚feminine‘ and ‚masculine‘ is helpful, because

⁷¹⁰ „10 Tiny Micro Habits to Increase Your Feminine Energy“.

it deprives men from dressing up, enjoying fiction books and asking for help, and deprives women from building stability and fostering productivity. A balance is needed. Also, this is a very binary approach. Gender is a spectrum, not an either or.“

Nr. 790, Kommentar von @jeniferjohnson374: „Loosening up is essential for femininity but straight up swinging your hips very closely resembles a loose girl appeal. It's a fine line. It's classier to just be natural-not stiff or swinging your hips either.“

Nr. 841, Kommentar von @SweetPerfumeGirl: „What if i have ADHD and it is very difficult for me to not do anything? And i like to do stuff 🤔 or like be productive“

Nr. 882, Kommentar von @thejessicarabbit: „I like a lot of this, but I can open a door. I hope my partner wouldn't think I was incapable of opening a door. Why can't you be feminine and open the door for him? Can't you see how that perpetuates the idea that women are weaker than men?“

Nr. 912, Kommentar von @marianalar1: „So many things I have been doing wrong. Never too late to start.“

Nr. 1073, Kommentar von @iyengarromasha: „Ah the habit of moving your hips while walking! I truly love to do that. My mood constantly lifts up when I walk that way, especially if I'm wearing heels.“

Nr. 1456, Kommentar von @daifukurinn: „If you don't have issues, I highly advise against ‚swaying your hips‘ if that's not your natural gait, aka the way you walk. Often times, we have to train people to not ‚drop their hips‘ in PT, especially if they're coming in with hips/back pain but still fair game to look at for people with knee and ankle issues as well. Just a suggestion.“