

## Essay

# FITNESS UND DIE SOZIALEN MEDIEN

Faye Holle

Wie wird Fitness in den sozialen Medien dargestellt?

„Make your body the sexiest outfit you own“- schon seit Jahrzehnten ist Fitness in der deutschen Gesellschaft etabliert und das Ideal eines schlanken Körpers wird zunehmend relevanter. Immer mehr Menschen sind dem gesellschaftlichen Druck ausgesetzt, einen gesunden, fitten und durchtrainierten Körper zu haben: „Make your body the sexiest outfit you own“- ein Motivationsspruch, der beschreibt, dass ein geformter, trainierter Körper, der in Szene gesetzt wird, heutzutage als „sexy“ gilt und es somit jedermanns Ziel sein sollte, seinen Körper zu perfektionieren, der sodann metaphorisch gesehen nicht einmal mehr ein Outfit bedarf. Besonders in den Medien wie Instagram und Youtube steigt die Anzahl an Fitnessinfluencern stark an und vermeintliche Fitnessposts in seinem Feed kann man nur noch schwer vermeiden (Instagram, 2021). Vor allem seit der Corona Pandemie im Jahr 2020 lässt sich ein extremer Fitnessboom im sozialen Netz erkennen. Wie wird Fitness demnach auf Instagram und Youtube dargestellt? Was für eine Rolle spielen Fitnessinfluencer für Menschen im Alltag? Wie lässt sich der Wandel des Schönheitsideals beurteilen? Für ein besseres Verständnis der Thematik wird vorab kurz auf die Entwicklung von Fitness im Allgemeinen eingegangen. Der Fokus richtet sich dann auf die Zeit seit Beginn der Corona-Pandemie. Anhand einer Influencerin wird das Ausmaß des Einflusses, welches auf Instagram ausgeübt wird, analysiert. Ebenfalls wird Bezug zu einem Historiker genommen.

Der Ursprung der Fitnessgeschichte liegt in der Turnbewegung, organisiert von Friedrich Ludwig Jahn in Deutschland um 1810. Ziel war es, eine fitte Bürgerwehr zu schaffen, um den Krieg gegen Napoleon zu gewinnen. Auch später im Nationalsozialismus war es das Ziel, einen starken „arischen Körper“ zu erschaffen. Nach dem Zweiten Weltkrieg kam die Idee von Turn und Sportvereinen, wie auch „Clubs“ in den USA auf. Dies ist mit den heutigen Fitnessstudios zu vergleichen. In den 70er Jahren begann sodann die moderne Fitnessindustrie. Die Fitnessangebote in den „Clubs“ wurden vielfältiger und besonders die beiden Idole Arnold Schwarzenegger (Bodybuilding) und Jane Fonda (Aerobic) motivierten die Menschen zum Fitnesstreiben. In den 80er Jahren kam es dann regelrecht zum „Fitnessboom“: Die Anzahl der neueröffneten Fitnessstudios stieg rasant an (Zeppenfeld, 2021). Während im Jahr 2003 noch 4,38 Millionen Menschen Mitglied eines Fitnessstudios waren, erreichte 2019 seinen Höhepunkt mit 11,66 Millionen

Mitgliedern. Seit der Corona-Pandemie im Jahr 2020 und den damit verbundenen Studioschließungen lässt sich ein Rückgang der Mitglieder erkennen (Zeppenfeld, 2021).

Welche Alternativen tun sich während der Studioschließungen auf? Es sind die Medien, wie zum Beispiel die Plattform Instagram, die einem neue Fitnessinspirationen geben. Täglich trifft man auf kurz abgefilmte Videos, in denen beliebte Fitnessübungen und Ausschnitte von Homeworkouts gezeigt werden, die sodann auf Youtube hochgeladen werden. Auch Livestreams, bei denen gemeinsam trainiert werden kann, sind immer beliebter.

Was für einen unglaublichen Profit vor allem Influencer machen, wird nun anhand der Fitnessinfluencerin Pamela Reif demonstriert.

Pamela Reif, geboren 1996 in Karlsruhe, ist wohl eine der bekanntesten Fitnessinfluencerin weltweit (Huber, 2020). Seit 2012 ist sie auf Instagram aktiv, wo sie vorerst Fotos und Videos von Landschaften und Essen, später dann auch von Fitnessübungen hochlädt. Wie auch andere Influencer, profitiert Pamela von der Corona Pandemie und dem damit verbundenen Lockdown. Während sie beispielsweise zu Beginn der Pandemie 4,6 Millionen Follower auf Instagram hatte, lassen sich jetzt knapp 8 Millionen Begeisterte zählen (Lenz, 2020). Grund für diesen rasanten Anstieg sind hier vor allem ihre Trainingspläne, die sie seither wöchentlich neu zusammenstellt und in ihrer „Pam App“ hochlädt. Diese sind, wie auch die Videos auf Youtube, für alle frei zugänglich. Für jedermann ist etwas dabei: So kann zwischen dem „Beginner Friendly“, dem „30min per day“, „45min per day“ oder dem „Fat Burn/45 min“ Plan gewählt werden, alle Einheiten mit unterschiedlichem Schwierigkeitsgrad. Pamela begleitet die Menschen in ihrem Alltag. Ihr Ziel ist es, zu motivieren und die Menschen von einem gesunden und ausgewogenen Lebensstil zu überzeugen. Pamela selbst ist gerade einmal 24 Jahre alt, ein eindeutiger Grund dafür, warum sie so viele junge Menschen erreicht. "Die Follower nehmen scheinbar am Leben des Influencers teil wie am Leben eines Freundes." (Gründel & van Treeck, 2019). Schließlich gewährt die junge Karlsruherin ihren Zuschauern täglich Einblick in ihr Leben. In ihren Instagramstories zeigt sie sich beim Trainieren, beim Ausprobieren neuer Rezepte, beim Weiterentwickeln ihrer „Pam App“, sie macht Werbung für Fitnessprodukte, wie zum Beispiel die „Hej Riegel“ und gewährt ihren Followern Einblick in ihre neu entworfenen Kleiderkollektionen. Auch Livestreams, bei denen sie mit ihren Zuschauern gemeinsam backt, kocht und trainiert, werden immer beliebter (Reif, 2021)

„Früher wäre niemand auf die Idee gekommen, nach der Arbeit Joggen zu gehen“, so der Historiker Jürgen Martschukat über „Das Zeitalter der Fitness“ (Martschukat, 2019). Heutzutage ist es völlig normal, nach der Arbeit noch eine Runde im Park zu laufen oder einen Abstecher ins Fitnessstudio zu machen. Schließlich geht es neben dem Spaß am Sport vor allem auch darum, „sich selbst zu überwinden und am

eigenen Körper zu arbeiten. Und damit leistungsfähiger, erfolgreicher und letztlich ein besserer Mensch zu werden“ (Martschukat, 2019).

Wie kam es zu solch einer Veränderung des gesellschaftlichen Denkens über Fitness? Wie der Historiker beobachten konnte, lag das an einer politischen und ökonomischen Veränderung der Gesellschaft. Mit der Ölkrise und der Produktionskrise in den 70er Jahren baute der Sozialstaat ab und nun war es die Aufgabe der Bürger selbst, sich eigenverantwortlich um ihre Gesundheit und die Optimierung des eigenen Körpers zu kümmern (neoliberalistische Werte): „Schlanke Unternehmen, schlanker Staat, schlanke Körper“ (Martschukat, 2019). Somit verbreitet sich immer mehr die gesellschaftliche Anforderung, selbstbestimmt an seiner Fitness und seinem Körper zu arbeiten; wer fit ist, sieht auch fit aus. Anhand von Körperform und Körperfett lässt sich demnach feststellen, wer fit ist und wer nicht.

Eine schlanke Person wird sogleich als fit eingestuft und deshalb als Mitglied der Gesellschaft anerkannt. Ein Beispiel zur Veranschaulichung: Für ein Vorstellungsgespräch bewerben sich eine schlanke und eine dicke Person. Dabei entscheidend ist der erste Eindruck, worunter vor allem das Auftreten und das Aussehen fallen. Während man mit der schlanken Person gleich eine verantwortungsbewusste und aufgeweckte Persönlichkeit verbindet, die „immer auf Zack“ ist und der man zutraut, dass sie ihre Aufgaben im Job gut bewältigen wird, scheint die dicke Person eher träge und unmotiviert, obwohl es vielleicht überhaupt nicht so ist. Hier spielt also der „sexy body“ eine große Rolle. Eine fitte, trainierte und definierte Person fühlt sich optimaler Weise wohl in ihrem eigenen Körper, was heißt, dass sie ihren geformten Körper gerne auch mal betont und in Szene setzt. Dadurch wird der Body zum Outfit. Gleichzeitig wird dem Gegenüberstehenden signalisiert, wie wohl sich die Person in ihrem eigenen Körper fühlt. Sie strahlt eine andere Art an Selbstbewusstsein und Attraktivität aus, denn sie weiß, dass sie dem Idealbild entspricht und somit gute Chancen hat, das Angebot für den Job zu bekommen. Martschukat sieht, wie Fitness in unserer heutigen Gesellschaft nicht mehr wegzudenken ist und beschreibt den gesellschaftlichen Druck, dem Schlankheitsideal gerecht zu werden, um somit Anerkennung von anderen Mitmenschen zu erlangen und sich seine gesellschaftliche und politische Teilhabe zu sichern.

Was treibt einen zum Fitnesstreiben an? Ganz einfach: Andere sehen, die einen „perfekten“ Körper haben und die einen motivieren, diesen „perfekten“ Körper ebenfalls zu erstreben. Und wo sieht man in Szene gesetzte Frauen und Männer am häufigsten? In den sozialen Medien wie Instagram. Auf Pamelas Account sind beispielsweise mehr als die Hälfte ihrer Beiträge Bilder und Videos, wo man ihren trainierten Körper erkennen kann. Entweder Posen in Bikinis am Strand, in Sport Bras und kurzer Sporthose vor, während und nach dem Training oder in brauchfreiem Top und Shorts (Reif, 2021). Überall liegt der Fokus auf ihrem

definierten Körper und ihren Muskeln. In ihren Videos wird das Bild vermittelt, dass alles perfekt an ihr ist. Ihre langen, blonden, gelockten Haare schwingen von Seite zu Seite. Ihr makellostes Gesicht ist meistens auch während des Trainings geschminkt und eine Anstrengung während des Workouts lässt sie sich selten anmerken. Nach ihrer Trainingseinheit startet sie eine Umfrage in ihrer Instagram Story, wer ebenfalls trainiert hat und wer nicht. Alle Follower sollen somit motiviert werden, noch ein Workout zu absolvieren, wenn sie es nicht schon getan haben. Während Pamelas Fans also täglich an ihrem Leben teilhaben, gibt sie ihnen ebenfalls das Gefühl, auch an ihrem Leben teilzunehmen. Sie repostet und kommentiert Beiträge und gibt somit Feedback, worüber sich die Fans freuen und sich motiviert und anerkannt fühlen.

Mittlerweile kann man einem Großteil der Menschen unterstellen, heutzutage überwiegend Fitness nur deshalb zu betreiben, um den eigenen Körper zu formen und diesen daraufhin auf den sozialen Plattformen zu präsentieren. Hierbei geht es dann nicht mehr darum, für sich selber fit zu sein und gesund zu bleiben, sondern eher den anderen zu beweisen, dass man etwas für seine Körperform tut und darauf hinstrebt, den Idealen gerecht zu werden. Obwohl man doch eigentlich weiß, dass man beeinflusst wird und vieles wahrscheinlich auch überhaupt nicht so „perfekt“ ist, wie es auf Instagram scheint, fällt es einem trotzdem immer schwerer, zu erkennen, was Realität ist und was nicht.

Wo führt uns das hin? Es führt uns weg davon, wofür „fit sein“ eigentlich wichtig ist, nämlich in erster Linie für die Gesundheit des Menschen, denn nicht umsonst spricht man von „einem gesunden Geist in einem gesunden Körper“. Anstelle dessen tritt der Körperkult, sprich die Vermarktung vom Körper und von Fitnessprodukten und die damit verbundene „Geldmacherei“, wie auch psychischer Druck bis hin zu Essstörungen (Kessler, 2021).

Abschließend lässt sich sagen, dass sich jeder individuell mit dem Einfluss der sozialen Medien auseinandersetzen sollte, um für sich zu erkennen, was einem gut tut und was nicht.

## Literaturverzeichnis

Gründel, V., & van Treeck, J. (5. 4 2019). *Werben & Verkaufen*. Von Influencer haben die Fibo voll im Griff: <https://www.wuv.de/marketing/influencer-haben-die-fibo-voll-im-griff>

Huber, T. (24. 5 2020). *Berner Zeitung*. Von Sie kann auch sympathisch: <https://www.bernerzeitung.ch/sie-kann-auch-sympathisch-932726621932>

*Instagram*. (2021). Von Hashtag Fitnessinfluencer: <https://www.instagram.com>

Kessler, A.-C. (7. 5 2021). *Fitbook*. Von Sophia Thiel über ihre Essstörung: „Wie ein Monster, das ausbrach“: <https://www.fitbook.de/health/sophia-thiel-comeback-interview> abgerufen

Lenz, A. (8. 4 2020). *TextilWirtschaft*. Von "Auf Social Media fehlt oft der Mehrwert": <https://www.textilwirtschaft.de/business/sports/pamela-reif-auf-social-media-fehlt-oft-der-mehrwert-225020>

Martschukat, J. (13. 12 2019). *Online Focus*. Von Historiker über Fitnessboom: "Früher wäre niemand auf die Idee gekommen, nach der Arbeit joggen zu gehen": [https://www.focus.de/gesundheit/fit-durchtrainiert-erfolgreich-historiker-ueberfitnessboom-es-geht-darum-ein-besserer-mensch-zu-werden\\_id\\_11307505.html](https://www.focus.de/gesundheit/fit-durchtrainiert-erfolgreich-historiker-ueberfitnessboom-es-geht-darum-ein-besserer-mensch-zu-werden_id_11307505.html)

Reif, P. (23. 6 2021). *Instagram*. Von pamela\_rf: [https://www.instagram.com/pamela\\_rf/?hl=de](https://www.instagram.com/pamela_rf/?hl=de)

Zeppenfeld, B. (21. 3 2021). *Fitnessstudio-Mitglieder in Deutschland 2020* Veröffentlicht von B. Zeppenfeld, 18.03.2021 In Folge der Corona-Pandemie und der damit verbundenen monatelangen Schließungen der Studios ging im Jahr 2020 die Anzahl der Fitnesscenter-Mitglieder deutlich zurück. Von statista: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/5966/umfrage/mitglieder-derdeutschen-fitnessclubs>