

Zeitschrift: Filmbulletin : Zeitschrift für Film und Kino
Band: 64 (2022)
Heft: 402

Artikel: Girl Gang : von Susanne Regina Meures
Autor: Munt, Karsten
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1035283>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 09.11.2024

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Schnell möchte man der «Jugend von heute» Schuld geben, vor allem jenen Follower:innen, die auf Social Media ihren Personenkult betreiben. Doch Meures' feinfühliges, dokumentarisches Portrait gelingt es, mit Intimität und Empathie die Influencer:innen-Kultur zu durchleuchten.

VON SUSANNE REGINA MEURES

GIRL GANG



In der ersten Reihe fallen die Mädchen in Ohnmacht. Der Veranstalter ruft die Massen dazu auf, mehr Abstand zu halten und nicht weiter in Richtung Bühne zu drängen. Die Polizei droht mit Absage. Wer hier Ohnmachts- und Kreischanfälle auslöst, ist nicht etwa eine Sängerin, eine Boyband oder ein Rockstar. Es ist die 14-jährige Leonie aka «Leoobalys», eine Influencerin. Der Blick auf die von ihr ausgelöste kollektive Teenager-Hysterie unterscheidet sich kaum von dem, den auch schon frühere Generationen auf die hysterischen, parasozialen Interaktionen ihrer Kinder hatten. Was früher Elvis, die Backstreet Boys oder Britney Spears in Gang setzten, übernehmen heute eben Influencer:innen wie Leonie. Auch das Kopfschütteln darüber, das auch Filmemacherin Susanne Regina Meures mitzeigt, ist das Gleiche: Die Jugend von heute!

In *Girl Gang* ist diese Jugend nicht nur durch Leonie und die ihr folgende, anonyme Masse von Tiktok- und Instagram-User:innen vertreten, sondern auch durch die «Leoobalys»-Fanclub-Leiterin Melanie. Die emotional fragile Teenagerin ist die Gegenfigur zur von ihr verehrten Influencer-Ikone Leonie. Ihre Videos strahlen aber nicht, sie versumpfen im digitalen Rauschen des schlecht ausgeleuchteten Kinderzimmers. Oft sind es Tränen, nicht das jederzeit abrufbare, perfekt strahlende Lächeln, die zu sehen sind.

Vier Jahre hat die Filmemacherin Superfan Melanie, Leonie und die regelmässig mit Hashtag verlinkte «Balysfamily» begleitet. Der dazugehörige Film ist entlang des Joballtags von Leonie strukturiert. Kontinuität geben die Meilensteine – 200 000 Follower:innen, 500 000 und schliesslich die Million. Das dazugehörige Umfeld bleibt bemerkenswert konstant: Der Papa kauft Ballons für den Jubiläums-Post; die Tochter, die Kamera, Location, Outfit und das perfekte Lächeln mitgebracht hat, ist genervt von seinen laxen Vorbereitungen. Und die Mama wird ein weiteres Mal mit ihrem Bekenntnis zur elterlichen Hingabe dazwischengeschnitten.

Tatsächlich ist *Girl Gang* in erster Linie ein Familienportrait und genau dort am besten, wo die Familiendynamik das Arbeitsverhältnis (die Eltern managen ihre Tochter) überwältigt. Etwa wenn das Starlet mal wieder auf Diva macht, als Antwort die väterliche Enervierung statt der Geduld des Managers bekommt und das anschliessende Wortgefecht beide schmunzeln lässt. Oder wenn

die Wut der Mutter nicht bis zum Ende des Auftritts warten kann und sich in der Pause an der Tochter entlädt und ihr die letzte Kraft nimmt, um für eine weitere Stunde das falsche Lächeln aufzusetzen. Natürlich sind die Eltern in dieser Welt eben auch diejenigen, die ihre Tochter vermarkten, von der Kohle einen Pool bauen und nebenbei auf den *Trickle-down*-Effekt hoffen, den die Prominenz der Tochter für die eigenen narzisstischen Instagram-Projekte haben soll.

Dem elterlichen Geschäftsmodell des Tochter-Marketings setzt Meures mit Texttafeln aber die dunklen Seiten von Social Media entgegen: Teenager kaufen, was Influencer:innen bewerben; Teenager bauen derart starke parasoziale Beziehungen zu Influencer:innen auf, dass sie sich ihnen näher fühlen als ihren Freund:innen, etc. Dazwischen: ein Choral. Drumherum: das Märchen des Mädchens vor dem schwarzen Spiegel. Immer neu raunt es: Die Jugend von heute! Ein didaktischer Gestus, der jener Intimität und Empathie, die im Film durchaus schlummert, eigentlich entgegensteht. Es fällt nie schwer, sich die Gänsehaut vorzustellen, die ein liberales Publikum bekommt, wenn die «Balysfamily» es «einfach nur geil» findet, wie die Teenie-Massen vor der Tochter in Ohnmacht fallen. **Karsten Munt**