

Medienkonsum

Influencing: Warum der Ruhm seinen Preis hat

Artikel von Miriam Suter – 25.09.2024

Marketing auf Social Media boomt. Influencerinnen und Influencer sind schön und reich. Zumindest vordergründig. Der Dokumentarfilm «Girl Gang» schaut hinter die glitzernde Fassade und zeigt auch die Schattenseiten des vermeintlichen Traumjobs.



Früher hiess die Antwort auf die Frage «Was willst du mal werden?» oft noch: Ärztin, Lokführer, Schauspieler, Sportlerin. Heute dagegen hat sich der Berufswunsch vieler junger Menschen gewandelt. Immer häufiger lautet die Antwort: Influencerin. Auf den ersten Blick scheint das wie ein Traumberuf: ein bisschen posieren, in die Kamera lächeln, schicke Klamotten tragen – und damit viel Geld verdienen. Doch was für Aussenstehende wie ein müheloser Weg zum schnellen Erfolg aussieht, birgt in Wirklichkeit auch eine Kehrseite, die gerne übersehen wird. Da lauern immense Herausforderungen, die nicht nur psychischen Druck, sondern auch ethische Fragen aufwerfen.

Der Dokumentarfilm «Girl Gang» der Schweizer Regisseurin Susanne Regina Meures zeigt, was der Job einer Influencerin wirklich beinhaltet. Dass der Ruhm oft auch mit Selbstausbeutung und der permanenten Jagd nach Klicks und Followern verbunden ist.

Einblicke in das Leben einer jugendlichen Influencerin



Die 14-jährige Leonie aus Berlin wird als Teen-Influencerin berühmt. Millionen folgen ihr, Firmen überhäufen sie mit Produkten. Ihre Eltern übernehmen ihr Management, doch der ständige Druck und die Selbstinszenierung fordern ihren Tribut. Youtube-Video: KinoCheck Indie

Im Mittelpunkt des Films steht die 14-jährige Leonie aus Berlin, die als Teen-Influencerin Millionen von Followern in ihren Bann zieht. Ihr Aufstieg zur Social-Media-Berühmtheit ist exemplarisch für einen Trend, der immer mehr Jugendliche fasziniert: «Was «Girl Gang» zeigt, ist ähnlich faszinierend wie Reality-Doku-Serien, die gleichermassen die Lust am Voyeurismus wie auch die Schadenfreude bedienen», [schreibt die NZZ](#) über die Dokumentation. Was für viele Aussenstehende wie ein modernes Märchen erscheint, entpuppt sich bei näherer Betrachtung als ein Leben unter Dauerstress und Dauerdruck: Jeder Post, jedes Video wird akribisch geplant und inszeniert. Die Grenzen zwischen Authentizität und Performance verschwimmen zusehends, bis sie ganz verschwinden.

Ein besonders interessanter Aspekt des Films ist die Rolle von Leonies Eltern. Sie haben ihre eigenen Berufe aufgegeben, um sich Vollzeit dem Management ihrer Tochter zu widmen. Diese Entscheidung wirft Fragen auf: Wie verändert sich die Familiendynamik, wenn das Kind zum Hauptverdiener wird? Welche langfristigen Auswirkungen hat dies auf die Beziehung zwischen Eltern und Kind? Oder, wie es im [«Kultur Kompakt»-Podcast von SRF-Kultur](#) heisst: Der Film zeigt, wie die Eltern «zwischen Fürsorge und Ausbeutung» agieren. Sie sind einerseits stolz auf den Erfolg ihrer Tochter, andererseits scheinen sie die möglichen negativen Konsequenzen dieses Lebensstils auszublenken.



Die Influencerin Leonie Balys (@leoonie) mit ihrem Vater Andreas Balys auf dem Weg zu einem Event. Quelle: Frenetic Films

Leonies Eltern sind längst nicht die einzigen, die aus der Karriere ihrer Kinder eine eigene gemacht haben. Auch der Fall von Ryan Kaji, einem jungen US-amerikanischen Youtube-Star, ist bemerkenswert. Bereits im Alter von 8 Jahren verdiente Ryan 2019 laut Forbes 26 Millionen Dollar und war damit der bestbezahlte Youtube-Creator. Seine Eltern managen seinen Kanal «Ryan's World» mit über 27 Millionen Abonnent:innen und haben rund um ihren Sohn ein Medienimperium aufgebaut. Ein weiteres Beispiel ist die Familie LaBrant aus den USA. Cole und Savannah LaBrant präsentieren ihr Familienleben mit ihren fünf Kindern auf Youtube und Instagram. Ihre älteste Tochter, die 12-jährige Everleigh, hat bereits 4.9 Millionen Instagram-Follower. Die Eltern stehen in der Kritik, weil sie das Leben ihrer Kinder ständig online zur Schau stellen.



Savannah LaBrant mit ihrer ältesten Tochter Everleigh. Die beiden veröffentlichen regelmässig Tanzvideos auf TikTok, die mehrere Millionen Views generieren. TikTok-Video: @savv.labrant

Die Realität hinter dem Traum

Der Film «Girl Gang», für den die Schweizer Regisseurin Meures Influencerin Leonie während mehrerer Jahre begleitete, spiegelt auch die Träume vieler Jugendlicher wider, die gerne mal so werden möchten wie Leonie. Insofern ist der Film ein guter Realitätscheck und Anschauungsunterricht. Denn er zeigt deutlich auf, dass das wirkliche Influencer-Leben weit weniger glamourös ist als das nach aussen projizierte Bild. Die ständige Selbstdarstellung, der Druck, immer perfekt zu erscheinen und die Abhängigkeit von Likes und Followerzahlen können erhebliche psychische Belastungen mit sich bringen.

Schattenseiten hin oder her - der Influencer-Markt wächst stetig weiter. Der [«Swiss Influencer Marketing Report 2020»](#) zeigt die hohe Relevanz von solchem Marketing bei jungen Zielgruppen auf: 76 Prozent der befragten Millennials sehen Instagram als wichtigste Plattform. Glaubwürdigkeit wird von allen befragten Gruppen als zentrales Merkmal guter Influencerinnen-Werbung genannt: 71 Prozent der Millennials, 83 Prozent der Marketingverantwortlichen und 94 Prozent der Influencer stimmen dem zu. Fast die Hälfte (45 Prozent) der Millennials wünscht sich zudem mehr Transparenz durch klare Kennzeichnung von Werbeinhalten.

Gesellschaftliche Implikationen und Bildungsinitiativen

Das Phänomen der Influencerinnen und Influencer wirft grundsätzliche gesellschaftliche Fragen auf: Wie verändert sich unsere Wahrnehmung von Erfolg und Selbstverwirklichung? Welche Auswirkungen hat die ständige Selbstdarstellung auf die Persönlichkeitsentwicklung junger Menschen? Als Reaktion auf die wachsende Bedeutung von Social Media und Influencern beschäftigen sich verschiedene Organisationen und Institutionen in der Schweiz mit dem Thema Medienkompetenz und Medienbildung. So auch wir von YouMedia. Unsere Hosts sind mit dem Peer to Peer-Ansatz im Dialog mit jungen Menschen und beleuchten dabei unter anderem auch das Influencertum. Und wir sind in engem Austausch mit dem Verlegerverband Schweizer Medien, der wiederum ein [breites Netzwerk an Partnerinnen](#) zu diesem Thema pflegt.

Online Artikel:

[Desinformation: Wie der Kreml die Schweiz manipuliert](#)

Weitere Artikel zum Thema:

[Gaming: Wo der Spass aufhört](#)

[News Avoidance: Warum auch ich das mache](#)

Social Media:

[TikTok](#)

[Instagram](#)