



GIRL GANG

A FILM BY SUSANNE REGINA MEURES

CHRISTIAN FREY FILMPRODUKTIONS GMBH in ASSOCIATION WITH SWISS NATIONAL TELEVISION and KIOSK INTERNATIONAL. DIRECTED, PRODUCED AND FILMED BY SUSANNE REGINA MEURES. PRODUCED BY CHRISTIAN FREY. CO-PRODUCED BY SIEG AUSCHERBERGER. EDITED BY ANJA THOMASCHER. MUSIC BY PERLIN GIBS CHOUR. ARTIST ASSISTANT LARS WICKI. PICTURE DESIGNER UELI MUESSER. IN ASSOCIATION WITH JACQUES KREFFER. ARTWORK JUMP CUT. SUPPORTED BY PAK BUNDESRAAT FÜR KULTUR - FÖRDERER FILMSTIFTUNG. URS KULTURSTIFTUNG - KUNSTFÖRDERUNG SOCIÉTÉ SUISSE DES AUTEURS S.S.A. - VOI KART STIFTUNG - ALEXIS VICTOR THALBERG STIFTUNG - KANTON SOLOTHURN - SUSSAMANCE. PHOTO SACHS ROSE AND SHINE.

WWW.GIRLGANG-FILM.COM

UBS Kulturförderung SS8 KIOSK INTERNATIONAL KULTURSTIFTUNG SUSSAMANCE KIOSK SWISS FILMS

SCHULISCHES BEGLEITMATERIAL

GIRL GANG

Ein Kinodokumentarfilm von Susanne Regina Meures

1. Film GIRL GANG
2. Filmische Form
3. Charaktere im Film
4. Regisseurin im Interview
5. Protagonistinnen im Interview
6. Schule des Sehens - Sehaufgaben
7. Schule des Sehens - Kopiervorlage
8. Nachbereitungsaufgaben
9. Linkliste

www.girlgang-film.com

01. Der Film **GIRL GANG**

2

Die 14-jährige Leonie aus dem Osten Berlins erobert als Teen-Influencerin die Welt. Millionen von Followern liegen ihr zu Füßen, Firmen überhäufen sie mit ihren Produkten. Als Leonies Eltern das enorme wirtschaftliche Potenzial in ihrer Tochter erkennen, übernehmen sie kurzentschlossen ihr Management. Leonie soll ein besseres Leben haben, als sie es selbst hatten. Doch Leonies permanente Selbstbespiegelung und der gnadenlose Druck des Marktes fordern einen hohen Preis.

Kino-Dokumentarfilm, 97 Minuten, Schweiz, 2022

Regie: Susanne Regina Meures

Schnitt: Katja Dringenberg

Produktion: Christian Frei Filmproduktion, **Koproduktion:** SRF

Vertrieb: Rise & Shine Cinema

Webseite: www.girlgang-film.com, www.riseandshine-cinema.de/portfolio/girl-gang

Freigegeben ab 0 Jahren (FSK), empfohlen für die Klassenstufen 5. bis 13. sowie für Eltern und Lehrkräfte

Internationale Premiere feierte **GIRL GANG** auf dem renommierten CPH:DOX Filmfestival in Kopenhagen. Nach der Deutschlandpremiere auf dem Internationalen Dokumentarfilmfestival München im Mai 2022 gewann **GIRL GANG** dort den Publikumspreis. Im Herbst 2022 startet der Film in den Kinos und wird danach auch bei den Schulkinowochen zu sehen sein.

Bezug zum Lehrplan

Für die Arbeit mit Dokumentarfilm im Unterricht finden sich Anknüpfungspunkte im Rahmen der Lehrpläne aller Fächer. Besonders empfehlenswert ist das hier vorliegende Begleitmaterial für das Fach Deutsch unter den Stichpunkten „Filmisches Erzählen“ und „Dramaturgie“, das Fach Kunst sowie die Fächer Gesellschaftswissenschaften, Ethik und Religion über die Stichpunkte „Ich und die Gesellschaft“, „Medienkompetenz“, „Freundschaft“, „Inszenierung / Selbstdarstellung“.

Der Dokumentarfilm kann auch klassisch eingesetzt werden, um Unterrichtsthemen zu erschließen und zu vertiefen. Schlagworte zu **GIRL GANG** sind: Umgang mit Medien, Selbstdisziplin, Ehrgeiz, Social Media, Influencer*innen, Vlog, Fans, Fansites/Fanblog, Professionalität, Business, Einkommen, Kreativität, Selbstdarstellung, Selbstinszenierung, Instagram, YouTube, TikTok, Mobbing, Kreatives Gestalten mit Medien, Medienkompetenz.

Neben der fachlichen Nutzung bietet es sich an, den künstlerisch erzählenden Dokumentarfilm als Kunstform genauer in den Blick zu nehmen und zu reflektieren – zumal viele Menschen allgemein annehmen, dass er 1:1 die Wirklichkeit wiedergibt. Bewusst eingesetzte filmische Stilmittel und deren Wirkung zu verstehen, vergrößert den Genuss des Kinofilms, fördert die Medienkompetenz sowie die allgemeine Filmlesekompetenz.

02. GIRL GANG – Filmische Form

GIRL GANG ist ein narrativer, beobachtender Kinodokumentarfilm, der sich von Reportagen abgrenzt, indem er dramaturgisch kunstvoll montiert ist. Wir begleiten die „Heldenreise“ von Leonie über drei Jahre hinweg: Leonie will eine Million Follower erreichen und muss auf dem Weg dahin ihre Pubertät, Familienstreitigkeiten, üble Nachrede im Netz und das Umgehen mit dem Berühmt-Sein meistern. Parallel montiert erleben wir die Entwicklung des Fangirls Melanie, die ihr Leben komplett nach ihrem Idol ausrichtet und in Leo ihre einzige Freundin sieht. Auch Melanie findet im Laufe der filmischen Erzählung heraus, wer sie sein will im Leben und muss dafür eigene Hürden überwinden. Am Ende des Filmes haben beide Mädchen und die Eltern eine Entwicklung gemacht und ihr Leben hat sich verändert. Melanie wendet sich vom Fan-Dasein ab und nimmt ihr Leben in die Hand. Leonie ist eine berühmte Influencerin. Die Eltern haben nach drei Jahren sogar eigene Instagram-Kanäle.

Die Regisseurin hat rein beobachtend gearbeitet, sie taucht selbst nicht auf im Film und hat sich bewusst gegen das Stilmittel „gesetzte Interviews“ entschieden. Dank ihrer Kamera erleben wir – wie eine Fliege an der Wand – die Entwicklung der beiden Mädchen. Wobei besonders die dramaturgisch gestalteten Übergänge interessant zu beobachten sind.

Ein spielfilmartiger Filmanfang setzt den Ton und die Lesart fest: Märchengleich führt die Stimme einer Erzählerin uns ein: „Es war einmal ein Mädchen...“. Der Traum vieler Mädchen von einem prinzessinnenartigen Leben, das sie mit ihren Freundinnen teilen können, und der zutiefst menschliche Wunsch, sich gesehen zu fühlen, wird realisiert über den „schwarzen Spiegel“, das Smartphone.

Den Film über folgen die Zuschauenden dem Leben der vier Protagonist*innen, ohne dass die aus Reportagen bekannte allwissende Off-Stimme die Bilder einordnet. Allein die dramaturgisch spannend

montierte Abfolge der Szenen schafft einen Erkenntnisgewinn auf der Seite der Zuschauenden. Die Erzählform von **GIRL GANG** ist dem Spielfilm dabei näher als der klassischen Fernsehdokumentation. Das Besondere beim Format des künstlerisch erzählenden Dokumentarfilms ist, dass eine Geschichte mit der Wirklichkeit erzählt wird. Es geht um das Erleben einer Geschichte, nicht um Informationsvermittlung. Hinter dieser Art Dokumentarfilm steht ein hohes Maß an Gestaltung und viele, oftmals von den Zuschauenden kaum reflektierte, künstlerische Regieentscheidungen.

Der Einsatz von Filmmusik – spirituelle Choräle, wie aus einer anderen Welt, oder ein bedrohlicher, hoher, langanhaltender Flötenton, wenn die erste Fröhlichkeit sich wendet und die negativen Seiten der Social-Media-Welt überhandnehmen – zeigt, wie gekonnt die Regisseurin in ihrer Erzählung Dramaturgie und Beobachtung verwebt.

Über den Film verteilt reißen schwarze Schrifttafeln mit Hintergrundwissen zum Influencertum die Zuschauenden aus der Geschichte. Diese machen klar, dass das Leben von Leonie und Melanie exemplarisch für viele Leben in unserer heutigen Zeit stehen.

Die erzählerische Klammer schließt sich mit der märchenhaften Erzählerinnenstimme vom Anfang, die uns berichtet, dass alle Personen zu ihrem glücklichen Happy End gefunden haben – wobei eine leise Sehnsucht nach „einem Leben ohne schwarzen Spiegel“ sie manchmal befällt. Ohne erhobenen Zeigefinger wird deutlich, dass ein Leben mit Smartphone und Internet seine Herausforderungen hat.

03. Die Charaktere im Film

Die Influencerin - Leonie



Leonie lebt mit ihren Eltern in einem Berliner Vorort. Seit ihrem 13. Lebensjahr verdient sie ihr Geld als Influencerin. Sie ist unter dem Namen „**Leoobalys**“ ein Social Media Star. Auf Instagram, Tiktok und Youtube folgen ihr mittlerweile über 1,5 Millionen Follower. Seit Beginn wird sie von ihren Eltern dabei unterstützt. Ihre Produktionen sind minutiös vorbereitet und mit Profi-Equipment gefilmt. Jeder Tag folgt, neben Hausaufgaben und Fußballtraining, einem strikten Zeitplan. Um noch mehr Follower zu erreichen und ihre Kunden zufriedenzustellen, arbeitet Leonie oft bis spät nachts. Zu Beginn scheint der Plan aufzugehen: In der Schule liefert sie Bestnoten ab, als Influencerin verdient sie immer mehr Geld. Doch die ausgeleuchtete Kulisse hat Schattenseiten.

Der Fan - Melanie



Melanie lebt mit ihrer Mutter und zwei Katzen in einem kleinen Ort in Bayern. Sie hat andere Interessen als die Kinder vom Land. Ihre Freunde findet sie nicht im Dorf, sondern im Internet. Melanies Leben dreht sich fast ausschliesslich um ihr Idol Leonie aka Leoobalys. Ihr Zimmer ist tapeziert mit Bildern von Leonie, sie möchte wie ihr Vorbild sein, schminkt sich, hat manikürte Fingernägel. Sie betreibt eine Fanpage für Leoobalys, in die sie viel Zeit investiert und verbringt 12 bis 17 Stunden am Handy. Größtenteils, um Bilder und Videos von Leonie zu bearbeiten und auf Social Media weiterzuverbreiten. Melanies größter Traum ist, Leonie zu treffen und endlich zu umarmen.

03. Die Charaktere im Film

Der Vater - Andreas



Für seine Tochter macht Andreas alles. Er wünscht sich ein besseres Leben für sie. Zu Beginn der Dreharbeiten arbeitet Andreas noch als Barkeeper, doch als Leonies Karriere an Fahrt aufnimmt und auch finanziell lukrativer wird, übernimmt er ihr Management. Er koordiniert die Anfragen von Firmen und großen Brands. Für Leonies Produktionsideen für ihre Posts scheut er weder Aufwand noch Kosten. Gleichzeitig versucht er, sie bestmöglich zu schützen, löscht zusammen mit seiner Frau Sani Hasskommentare, die Leonie nicht sehen soll. Andreas ist oftmals wie Leonies Kumpel, heitert mit seinen Clownereien alle auf, doch er fordert auch viel Disziplin von ihr. Mit seiner Frau Sani bildet er ein eingeschworenes Team, wichtige Entscheidungen, die Leonie und die Familie angehen, treffen sie beide gemeinsam.

Die Mutter - Sani



Auch Sani möchte, wie ihr Mann Andreas, dass Leonie weniger arbeiten muss für ein gutes Leben. In jungen Jahren haben sie und ihr Mann viel «malochen» müssen für ihre Zukunft. Deswegen fordert Sani viel von ihrer Tochter: Sie soll die Schule und ihre Aufgaben als Influencerin nicht vernachlässigen. Sani kann streng zu Leonie sein, auch wenn die beiden sich trotzdem sehr nahe sind. Sie ist anfangs nicht so extrovertiert wie ihr Mann, mag es nicht, im Mittelpunkt zu stehen. Doch auch Sani findet immer mehr Gefallen an der Arbeit als Influencerin und steigt selbst ins Geschäft ein.

04. Die Regisseurin im Interview

6

Susanne Regina Meures ist eine deutsch-schweizer Regisseurin. Sie ist bekannt für ihre Filme über Rebell*innen und Pionier*innen, die sich gegen politische und soziale Unterdrückung auflehnen. Meures studierte Fotografie und Kunstgeschichte am Courtauld Institut for Art in London. Später arbeitete sie als Arts Editor, unter anderem für The New York Times Magazine, The Guardian, das ZEITmagazin, das Süddeutsche Zeitung Magazin und für die Neue Zürcher Zeitung.

2016 gab Meures mit **RAVING IRAN** ihr Kinofilmdebüt – ein Porträt über zwei iranische DJs, die ihr Leben für ihre Leidenschaft riskieren und schließlich fliehen müssen. Der Dokumentarfilm wurde weltweit bei über 130 Filmfestivals (u.A. Berlinale, Hot Docs, IDFA etc) gezeigt, gewann zahlreiche Preise und wurde zum Kinoerfolg. 2020 wurde **SAUDI RUNAWAY** beim Sundance Film Festival uraufgeführt. Der Film dokumentiert die Flucht einer jungen saudischen Frau anhand ihrer eigenen Handyaufnahmen. Es folgte die Europapremiere bei der Berlinale. **SAUDI RUNAWAY** wurde unter anderem für den Europäischen Filmpreis nominiert und gewann den European University Film Award 2020.

2022 folgt **GIRL GANG**. Ein intimer Film über eine 14-jährige Influencerin und ihre Familie. Die Regisseurin führt uns in den klaustrophobischen Backstagebereich der sozialen Medien. **GIRL GANG** wurde beim CPH:DOX Filmfestival in Kopenhagen im internationalen Wettbewerb uraufgeführt. Der Film läuft derzeit weltweit bei Filmfestivals und wird im Oktober 2022 in den deutschen und Schweizer Kinos starten. Sue Meures lebt und arbeitet in Berlin und Zürich. Sie ist Mitglied der Schweizer Filmakademie, der Deutschen Filmakademie und der Europäischen Filmakademie.

Warum haben Sie einen Film über eine Influencerin gemacht? Alles begann im Jahr 2017. Ich war in Berlin, als ich in einem Park eine Gruppe von Mädchen sah, die in Zeitlupe Pantomime machten. Jetzt kennen wir alle TikTok, aber damals hatte ich das Gefühl, dass ich ein neues Universum der Präsentation und Selbstreflexion betrete. Ich fragte mich was diese moderne Mädchenbande (Girl Gang) ausmacht, daher der Titel des Films. Ich wollte wissen, wer sie sind und wie sie denken.

Wann haben Sie zum ersten Mal von Leonie erfahren? Ich habe mit etwa 160 Mädchen im Alter zwischen 12 und 15 Jahren gesprochen, bis ich Leonie auf einem Social-Media-Event traf. Sie war 13 Jahre alt und hatte bereits

eine halbe Million Follower. Sie vereinte alle Eigenschaften eines Mädchens, das sein Leben in den sozialen Medien lebt. Leonies Geschichte schien das perfekte moderne Abenteuer über Träume, Illusionen und Selbstwahrnehmung zu sein, und das zu einer Zeit, in der 86 % der befragten Teenager angeben, dass sie Influencer werden wollen.

Der Titel weist auf eine Gruppe hin, obwohl der Film nur eine einzelne Influencerin begleitet. Warum haben Sie diese Unterscheidung beibehalten? Ursprünglich hatte ich geplant, einen Film über eine Gruppe von Mädchen, Leonie und ihre Freunde, zu drehen. Als ich mit den Dreharbeiten begann, wurde mir schnell klar, dass es in diesem Film

nicht um Leonie und ihre Freunde geht, sondern um sie und ihre Familie. Das war der Kern der Geschichte. Als ich in Leonies Social-Media-Sphären eintauchte, dämmerte mir, dass die moderne Girl-Gang nicht mehr die Gruppe von Mädchen im Park ist. Es sind die Millionen von Mädchen, die sich online versammeln. Obwohl ich meinen Schwerpunkt verlagert habe, wurde der Filmtitel, der von Anfang an da war, noch relevanter.

Sie haben Leonie und ihre Eltern über einen Zeitraum von vier Jahren begleitet. Abgesehen davon, dass sie reich und bekannt geworden sind, wie haben sie sich auf persönlicher Ebene verändert? Sie sind heute unglaublich beschäftigt. Ihr tägliches

Leben wird von Arbeitsaufträgen und dem Druck, Inhalte zu produzieren, diktiert. Das Familienleben ist zu einem Geschäft geworden, vor allem seit Leonies Eltern ihr Management übernommen haben. Ich konnte sehen, wie die Leichtigkeit und das Lachen schwand, während Leonie in die Pubertät kam - eine Zeit, die in keinem Haushalt auf diesem Planeten einfach ist. Ihre Eltern befinden sich in einer noch schwierigeren Situation: Sie müssen Leonie als Eltern beschützen und sie gleichzeitig dazu drängen, ihrer Arbeit nachzugehen. Keine leichte Aufgabe. Aber ich habe nie erlebt, dass sie ihre Lebensentscheidung ernsthaft in Frage stellen. Es ist zu ihrer Realität geworden.

Sequenzen, in denen Leonie Einkaufszentren inmitten einer Schar schreiender junger Fans besucht, erinnern an Aufnahmen der Beatles aus den frühen 1960er Jahren. Wenn diese Art von Teenager-Fanatismus schon immer eine gewisse Intensität hatte, wie hat sich diese Kultur dann verändert, jetzt wo sie sich an Influencern und nicht an Pop-Idolen orientiert? Es ist nicht dasselbe wie in den 1960er Jahren mit den Beatles oder in den 1990er Jahren mit all den Boybands. Jetzt haben wir Fan-Mädchen, die wegen ihrer weiblichen Influencer-Idole weinen und in Ohnmacht fallen. Leonies Erfolg ist ihre Erreichbarkeit. Sie ist ihre Freundin und sie teilt fast jeden Teil ihres Lebens mit ihren Fans. Ihre Fans können ihr Nachrichten schicken. Sie ist scheinbar so nah, dass sie sie fast berühren können. Instagram ist ein bisschen wie ein Schulhof, Leonie ist das beliebte und begehrte

Mädchen. Die anderen projizieren ihre Träume von einem besseren Ich und Leonie eignet sich dafür perfekt, gerade weil sie so ähnlich ist.

Sie haben die Figur der Melanie eingeführt - ein Fan, der eine starke Bindung zu Leonie entwickelt - um dies zu reflektieren.

Heute sind Fans mobiler, reisen international zu Versammlungen, bilden Gruppen und Gemeinschaften. Oft werden die Fans selbst wieder zu Anführern, so wie Melanie im Film. Sie ist Leonies größter Fan, hat aber selbst Tausende von Followern auf Instagram. Die Fans können heute ein viel breiteres Spektrum an Aktivitäten ausüben: Inhalte bearbeiten, Kommentare posten, Fotos und Videos teilen. Infolgedessen eignen sich die Fans aktiv Inhalte der Populärkultur an und verleihen ihnen eine neue und originelle Bedeutung. Das Gleichgewicht hat sich verschoben und gibt den Fans mehr Macht und Kontrolle.

Warum haben Sie Rahmenelemente wie das Märchen und eine Chormusik eingesetzt? Um mit oder sogar gegen eine sehr digital geprägte Erzählung zu arbeiten? Die Geschichte hat alle Qualitäten eines modernen Märchens, und ich wusste, dass der Film eine zusätzliche Ebene braucht. Der Beginn von «Es war einmal eine Zeit» schafft eine Distanz zu etwas, was wir tagtäglich sehen: Menschen oder eben Mädchen, die an ihren Handys kleben. Ich glaube, dass wir durch das Märchen die Bilder wieder mit frischerem Auge und neugieriger betrachten. Wir begreifen, dass wir Zeuge von etwas Außergewöhnlichem werden. Die Musik

verbindet die Zuschauer mit der religiösen Qualität des Themas, mit der Sehnsucht nach Zugehörigkeit, die wir alle in uns spüren.

Leonie und ihre Familie würden die eher ambivalente Sichtweise des Films auf die Influencer-Wirtschaft wahrscheinlich nicht teilen. Wie wichtig war es, die richtige Balance zwischen den Ansichten zu finden? Seit Beginn der Dreharbeiten zu **GIRL GANG**, sind eine Menge Filme über die Soziale Medien erschienen. Die Filme haben meist einen aufklärerischen Charakter und versuchen die Zuschauer zu warnen. Das ist in Ordnung. Ich habe jedoch einen anderen Ansatz. Um die Welt zu verstehen und durch meine Augen darzustellen, krieche ich gerne ins Zentrum der Dinge und kehre sie von innen nach aussen. Natürlich forme ich die Geschichte durch mein eigenes Verständnis und interpretiere das Universum der Protagonisten, wie ich es erlebe. Aber es ist nicht meine Aufgabe, über ihre Lebensentscheidungen zu urteilen.

05. Die Protagonistinnen im Interview

Leonie aka LEOOBALYS

Der Film zeigt drei Jahre Deines Lebens. Gibt es Dinge, die Du heute anders machen würdest? Ich würde meinen Eltern mehr zeigen, dass ich es schätze, was sie für mich machen. Im Film war ich halt in der Pubertät und da war ich manchmal ziemlich fies zu ihnen.

Welches sind die wichtigsten Veränderungen, die Du in der Zeit durchgemacht hast? Ich habe gelernt, dass es die Leute nicht nur gut meinen mit mir. Dass es Manager gibt, die zu wenig auf einen aufpassen. Und ich habe gelernt, zu unterscheiden, welche Freundschaften wirklich wichtig sind und bleiben.

Bist Du auch misstrauischer geworden? Ja, auf jeden Fall. Gerade auch im Geschäftlichen. Man muss sehr vorsichtig sein und alles gut durchdenken.

Gibt es etwas, dass Du bereust? Nein, nichts.

Verbringst Du zu viel Zeit am Handy? Ich verbringe schon sehr viel Zeit am Handy. Aber ich habe ja auch einen Ausgleich dazu. Zum Beispiel Fußball. Oder mal ein Spieleabend mit meinen Eltern, wo ich das Handy komplett weglege.

Im Film sieht man Dich kaum in Deiner Freizeit. Findest Du Zeit für Freunde? Bei mir ist es halt so, dass sich Beruf und Freizeit vermischen. Meistens dokumentiere ich das, was ich privat mache, auf Social Media. Und da sind oft auch Freunde dabei, die mir wichtig sind. Der Film konzentriert sich sehr auf die Business-Seite und weniger auf meine Freizeit.

Wie war es eigentlich für Dich, die Kontrolle über Dein Bild an Sue, die Regisseurin, abzugeben? Das ist ein krasses Gefühl, weil halt was geschnitten wird, das man nicht kontrollieren kann. Aber ich habe nichts zu verheimlichen. Man hat mal Streitigkeiten, man sieht mal aus wie eine Kartoffel. Das finde ich sogar noch gut, dass man das sieht. Auch weil andere Eltern sehen, dass nicht nur ihre Kinder schlecht drauf sind.

Wie fühlt es sich an, wenn man über 1 Million Gefolgschaft hat? Das ist total krass.

Aber macht es auch glücklich? Ja, natürlich! Einfach dieses Gefühl, dass die Leute hinter einem stehen. Zum Beispiel, wenn ich über mein Abi poste und die Leute sich dann freuen für mich. Oder ich mag es auch, dass ich Tipps bekomme von den Leuten.

Hast Du einen Traum, den Du noch erreichen möchtest? Meine Ziele möchte ich lieber privat halten. Ich will die nicht groß ankündigen und dann vielleicht nicht erreichen. Ich möchte lieber zurückblicken und dann sagen: Ich habe das erreicht, das war mein Ziel. Aber Träume habe ich auf jeden Fall.

Ist die Leonie bei Social Media anders als die private Leonie? Nein. Ich zeige mich so, wie ich privat auch bin. Wenn ich vegan essen gehe und mich so zeige, dann ist das, weil ich auch privat veganes Essen mag.

Deine Eltern sind auch so etwas wie Deine Arbeitskollegen... ihr teilt Job- und Familienleben. Ja, was ich total toll finde.

Ist das nicht manchmal etwas viel? Ja, da gibt es Streitigkeiten. Aber ich finde es total toll, dass ich mit meinen Eltern alles teilen kann. Was in der Schule passiert, im Fußball, das Business. Meine Mutter kann gleichzeitig meine beste Freundin sein und mit mir Klamotten shoppen.

Andere in Deinem Alter nabeln sich gerade von den Eltern ab. Wie läuft das bei euch? Nicht groß anders. Wenn ich mit meinen

Freunden in eine Bar gehe, sind die Eltern ja auch nicht immer dabei. Und umgekehrt treffen sie sich zum Beispiel für einen Pärchenabend, wo ich dann nicht dabei bin.

Hattest Du nie den Eindruck, etwas zu verpassen, weil Du so viel arbeitest als Influencerin? Nein. Ich hatte zum Beispiel nie das Bedürfnis, groß feiern zu gehen und mich mit Alkohol abzuschlachten. Ich bin so geblieben, wie ich bin. Meine Jugend ist normal. Ich unternehme viel mit Freundinnen und ich lerne, wie jedes andere Mädchen, Jungs kennen. Ich mache meinen Job aus Spaß, ich bin da so reingerutscht. Und ich habe ja noch Zeit, andere Dinge auszuprobieren.

Und was würdest Du Jugendlichen raten, die Social Media Stars werden wollen? In den Sozialen Netzwerken lauern Gefahren. Man muss zum Beispiel aufpassen, mit wem man zusammenarbeitet. Man sollte nicht einfach jedem vertrauen. Und vorsichtig sein, was man postet. Am besten lässt man die Eltern drüber schauen. Man sollte das nicht vor ihnen verstecken, sondern sich ihnen anvertrauen.

Welche Botschaft im Film ist Dir persönlich wichtig? Manche Leute denken ja, man muss nichts können, wenn man Influencerin ist. Niemand hat gesehen, wie ich als 13-Jährige bis 3 Uhr Nachts Videos geschnitten habe. Dank dem Film sieht man, wieviel Arbeit und Planung dahintersteckt.



05. Die Protagonistinnen im Interview

10

Melanie - Der Fan

Wie hat die Regisseurin Dich angesprochen und gefunden? Sue Meures hat mich über Instagram angeschrieben. Sie kam auf mich durch die Balysfamily, die mich als Fan erwähnten.

Hast Du sofort zugesagt? Ja. Ich habe mit Sue telefoniert und über alles gesprochen. Da war direkt klar, dass ich auf jeden Fall dabei bin.

Wie war es dann für Dich, als ein Kamera-team da war und Du im Mittelpunkt standst? Anfangs war das sehr befremdlich - aber gleichzeitig auch ein Kindheitstraum. Es hat immer und immer mehr Spaß gemacht.

Was hat Dich überrascht, als Du bei diesem ganzen Projekt mitgemacht hast? Ich hätte anfangs nicht damit gerechnet, dass so etwas großes und bedeutendes und am Ende so ein emotionaler Film daraus wird.

Erinnerst Du Dich, wie die Anfänge deiner Fanpage liefen? Wie hast du Leoo entdeckt und wie kamst Du auf die Idee eine Fanpage zu machen? Ich hab' Leoo durch Zufall entdeckt und weiter verfolgt und wurde dann durch Fanpages von ihr aufmerksam. So wollte ich dann selbst auch eine machen - und mit der Zeit ist mir das dann alles sehr ans Herz gewachsen.

Kannst Du uns als Instagram-Laien erklären,

wie das genau funktioniert, so eine Fanpage am Laufen zu halten? Welche Aufgaben hattest Du dir selbst gegeben? Als Aufgaben hab' ich mir immer gestellt: Aktiv sein. Täglich Stories, mehrere Posts die Woche, ein interessantes Profil, und immer unterschiedliche Sachen zu posten, damit es nicht langweilig wird.

Du hast ja auch eine große Entwicklung durchgemacht in der Zeit des Films. Wie würdest Du das beschreiben? Was hast Du für Dich herausgefunden? Ich hab' für mich herausgefunden, dass mein großer Traum mal selbst Influencer zu werden, nicht meine Zukunft ist. Ich bewundere trotzdem jeden immer noch sehr, der das durchzieht.

Dokumentarfilm zeigt ja das echte Leben. Aber er kann ja gar nicht alles von dir zeigen in der kurzen Zeit. Wir haben einen Teil von Dir und Deinem Leben kennengelernt. Danke, dass Du uns daran hast teilhaben lassen. Wie war es denn für Dich, den fertigen Film zu sehen? Sehr berührend. Man sieht seine eigene Entwicklung und das ist wirklich toll, das in einem Film zu sehen.

Du hast am Ende des Films eine Freundin im echten Leben gefunden. Seid ihr noch befreundet? Ja natürlich. Jule und ich machen zwar beide keine Fanpages mehr, sind aber

immer noch ganz dicke Freunde.

Folgst Du Leoo noch? Hast Du noch Kontakt mit ihr? Kontakt selten. Nur wenn wir uns irgendwo sehen. Aber klar, ich folge ihr noch.

Wie lange durchschnittlich bist Du heute am Smartphone? Immer unterschiedlich. Mal drei bis vier Stunden, und mal mehr.

Wie verbringst Du jetzt Deine Zeit? Bist Du noch in der Schule? Nein, ich beende gerade meine Ausbildung. Und in meiner Freizeit gehe ich ins Fitnessstudio und verbringe viel Zeit mit kleinen Trips und Reisen.

Was ist momentan Deine Wunschvorstellung für Dein Leben in der Zukunft? Was willst Du noch erreichen? Meine Ziele sind, meinen Führerschein zu machen, meine Ausbildung zu beenden. Und dann wirklich ins Leben zu starten mit Auszug usw.

Hast Du einen Rat für jüngere Menschen? Vergleicht Euch nicht mit dem perfekten Leben, das ihr auf Instagram seht. Es ist nicht immer perfekt und hat auch viele Schattenseiten.

06. Schule des Sehens – Beobachtungsaufgaben

11

Um den Film inhaltlich wie formal zu reflektieren, werden die hier folgenden Beobachtungsaufgaben von den Schüler*innen in Kleingruppen erarbeitet und beantwortet. Die Antworten werden einander vorgetragen und gemeinsam ergänzt. Hierbei ist es besonders spannend, sich in die Position der Filmemacherin zu versetzen und zu überlegen, welche Regieentscheidungen vor Drehbeginn getroffen werden mussten, damit der Film in dieser Weise erzählt werden konnte.

Die Kopiervorlage der drei Beobachtungsaufgaben finden Sie in diesem Begleitmaterial. Wir empfehlen, diese vor dem Kinobesuch zu verteilen. Jede*r Schüler*in erhält eine eigene Sehaufgabenkarte. So bilden sich drei Gruppen zu den Sehaufgaben.

Auf den folgenden Seiten finden Sie diese Sehaufträge noch einmal, dann mit bereits integrierten Schüler*innen-Antworten (orange) sowie einer Lösung bzw. Einordnung (violett) für Lehrkräfte. Im Anschluss an die Kinovorführung können Sie eine Gruppenarbeit organisieren und die drei Sehaufträge entsprechend durchgehen.

GIRL GANG	Schule des Sehens	GIRL GANG	Schule des Sehens
Um den Film formal zu reflektieren, empfehlen wir die Herangehensweise der „Schule des Sehens“ von DOKeducation, dem Bildungsprogramm des Internationalen Dokumentarfilmfestival München. Mit dieser Methode entwickeln Schüler*innen ein Verständnis für die filmischen Erzählmittel wie Bilder, Töne, Musik, Filmaufbau und Filmschnitt. Sie beobachten, welche Gestaltungsmittel im Film verwendet werden und welche Wirkung sie auf uns haben. Insbesondere beim Dokumentarfilm ist es vielen Menschen nicht bewusst, dass auch Geschichten aus der Wirklichkeit gestaltet werden müssen. Die Sehaufträge machen die Regieentscheidungen sichtbar.		Sehaufgabe 1 Menschen im Film • Die Hauptperson im Dokumentarfilm nennt man Protagonist*in. Wer sind die Protagonist*innen des Films? • Was erfahren wir über ihre Leben? • Findest Du, dass die Regisseurin gute Protagonist*innen für ihren Film ausgewählt hat? Erkläre warum.	
✂		✂	
GIRL GANG Schule des Sehens Sehaufgabe 2 Dramaturgie im Dokumentarfilm • Wie beginnt die Erzählung? Wie endet sie? • Wer erzählt die Geschichte, die wir hier erleben? • Warum muss ein*e Filmemacher*in auch im Dokumentarfilm eine Geschichte erzählen?		GIRL GANG Schule des Sehens Sehaufgabe 3 Musik im Film • Beschreibe die Musik am Filmanfang. • Beschreibe die Musik an der Stelle, als Leonie harte Kritik von anderen einstecken muss. • Was meinst Du, warum hat die Filmemacherin diese Musik ausgewählt?	
✂		✂	

Sehaufgabe 1 - Menschen im Film

Die Hauptperson im Dokumentarfilm nennt man Protagonist*in. Wer sind die Protagonist*innen des Films? Was erfahren wir über ihre Leben?

Leonie ist die Hauptperson, wir sehen sie das erste Mal beim Hausaufgabenmachen. Sie spricht in ihr Smartphone. Kurz darauf kuschelt Leonie mit ihrer Mutter am Fußboden. Dann sitzt sie mit Vater und Mutter beim Essen. Die Mutter redet von Schönheitsbehandlungen. Der Vater bringt Leonie zum Fußball. Harter Schnitt zu Leoos größtem Fan Melanie. Wir sehen sie beim Schminken vor einem echten Spiegel. Aus dem Off erzählt sie – es könnte ein vorgelesener Tagebucheintrag sein – wie schön sie Leo findet und wie toll und wie glücklich es sie macht, ihr zu folgen auf Instagram. Wir sehen ein Selfievideo, in dem Melanie weint, weil sie es bisher nicht schafft, Leonie mal persönlich zu treffen.

Diese Frage dient der Rekapitulation des Gesehenen. Hierzu kann im Nachhinein auch die Seite „03. Die Charaktere im Film“ kopiert und ausgeteilt werden. Leonie scheint ein unbedarftes glückliches Teenagerleben zu führen, doch nach und nach bemerken wir, welche harten Seiten so ein Influencerinnenleben mit sich bringt. Ihr größtes Ziel ist es eine Million Follower zu haben.

Melanies Familie tritt nicht in Erscheinung. Sie selbst scheint eher traurig und einsam. Im Laufe des Filmes unterstützt sie Leonie durch die Fanpage und macht das Idol Leo zu ihrem Lebensinhalt. Im Laufe des Filmes erkennt sie, dass sie keine echte Erfüllung findet, obwohl es ihr wie eine Freundschaft vorkommt. Sie verändert sich, findet schließlich eine Freundin im echten Leben und dann auch ihren eigenen Weg.

Findest Du, dass die Regisseurin gute Protagonist*innen für ihren Film ausgewählt hat? Erkläre warum.

Antworten der Schüler*innen fallen hier individuell aus.

Die Wahl des*der Protagonist*in ist die erste Regieentscheidung. Damit

steht und fällt, ob ein Dokumentarfilm uns berührt. Gute Protagonist*innen sind sympathisch, haben aber auch ein paar Ecken und Kanten. Perfekte Menschen sind langweilig. Bestenfalls hat die Person ein Problem zu überwinden oder ein Ziel zu erreichen. Dann kann der*die Filmemacher*in beobachten, ob und wie das der Hauptfigur gelingt.

Besonders spannend ist es, dass die zwei Protagonistinnen in Beziehung stehen und dabei jede ein eigenes Ziel hat, bei dem wir während des Films erleben, ob und wie sie sich verändern. Dass die Figur einer Erzählung eine Veränderung durchmacht, macht eine Geschichte interessant. Im Spielfilm, wie auch im Dokumentarfilm.

Sehaufgabe 2 - Dramaturgie im Dokumentarfilm

Wie beginnt die Erzählung? Wie endet sie?

Der Film beginnt mit kreischenden Mädchen und überforderten Sicherheitsmitarbeitern. Dann sieht man den Drohnenflug über Berlin und aus dem Off spricht eine Erzählerstimme. Der Film endet mit dem Abspann und lustigen Instavideos von Leonie. Davor aber endet die Erzählung mit der Märchenstimme und wieder Aufnahmen von Berlin.

Die Märchenstimme weckt eine zauberhafte Stimmung. Man beginnt zu verstehen, dass eine Prinzessinnengeschichte erzählt wird, ein Mädchentraum. Und gleichzeitig wissen wir, dass im Märchen immer etwas Gefährliches passiert. Das Leben von Leonie und Melanie wird dadurch zu einer erzählten Geschichte. Eine Erzählung mit der Wirklichkeit.

Die Stimme sagt: Es war einmal eine Zeit, da lebte ein Mädchen am Rande einer großen Stadt. Als das Mädchen alt genug war, da schenkten die Eltern ihm einen kleinen schwarzen Spiegel. Eines lieben Tages fand es in den Tiefen des Spiegels viele andere Mädchen. Und wenn es hineinschaute und zum Spiegel sprach, konnten all die anderen Mädchen auf dieser Welt es sehen und hören. Denn auch sie besaßen einen solchen Spiegel. Es ist ganz einfach, so zu sein wie ich, sagte das Mädchen. Kommt und folgt mir!

Der Film endet mit folgenden Sätzen: Und so nahm das Leben seinen Lauf. Und die Eltern und das Mädchen lebten glücklich und zufrieden am Rande der großen Stadt. Nur hin und wieder in der dunklen Nacht, besuchte sie ein alter Traum. Es war der Traum von einem Ort ganz weit weg. Einem Ort wo es immer warm ist. Dort, wo es immer schön ist. Es war der Traum von einem Ort, an dem es keine schwarzen Spiegel mehr gibt.

Wer erzählt die Geschichte, die wir hier erleben?

Diese Frage fällt den Schüler*innen meist schwer zu beantworten.

Es gibt diese allwissende Erzählerin, die zu Beginn aus dem Off einführt, und uns eine Lesart mitgibt, für die dann folgenden beobachteten Momenten im Leben der Protagonist*innen. Die Geschichte erzählt sich quasi wie von selbst. Über weite Strecken sind wir Zuschauende wie eine Fliege an der Wand oder das Mäuschen im Raum einfach dabei. Die Menschen vor der Kamera reagieren nicht auf diese und so denken die Zuschauenden nicht daran, dass bei all den Momenten ein Regie-Kamerateam von einer bis drei Personen neben den Menschen steht.

Die Regisseurin des Films ist nicht im Bild und tritt nicht durch Fragen hinter der Kamera in Erscheinung. Durch die Auswahl der Szenen, die Anordnung der Momente und die Parallelmontage der beiden Mädchen Leonie und Melanie entscheidet letztendlich jedoch die Filmemacherin darüber, wann die Zuschauenden welche Informationen bekommen. Sie gestaltet dadurch, was wir Zuschauende wahrnehmen. Somit ist letztlich sie die Erzählerin der Geschichte und hat in der Hand, wie wir Leonie wahrnehmen.

Warum muss ein*e Filmemacher*in auch im Dokumentarfilm eine Geschichte erzählen?

Man kann nicht nicht erzählen. Und wenn man erzählt, nutzt man die klassischen Erzählmittel, um eine die Zuschauer*innen fesselnde Geschichte zu erzählen: Storytelling, Musik, Kameraperspektiven, dramaturgische Schnittentscheidungen. Auch im Dokumentarfilm. Dokumentarfilm ist Erzählen mit der Wirklichkeit.

Sehaufgabe 3 - Musik im Film

Beschreibe die Musik am Anfang.

Beschreibe die Musik an der Stelle, als Leonie harte Kritik von anderen einstecken muss.

Was meinst Du, warum hat die Filmemacherin diese Musik ausgewählt?

Gleich zu Beginn des Films liegt über den Drohnenaufnahmen von der Stadt Berlin eine Musik, in denen ein Chor sehr hohe, fast sphärische Töne singt. Durch die Musik entsteht eine fast heilige Stimmung.

Als Leonie, circa bei Minute 60 im Film, zum Interview geht, hören wir eine klassische Musik mit einem sehr hohen anstrengenden Pfeifton und dann kommen Cello und Geige dazu. Im Film setzt damit das Kapitel ein, in dem Leonie Kritik, Hass und Stress aus dem Internet erfährt.

Auch im Dokumentarfilm, der mit der Wirklichkeit erzählt, wird emotionalisierende Filmmusik sehr bewusst eingesetzt. Die Musik in **GIRL GANG** ist erkennbar extrinsisch – also nicht aus dem echten Moment heraus entstanden. Bei der sogenannten Mood-Technik werden Musikinstrumente in verschiedenen Tonlagen und -arten gespielt, die eine breite Palette an Emotionen abbilden können. Dabei spielen die Auswahl und die Tonhöhe von Instrumenten eine sehr entscheidende Rolle.

Im Abspann findet man die von der Regisseurin ausgewählte Filmmusik nochmal gelistet: „Follower“, „The young mariner“ und „November“ von Max Richter. „The whole universe“ von Nils Frahm. „Fratres for violine, string orchestra and percussion“ von Arvo Pärt. „The Dive“ von Peter Gregson Lambert. „Funeral canticle“ von John Kenneth Tavener. „See the day“ von Diane Sealy über dem Abspann.

Die Titel kann man googeln und mit den Schüler*innen nochmal anhören. Die Reihenfolge im Abspann entspricht der Reihenfolge im Film. Man kann sie dramaturgisch den gesehenen Momenten im Film gut zuordnen und ihre Wirkung auf die Zuschauenden benennen.

Um den Film formal zu reflektieren, empfehlen wir die Herangehensweise der „Schule des Sehens“ von DOK.education, dem Bildungsprogramm des Internationalen Dokumentarfilmfestival München.

Mit dieser Methode entwickeln Schüler*innen ein Verständnis für die filmischen Erzählmittel wie Bilder, Töne, Musik, Filmaufbau und Filmschnitt. Sie beobachten, welche Gestaltungsmittel im Film verwendet werden und welche Wirkung sie auf uns haben.

Insbesondere beim Dokumentarfilm ist es vielen Menschen nicht bewusst, dass auch Geschichten aus der Wirklichkeit gestaltet werden müssen. Die Sehaufträge machen die Regieentscheidungen sichtbar.



Sehaufgabe 2 Dramaturgie im Dokumentarfilm

- Wie beginnt die Erzählung? Wie endet sie?
- Wer erzählt die Geschichte, die wir hier erleben?
- Warum muss ein*e Filmemacher*in auch im Dokumentarfilm eine Geschichte erzählen?

Sehaufgabe 1 Menschen im Film

- Die Hauptperson im Dokumentarfilm nennt man Protagonist*in. Wer sind die Protagonist*innen des Films?
- Was erfahren wir über ihre Leben?
- Findest Du, dass die Regisseurin gute Protagonist*innen für ihren Film ausgewählt hat? Erkläre warum.

Sehaufgabe 3 Musik im Film

- Beschreibe die Musik am Filmanfang.
- Beschreibe die Musik an der Stelle, als Leonie harte Kritik von anderen einstecken muss.
- Was meinst Du, warum hat die Filmemacherin diese Musik ausgewählt?



08. Anregungen zur Filmnachbereitung im Unterricht

15

Im Folgenden finden Lehrkräfte Aufgaben, die für eine Nachbereitung im Unterricht bzw. als Hausaufgabe entwickelt wurden. So können Sie die Thematik des Films **GIRL GANG** und das erworbene Wissen im Bereich Influencer-Marketing, Film und Medienkompetenz mit Ihren Schüler*innen vertiefen.

Hintergrundwissen für Lehrkräfte:

Der Begriff „Influencer*in“ steht für Personen, die über Inhalte, ihre Kommunikation, ihr Wissen und ihre Reichweite als Expert*innen und Meinungsbildner angesehen werden können. Sie verfügen über eine hohe Kompetenz und Aktivität in den sozialen Medien.

Influencer*innen nennen sich auch „ContentCreator“. Sie zielen mit ihren Inhalten auf „Communitybuilding“ und das Erreichen gewisser Zielgruppen ab. Sie erreichen oft eine große „Followerschaft“ und zeichnen sich durch eine hohe Interaktionsrate aus.

Die größte Gruppe auf dem deutschen Influencer-Markt sind die Mikro-Influencer*innen (5.000–20.000 Follower) mit einem Marktanteil von 43 Prozent. Dicht gefolgt von Nano-Influencer*innen (1.000–5.000 Follower), die 35,4 Prozent ausmachen. Mega-Influencer*innen (1– 5 Mio. Follower) oder Celebrity-Influencer*innen machen den kleinsten Teil aus, erreichen jedoch über 5 Mio. Follower.

- 50,51 Prozent der Influencer*innen sind weiblich.
Das Durchschnittsalter bei weiblichen Influencerinnen liegt bei 18–24 Jahren, bei männlichen Influencern liegt es bei 25–34 Jahren.
(Quelle: Hyperauditor, Studie 2020)
- 68 Prozent der befragten Teenager streben eine Karriere als Influencer*in an. (Morning Consult, The Influencer Report)
- 80 Prozent aller Brands setzen auf Internetmarketing (The Influencer Marketing Hub, 2020/21 Report)
- Pro Beitrag werden durchschnittlich 15.000 Euro gezahlt. (PEW Research Center, teens, Social Media & Technology 2020)
- 48 Prozent der befragten Teenager sagen, dass ihr Social-Media-Idol sie besser versteht als ihre echten Freunde.
(Commission for Youth Media Protection)
- 92 Prozent der befragten Teenager gaben an, wegen eines Influencers ein bestimmtes Produkt gekauft zu haben. (Morning Consult, The Influencer Report)
- 95 Prozent aller Brands erwarten, dass Social-Media-Kampagnen nicht nach Werbung aussehen. (Forbes, The State of Influencer Marketing)

08. Nachbereitungsaufgabe **GIRL GANG**

Umfrage - Selbsteinschätzung Onlineverhalten & Werbung

16

Mit Apps wie Mentimeter kann man mit wenig Vorbereitung Stoffsammlungen in Form einer Wortwolke oder Umfragen kreieren. In Echtzeit werden die anonymen Antworten und Ergebnisse via Beamer präsentiert. Der Nutzen der Technologie liegt in der direkten Erfassung und der grafischen Aufbereitung der Antworten. Lehrkräfte können mit dem Überblick gut auf die Meinungen in der Klasse eingehen und die Antwortgeber bleiben anonym und trauen sich so, ehrlich zu antworten, ohne sich Spott oder Verurteilung auszusetzen. Technische Voraussetzung sind die Smartphones / Tablets der SuS und Internetzugang. Lehrkräfte brauchen einen Laptop mit Internetzugang und den kostenfreien Zugang zur App im Browser.

Alternativ erarbeiten Sie diese Fragen analog als Umfrage, die Bewegung im Raum ermöglicht: mit farbigen Post-its und Klebepunkten auf vorbereiteten Plakaten an der Wand. Für Ja/Nein-Umfragen können Sie auch Murmeln ausgeben und dafür zwei Glasflaschen aufstellen, in die abgestimmt werden kann.

Folgende Fragen können Sie so angehen:

Wortwolke

Welche Art Produkt lässt Du dir gerne von Influencer*innen erklären?

Wortwolke erstellen lassen

Umfrage

Hast Du schonmal ein Produkt gekauft, das Dir bei einer*m Influencer*in begegnet ist?

Antwortmöglichkeit: Ja - nein

Umfrage

Was schätzt Du, wie gut Du Werbung in Social-Media-Profilen erkennst?

gar nicht - manchmal - meistens - immer

Erörtern Sie die Ergebnisse der Umfrage im Plenum. Lassen Sie die SuS zusammenfassen. Die Einheit abschließen können Sie mit der folgenden Fragestellung: **Wenn Du eine*n Freund*in beraten müsstest, woran man erkennt, dass ein Content Werbung ist - wie würdest Du es ihm*ihr erklären?**

Hintergrundwissen für Lehrkräfte:

Laut der neuen Gesetzgebung Ende Mai 2022 muss jeder Mensch, der eine direkte oder indirekte Gegenleistung für ein Posting oder eine Instagram-Story erhält, den Beitrag als Werbung kennzeichnen. Indirekt bedeutet das, dass man eine Sache kostenfrei geschenkt bekommen hat oder grundsätzlich in kommerzieller Beziehung zu einem Unternehmen steht. Um im Fall einer fehlenden Kennzeichnung beweisen zu können, dass man eine Sache selbst gekauft hat, sollte man Kaufbelege aufheben. Einige Instagram-User markieren zu ihrer Sicherheit daher einfach alle Beiträge mit Produktennung mit dem Hashtag #Werbung, #unbezahltewerbung oder #Werbung weil Markennennung.

08. Nachbereitungsaufgabe **GIRL GANG**

Wie und womit verdienen Influencer*innen ihr Geld?

17

Eine zum Kinobesuch passende Hausaufgabe lässt die SuS bei den ihnen bekannten Influencer*innen recherchieren.

Schau durch die letzten zehn Postings deines Lieblings-Influencers oder ContentCreators und checke, ob er oder sie dafür Geld bekommen hat. Mache Screenshots von 2 Bildern und präsentiere Deine Ergebnisse.

- **Beschreibe die Art von Postings bzw. Content, die er*sie macht.**
- **Welche Art von Verdienst könnte er*sie haben?**

Hier finden Sie die Bezeichnungen, die Sie vorab oder anschließend mit den SuS durchgehen können:

Sponsored Content

Das kann ein Bild oder eine Story sein, wo das Produkt zu sehen ist.

Affiliate

Content Creator „testen“ ein Produkt und verlinken es in der Videobeschreibung oder über eine „Tap-Tag“-Verlinkung im Bild. Wenn man über diesen Link geht, um das Produkt zu kaufen, bekommen die Influencer*innen einen Anteil am Verkaufspreis.

Eigener Shop

Wer einmal bekannt ist, kann in einem eigenen Shop Produkte und Merch-Artikel direkt verkaufen.

Barter deal

Hier bekommen Influencer*innen kostenlos ein Produkt, bewerben es und dürfen es dann anschließend behalten. Es muss versteuert werden.

Klassische Werbung als Testimonial

Unternehmen nutzen bekannte Gesichter von Influencer*innen, um klassisch über Plakate oder Anzeigen Werbung zu machen.

Monetarisierung durch YouTube

Vor, während und nach Influencer*innen-Videos auf YouTube kann Werbung gezeigt werden. Pro Aufruf erhalten Kanalbetreiber*innen dann Geld von YouTube.

GIRL GANG Arbeitsblatt: Entwerfe eine eigene Kampagne

Du bist Influencer*in und hast mittlerweile 5.000 Follower. Heute steht ein wichtiger Auftrag auf Deiner To-Do-Liste: Du hast zugesagt einen Sport-Hoodie oder ein schickes Shirt aus Bio-Baumwolle aus der Kollektion Deiner Schule zu bewerben. Dein*e Auftraggeber*in möchte vorher nochmal absprechen, was Du genau planst. Stelle ihm deinen Plan vor.

Dein Sitznachbar im Klassenzimmer ist Dein*e Partner*in. Entwerft und plant zu zweit ein Konzept für ein Instagram-Posting. Schreibt auch den Begleittext und überlegt Euch hilfreiche Hashtags.

Folgende Fragen helfen Dir, Dich professionell vorzubereiten:

1. Welche Eigenschaft, die nicht zum Produkt passen, solltest Du nicht haben?

2. Wirst Du als Influencer*in mit im Bild sein?

3. Welche Orte sind geeignet für Dreharbeiten?

4. Wo könntest Du das Produkt „natürlich“ in Dein Leben integrieren?

5. Ist es ein Foto-Post oder ein Video? Welches Format passt: Die kreative Lifestyle-Story, Let's play, Haul, Unboxing, Contest, Challenge, Gewinnspiel oder ein Tutorial? (<https://t1p.de/xbcev>)

6. Wie soll das Video/Bild aufgenommen werden: Auf Augenhöhe, untersichtig oder aufsichtig? Vom Stativ oder von Hand gehalten?

7. Was ist der Begleittext zum Bild?

8. Welche Hashtags kommen dazu?

9. Wirst du es als Werbung kennzeichnen und wenn ja, wie?

10. Um welche Uhrzeit wäre es sinnvoll, das zu posten?

08. Nachbereitungsaufgabe **GIRL GANG**

Gruppenarbeit: Fankultur im Internet und psychische Gesundheit

19

Einige Studien legen nahe, dass eine intensive Social-Media-Nutzung die Entwicklung von Depressionen begünstigen kann. Ein Kausalzusammenhang zwischen der Social-Media- Nutzung und der Entwicklung einer Depression ist aber nicht eindeutig belegt: Nutzen Menschen mit einer depressiven Veranlagung häufiger soziale Medien oder werden Menschen aufgrund ihres Social-Media-Konsums depressiv?

In jedem Fall ist es hilfreich, Kindern und Jugendlichen einen möglichen Zusammenhang bewusst zu machen, ohne sie persönlich zu verurteilen. Versetzen Sie ihre Schüler*innen in die Position eines Therapeuten, der ein Gespräch führt mit einer unzufriedenen jugendlichen Instagram-Nutzerin, die deutliche Zeichen von „Instagram-Sucht“ aufweist. Sie sucht Erklärungen, Rat und konkrete Tipps, wie sie ihr Leben ändern könnte. In Gruppenarbeit soll die Klasse Hilfestellungen finden, mit denen man sich aus so einer Situation herausarbeiten kann.

Hintergrundinformation für Lehrkräfte:

Warum und wie kann ein extrem starkes Fan-Dasein oder überdurchschnittliche Internetzeit auf Instagram sich negativ auswirken?

- 1.) Der soziale Vergleich: Man sieht nonstop die schönsten Momente im besten Licht fotografiert. Man wünscht sich, so zu leben, so zu sein und empfindet sein Leben als weniger aufregend und weniger perfekt. Unzufriedenheit ist vorprogrammiert.
- 2.) Zeitaufwand: Je mehr Zeit vor dem Bildschirm verbracht wird, desto weniger bleibt für echte soziale Kontakte, für kreative Projekte, das Umsetzen von Zielen, für Tagträume, Muße, Schlaf, Bewegung und vieles mehr. Werden essenzielle Bedürfnisse vernachlässigt, hat das auch negative Auswirkungen auf die Psyche.
- 3.) Reizüberflutung: Das Gehirn besitzt nur eine begrenzte Aufnahme-fähigkeit. Die Informationsflut aus dem Internet kann zu einer Reizüber-flutung führen. Die subjektiv wahrgenommene Informationsüberflutung ist mit depressiven Symptomen und einem reduzierten Wohlbefinden assoziiert.
- 4.) Sucht nach Likes: Der Körper schüttet Glückshormone aus, wenn Posts geliket und mit positiven Kommentaren versehen werden. Diese angenehme Erfahrung möchte man wiederholen, insbesondere dann, wenn es im realen Leben nur wenige alternative Quellen positiver Erfahrungen gibt. So kann auch eine Sucht entstehen.

Mögliche Lösungen wären:

- 1.) Der Glitzerwelt nicht trauen. Verstehen, wieviel Arbeit darin steckt, immer zu glänzen und dass diese Menschen auch Sorgen haben.
- 2.) Sich klarmachen, dass der Großteil dieser Darstellung Werbung ist, also bewusstes Einreden von Bedürfnissen, damit wir unzufrieden sind und Geld ausgeben, um zufriedener zu werden.
- 3.) Fokus auf das echte Leben richten. Challenge mit sich selbst eingehen: Wieviel Kontakte mit echten Menschen schaffe ich pro Tag?
- 4.) Nie in schlechter Stimmung auf Social Media herumschrollen – Studien haben nachgewiesen, dass diese dadurch verstärkt wird.
- 5.) Alternative für Glückhormonausschüttung finden: Sport, Sonne, frische Luft, Treffen mit wertvollen Gesprächen mit Freund*innen.
- 6.) Sich selbst ein Zeitlimit setzen. Digital-Detox-Tage einlegen.
- 7.) Sich ein Vorbild aus dem eigenen Umfeld suchen.
- 8.) In sich reinhören: Welche Personen tun mir gut, welchen sollte ich besser nicht mehr folgen?
- 9.) Handy raus aus dem Schlafzimmer – man schläft besser, wenn man abends nicht bis zuletzt am Gerät war.
- 10.) Sich vor Mobbing im Internet schützen. Das Profil auf privat stellen.

Interessante Links

20

Influencerin Leonie

www.instagram.com/leoobalys

Film **GIRL GANG**

www.girlgang-film.com, www.riseandshine-cinema.de/portfolio/girl-gang

Digitaler Unterricht: Interaktive Lernbausteine zum Thema Influencer*innen vom Niedersächsischen Landesinstitut für schulische Qualitätsentwicklung.

<https://t1p.de/99usx>

Downloads zum Thema „Die geheimen Muster der Selbstinszenierung auf Instagram“: Video, Stundenablauf, Ideen für den Unterricht, vertiefende Informationen - von BR „So geht Medien“.

<https://t1p.de/97xf6>

Selbstinszenierung und Selbstoptimierung – Hintergrundwissen. Der Onlinedienst steht für moderne, digitale Kommunikation und Partizipation, da erscheint es umso widersprüchlicher, dass ausgerechnet die Nutzung von Instagram und anderen sozialen Netzwerkdiensten konventionelle und traditionelle Ansichten über Rollenbilder verstärkt.

<https://t1p.de/urt4g>

Schülergerechter Beitrag von FUNK zu Instagram: Wie ist es, wenn Instagram zum Job wird?

<https://t1p.de/m33mq>

Wertvolle Übersicht und umfangreiches Dossier mit Materialien zum Thema „Dokumentarfilm im und für den Unterricht“ von Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen, Landesinstitut für Schule und Medien Berlin-Brandenburg und VISION KINO, 11/2021.

<https://t1p.de/lkwtf>

Downloads zum Thema „Darum sind Influencer so beliebt“ mit Ideen für den Unterricht, vertiefende Informationen und ein Quiz für die 5. – 8. Klassenstufe.

<https://t1p.de/4gw4>

Impressum

Autorin: Maya Reichert / DOK.education

Grafik: Bianca Laschalt

Redaktion: Rise & Shine Cinema