

Influencer über Nacht: Berliner erobert Internet

Levi Penell beweist Gespür für gute Inhalte und begeistert in den sozialen Medien Hunderttausende

Vitus Studemund

Wenn Levi Penell nach seinem Beruf gefragt wird, antwortet er seit ein paar Monaten: „Influencer.“ In einem Wikipedia-Eintrag über ihn heißt es Webvideoproduzent, innerhalb der Branche nennen sich die meisten am liebsten Content Creator. „Am Ende sind das alles unterschiedliche Worte für den gleichen Beruf“, sagt Penell. „Aber im Wort Influencer liegt immer eine negative, verallgemeinernde Haltung. Im Fernsehen läuft ja sowohl Reality-TV als auch Jens Riewa. Da unterscheidet man doch auch.“

In der Welt des Internets wäre Levi Penell eher „Typ Jens Riewa“. Auf Tiktok und Instagram klärt der 24-Jährige aus Berlin über zwielichtige Internetunternehmer auf, verrät, wie man sich eine eigene Insel kaufen kann oder sucht das „Boomerwort des Jahres“. „Tagesschau“-Chefsprecher Riewa ist selbst Fan von Penell. Er verkündete das Gewinnerwort „Sportsfreund“ auf dessen Account, da gab es diesen erst wenige Monate.

Die Deutschen verbringen viel Zeit in den sozialen Medien, durchschnittlich anderthalb bis drei Stunden am Tag, sagen Branchenumfragen. Während die meisten vor allem durch Inhalte anderer scrollen, vielleicht auch durch die Videos von Levi Penell, können ein paar wenige wie er von ihren Postings leben. Wie ist das, als Social-Media-Star auf einmal auf der „anderen Seite“ des Internets zu stehen?

Beim Treffen in seiner Wohnung erzählt Penell, wie der Erfolg quasi über Nacht kam. Im Januar lädt der Berliner von hier aus seine ersten Videos auf Tiktok hoch, erzählt etwa von den Zimmerpflanzen, die er im Wohnzimmer hortet. Der Account ist ganz neu. Er will nicht, dass seine Freunde direkt auf die Clips stoßen. Doch die Likes kommen schnell. „Schon in den ersten Tagen sind Videos viral gegangen und haben Millionen Klicks bekommen. Das war eine sehr eindrucksvolle Zeit. Das hat Spaß gemacht“, erzählt Penell. Am zweiten Tag entdeckt sein kleiner Bruder die Videos, fünf Tage nach dem Start des Accounts sitzt Penell mit seinen Eltern am Esstisch und kriegt Lob für die Clips.

Bei den Spielen der Hertha-Frauen gibt Pernel den Vorsänger für die Fans

Damals ist Levi Penell 23 Jahre alt, Statistikstudent im Master und hat einen Nebenjob in der epidemiologischen Forschung. Wenn Hertha spielt, steht er in der Ostkurve oder fährt mit zu den Auswärts-spielen. Als der Verein vor einem Jahr eine Frauenabteilung gründet, entsteht schnell ein eigener Fanclub, Levi macht als Vorsänger bei den Spielen der Frauenmannschaft Stimmung.

Heute, mit etwa 250.000 Followern auf Instagram und 450.000 auf seinem Hauptaccount auf Tiktok, bleibt dafür kaum noch Zeit. Auf der Straße wird er beinahe täglich erkannt, obwohl er oft nur mit Maske rausgeht. „Es ist sehr selten, dass man



mit Social Media anfängt. Und es geht direkt komplett ab“, sagt Penell. „Aber dadurch hatte ich nicht richtig Zeit, mich darauf einzustellen.“ Seinen Nebenjob hat er gekündigt, kurz vor der ersten Publikation. Epidemiologie und Viralität im Netz lägen dann doch weit auseinander.

Studieren will Penell weiter, durch die Werbeeinnahmen könne er sich nun aber mehr Zeit lassen. Ab 10.000 Followern können Tiktok-User mit ihren Videos Geld verdienen. Als Penell die Marke im Januar erreicht, werden die Videos länger, denn eine Minute ist die Mindestlänge für die Monetarisierung. 2000 Euro bis 5500 Euro verdient er monatlich nur mit den Klicks, verrät er öffentlich in einem Kurzvideo. Viele Clips bereitet er jetzt mit Recherchen vor, etwa zu Multi-Level-Marketing-Vertriebssystemen, die in seinen Augen oft illegalen Schneeballsystemen ähneln. „Das fanden die Leute von einem dieser Unternehmen nicht so toll. Es kam eine erste Abmahnung.“

Große Medien bekommen von dem Rechtsstreit mit und veröffentlichen eigene Recherchen. Vor Kurzem sendet das

ZDF eine eigene Dokumentation zu der Auseinandersetzung. „Ich habe Nachrichten von Leuten bekommen, die durch meine Videos den Ausstieg aus diesem System geschafft haben“, sagt Penell. „Das ist toll. Aber manchmal hab ich das Gefühl, Leute erklären mich zu einem Samariter. Dabei habe ich gar nicht so viel bewirkt. Das Unternehmen gibt es immer noch.“

„Wenn man rumfragt, was die Top-50-Probleme in unserem Land und auf der Welt sind, wären Schneeballsysteme wahrscheinlich nicht darunter“, sagt er außerdem. Ihn würden auch politische Fragen umtreiben: Wie kämpft man gegen den Klimawandel, den Rechtsruck oder Armut und Verdrängung vor der eigenen Haustür? „Ich bin am Kotti aufgewachsen. Heute erkenne ich die Gegend gar nicht wieder vor lauter Gentrifizierung.“ Auf Social Media will er politische Themen ansprechen. Trotzdem spricht er von einem Spannungsverhältnis: „Ich bin eben Entertainer. Wenn ich jetzt nur noch Politikvideos mache, würde auch niemand mehr zuschauen. Dann wäre der Sache auch nicht geholfen.“

Gerade kommt er von einer Konferenz in Hamburg zurück. Der Titel seines Vortrags dort: „How to Levi Penell.“ Was ist denn nun sein Erfolgsgeheimnis? „Ich glaube, ich habe ein Talent dafür, Geschichten zu erzählen. Ob aus meinem Leben oder der Wissenschaft, das ist am Ende egal.“ Der Druck, konstant viralen Content zu liefern sei aber groß: „Es gibt nie Sicherheit. Wenn ein paar Tage die Videos nicht so gut laufen, steckt man direkt in einer mittleren Lebenskrise.“

Wenn Penell wie gerade mehrere Tage auf Events unterwegs ist, käme nachher auch oft Erschöpfung oder Einsamkeit auf. „Du lernst berühmte Leute kennen, bist feiern und genießt es, im Mittelpunkt zu stehen. Aber dann kommst du nach Hause, in deine Wohnung und fällst in ein Loch.“

Bereut habe er es aber nie, mit Tiktok angefangen zu haben. „Die Möglichkeit, dass es jederzeit vorbei sein kann, impliziert ja auch, dass ich jederzeit die Gelegenheit habe, es einfach zu beenden und zu sagen: Ich will wieder zurück in mein altes Leben.“