

Zeitschrift: Filmbulletin : Zeitschrift für Film und Kino
Herausgeber: Stiftung Filmbulletin
Band: 65 (2023)
Heft: 408

Artikel: Zwischen Musikclips und Spielfilmen : Joséphine Demerliac
Autor: Ehrat, Noemi
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1055201>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 14.01.2026

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



Die Musikerin und Regisseurin Joséphine Demerliac in ihrer Berliner Wohnung.



Zwischen Musikclips und Spielfilmen

Joséphine Demerliac



TEXT UND BILD Noemi Ehrat

Die 30-jährige Wahlberlinerin hat mit ihren Musikvideos und ihrem ersten Spielfilm Erfolge gefeiert. Ihr Werk gilt als experimentell, weil es die Grenzen beider Genres sprengt.

Beim Stichwort «Musikvideo» denkt man vielleicht an MTV, an Flachbildschirme, auf denen an Kiosken die Clips in Endlosschlaufe laufen, oder an glitzernde Beyoncé- oder Harry-Styles-Produktionen. Denn heute sind Musikvideos oft vor allem eines: aufwändig produzierte Werbespots für Musikschaflende.

Tatsächlich wurde MTV 1981 vor allem deswegen lanciert. Manager des Konzerns Warner-American Express Satellite Entertainment Company wollten einen geldbringenden Sender für eine junge Zielgruppe. Doch die goldene Ära sowohl für MTV als auch für Musikvideos waren die Neunzigerjahre, als ihre Regisseur:innen immer wichtiger wurden und sich stilistisch

regelrecht austoben und immer neue Formen ausprobieren konnten. Unter ihnen waren Michel Gondry, Spike Jonze oder Floria Sigismondi, die später auch erfolgreiche Spielfilme machten. Insofern vereinte das Musikvideo von Anfang an Kommerz und Kunst wie kein zweites Format.

Bereits 1984 rief MTV die Video Music Awards (VMA) ins Leben, die Jahr für Jahr die besten Videos und Künstler:innen auszeichnen. Während MTV und die VMA ihre besten Zeiten hinter sich haben, was stetig sinkende Einschaltquoten belegen, hat sich das Musikvideo schon längst auf anderen Kanälen etabliert: Nicht nur Youtube, sondern auch Spotify und

Tiktok buhlen mit grellen Clips um unsere Aufmerksamkeit. Weil heute auf allen Plattformen um Klicks, Streams und Reichweite gekämpft wird, scheint das Musikvideo als Musik-Werbespot sogar wichtiger als je zuvor zu sein.

Werdegang wie Grössen der Neunziger

Umso unwahrscheinlicher erscheint, dass in diesem überkommerzialisierten Zeitalter die französische Filmemacherin und Musikerin Joséphine Demerliac mit ihrem Video La Bombe für die Berlin Music Video Awards nominiert wurde. Demerliac hat an der Freien Universität Berlin und an der Sorbonne in Paris eigentlich Wirtschaft studiert, wie sie an einem verregneten Tag in einem Café im Prenzlauer Berg bei einem Glas Eistee erzählt. Und La Bombe verkörpert so ziemlich das Gegenteil des immer Blockbuster-ähnlicheren Genres.

In dem Video passt ein Mob wütender Frauen auf einem Dach in Paris einen jungen Mann ab, und herkömmliche Narrative sexueller Gewalt werden plötzlich umgedreht. Das wird von Archivaufnahmen in Schwarzweiss und mit einem Hinweis darauf ergänzt, dass mehr als eine von zehn Frauen in ihrem Leben von sexueller Gewalt betroffen ist.

Bei dieser Produktion war die inzwischen 30-Jährige alles: Drehbuchautorin, Musikerin, Regisseurin, Schauspielerin. Ihre innovative Leistung wurde anerkannt und brachte ihr 2017 in Berlin die Nomination in der Kategorie «Best Experimental» ein – eine erhebliche Leistung für eine (sogar in ihrem Heimatland Frankreich) praktisch unbekannte Künstlerin. Den Preis gewannen dann allerdings die New Yorker Grössen Son Lux.

Nicht nur Demerliacs avantgardistischer Ansatz, auch ihr Werdegang erinnert an MTVs Regiegrössen der Neunzigerjahre. Nachdem ein weiteres – nun ja – avantgardistisches Musikvideo für ihr Musikprojekt «Zou» 2020 als Kurzfilm an der Französischen Filmwoche Berlin aufgeführt wurde, feierte sie im Jahr darauf ihren bisher grössten Erfolg: Ihr erster Langspielfilm, Le soleil brûle, wurde im Rahmen des Max-Ophüls-Preises im Wettbewerb um den besten Spielfilm gezeigt. Auch in diesem Projekt stammen sowohl Drehbuch als auch Regie und Schnitt von Demerliac. Zudem spielt sie neben Cecil von Renner und Dimitri Stapfer die Hauptrolle – allerdings nur, weil eine Darstellerin in letzter Minute abgesprungen war.

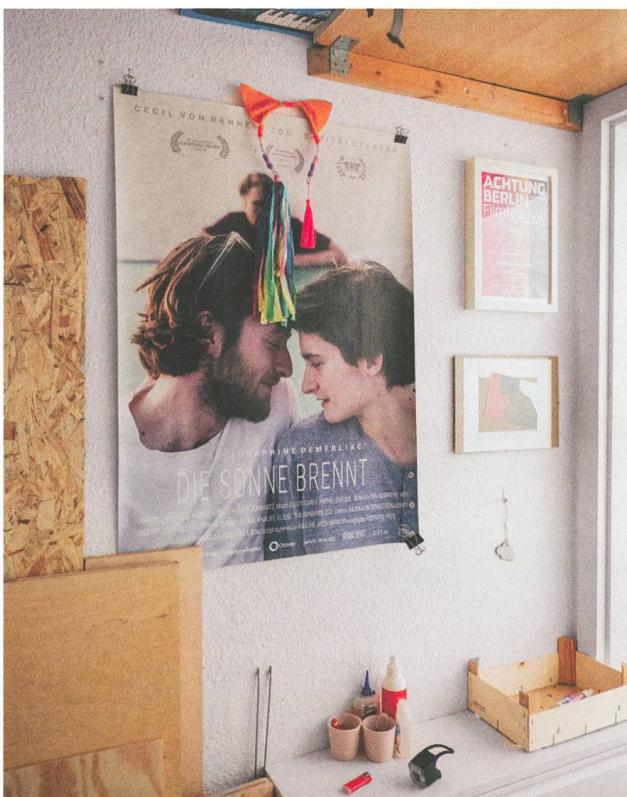
Tiefenpsychologische Charakterstudien

Das Label «experimentell» ist an Demerliac haften geblieben, auch bei ihren längeren Formaten. Le soleil

brûle wurde – in etwas unbeholfener Anlehnung an das musikalische Genre – sogar als «experimenteller Gagenfilm» bezeichnet. «Um ehrlich zu sein, finde ich das, was ich mache, nicht extrem experimentell», meint Demerliac leicht genervt dazu. Dass der Begriff für ihre Filme verwendet wird, sage mehr über die Konventionalität anderer Werke aus. Manchmal werde das Label sogar eher als ein etwas weniger abschätziges Synonym für «low budget» verwendet. «Dabei sollten die Kreativität und das Konzept zählen», so Demerliac.

Tatsächlich verweist das nur schwammig definierte und inflationär verwendete Schlagwort noch auf eine ganz andere Spannung, nämlich die des filmischen Genres. Und da mag sich Demerliac weder im einen noch im anderen festlegen. Stattdessen, und das ist ihre unverkennbare Stärke, dreht sie Spielfilme, die Elemente von Musikvideos aufweisen, und Musikvideos, die eher verdichtete tiefenpsychologische Charakterstudien als Werbung für eine:n Künstler:in sind. In Le soleil brûle etwa kommen längere Sequenzen vor, in denen die Hauptfigur spätabends durch Berlin geht – ausschliesslich von Musik begleitet. Selbst Gespräche mit anderen Figuren werden so ausgespart. Gelegentlich taucht, wie schon bei La Bombe, ein Bild im Bild auf.

In einem noch unveröffentlichten Musikvideo, das Demerliac kürzlich gedreht hat und mir auf auf ihrem Handyscreen zeigen kann, sind wiederum schlicht zwei Menschen zu sehen, die in einer Wohnung miteinander streiten – auch wenn hier schlussendlich keine Worte zu hören sein werden, ist das Video mehr Kammerspiel als einstudierte Showbiz-Performance.





Dieser ihr eigene Stil und Look ist – wie auch die Oxfordsschuhe von Doc Martens, die sie bei unserem Treffen trägt – bereits in Demerliacs ersten Musikvideos aus dem Jahr 2013 zu erkennen, die immer noch auf dem Youtube-Kanal «The real ZOU» zu finden sind. Sie erinnern mit ihren starken Kontrasten auch an Michel Gondrys Musikvideos für Björk aus den Neunzigerjahren.

Bock, Neues auszuprobieren

Doch wie passt Demerliacs so auf künstlerische Freiheit bedachter Ansatz mit der unglaublich kommerzialisierten Welt des Musikvideos wie auch des Spielfilms zusammen? «Es geht sehr oft vergessen, warum wir überhaupt Kunst machen», kontert Demerliac. Sie habe schon oft gehört, dass man «Scheisse» produziere, weil das Publikum das angeblich mag. «Aber das ist völlig falsch», meint Demerliac, die langsam in Fahrt kommt. «Film hat einen Einfluss auf die Welt und darauf, wie wir uns sehen.»

Und wenn eines klar wird im Gespräch mit Demerliac, dann, dass sie ihr Publikum nicht mit durchschaubarer Unterhaltung berieseln, sondern Filme und Videos machen will, die Menschen berühren. Denn für Demerliac, die in einer Künstler:innenfamilie gross geworden ist, ist Kunst dazu da, der Gesellschaft einen Spiegel vorzuhalten und ihr dabei zu helfen, sich besser zu verstehen, oder auch Probleme aufzuzeigen. «Was mich immer interessiert, ist dieses vermeintlich banale Zwischenmenschliche, die daraus entstehenden Kommunikationsprobleme und die Gewalt, die manchmal auftaucht», führt sie aus.

So überrascht es nicht, dass das noch nicht veröffentlichte Musikvideo nicht als Auftrag gedreht wur-

de. Demerliac hatte, wie sie sagt, «einfach Bock» darauf, etwas Neues auszuprobieren. Vielleicht findet ein:e Musiker:in Interesse daran. Und wenn nicht, dann könnte sie die Musik dazu machen. Dieser Ansatz scheint allem zuwiderzulaufen, wofür das heutige Musikvideo steht: Werbung für eine Künstlerin, ihr Image, ihre Marke. Und doch gibt es nach wie vor Musiker:innen, die Lust haben auf starke visuelle Produktionen. «Es ist auch Vertrauenssache zwischen Regie und Musikerin», sagt Demerliac. Wnn aber dieses Vertrauen fehlt, könne dies dazu führen, dass konventionelle, langweilige Videos entstehen.

Musik ist nun fast zweitrangig

Das Problem diagnostiziert Demerliac eben nicht bei den Filmschaffenden oder dem Publikum, die keine Lust auf Neues hätten, sondern bei der Industrie: «Money und Power werden an Konzepte verliehen, die schon erfolgreich waren», sagt sie. Das gelte insbesondere für ihre Wahlheimat Deutschland, wo sie nach einem Austauschsemester geblieben ist. «Wie viele Remakes hier gemacht werden, ist einfach krass», meint sie. Wo die Originalität bleibe, der Versuch, etwas Neues zu machen, fragt sie sich.

Dabei erinnert Demerliacs Ansatz stark an die Hochzeit der Musikvideo-Regisseur:innen in den Neunzigerjahren, als «experimentell» plötzlich Mainstream war. Insofern arbeitet sie ganz in der Tradition des Genres. Doch erst mal ist Demerliac bei einer Berliner Künstler:innenagentur unter Vertrag. Und an zwei Spielfilmen und einer Miniserie arbeitet sie für die internationale etablierte Produktionsfirma Iconoclast. Wenn alles gut geht, dürfte sie auch damit den Spuren von Michel Gondry und Co. folgen und den Sprung auf die grosse Leinwand beziehungsweise ins Fernsehen schaffen.

Mit ihrem Wechsel auf die Kinoleinwand und dem Fokus auf Regie und Drehbuch ist Demerliacs eigene Musik zweitrangig geworden. Komplett verschwunden ist sie aber nicht: Für eines ihrer neuen Projekte hat sie bereits eine «kleine Melodie» entwickelt, wie sie es nennt. Und auch in ihrer kleinen Berliner Wohnung, wohin wir später spazieren, nimmt ihr Fazer-Piano nach wie vor einen zentralen Platz ein. Nachdem sie darauf ein paar frei erfundene Melodien gespielt hat, packt sie ihre Sachen, um erst an den letzten Tag der diesjährigen Berlin Music Video Awards und am nächsten Morgen nach Paris zu fahren. Langweilig wird es Demerliac vorerst also nicht. ■