



Positionspapier

Kinder vor der Kamera: *Sharenting* und *Influencing*

Inhalt

Einordnung	2
Kinderbilder im Netz	4
Familienblogger*innen, Kinder-Influencer*innen, Momfluencer*innen	5
Elternpflicht und Erziehungsrecht.....	7
Kinderarbeit im digitalen Raum	7
Kinderrechtliche Einordnung.....	9
UN-Kinderrechtskonvention: Alle Kinderrechte gelten auch im digitalen Raum.....	9
Wer entscheidet über das Teilen von Kinderfotos?	10
Datenschutz	10
Risiken und Gefahren	11
Haltung des Kinderschutzbunds	12
Forderungen des Kinderschutzbundes.....	14
Handlungsempfehlungen für privates <i>Sharenting</i>	16
Quellen & Weiterführende Literatur	18



Einordnung

Der Kinderschutzbund beschäftigt sich im Bereich Medien und Digitales bereits seit vielen Jahren mit der Thematik der „Kinder vor der Kamera“. Waren es in den ersten Jahren vor allem Dokumentationen, Dokusoaps und Reality-Fernsehen, bei denen Kinder mitwirk(t)en oder gar im Zentrum stehen und standen, sind neue Formate im Internet in Form von *Sharenting*, Kinder-Influencer*innen und Familienblogger*innen hinzugekommen. All diesen Formate mangelt es an gesetzlichen Grundlagen, die die Interessen der beteiligten Kinder ausreichend schützen. Gemeinsam ist ihnen auch, dass die Eltern kraft des Elternrechts ihre Kinder mitwirken lassen und es keine neutrale Instanz gibt, die prüft, ob dies im besten Interesse des Kindes ist (Art. 3 UN KRK).

Neben den Persönlichkeitsrechten und der Würde der Kinder, wenn sie vor der Kamera stehen, ist vor allem auch das Thema Kinderarbeit relevant. Im Jugendarbeitsschutzgesetz (JArbSchG) und in § 5 Kinderarbeitsschutzverordnung sind Fragen der wirtschaftlichen Tätigkeit von Kindern und Jugendlichen geregelt. Grundsätzlich ist in Deutschland Kinderarbeit verboten. Das JArbSchG¹ und die Kinderarbeitsschutzverordnung bestimmen jedoch Ausnahmen von dieser Regel. Diese gelten beispielsweise für die Mitwirkung von Kindern bei Theater- und Filmproduktionen. Ihre Beteiligung setzt in diesen Fällen die Zustimmung der Aufsichtsbehörde, des Jugendamtes und ärztliche Atteste voraus. Kinderarbeit ist nach diesen Gesetzen nur in einem engen zeitlichen Rahmen, ohne belastende körperliche Tätigkeiten möglich, wenn auch Schulbesuchs und Ruhepausen gewährleistet sind. Der Kinderschutzbund merkt bei diesen gesetzlichen Regelungen kritisch an, dass diese nicht nur veraltet, sondern auch in sich inkonsistent sind. Zum Beispiel sind das Zeitungsaustragen oder längere Beschäftigungszeiten in familiären landwirtschaftlichen Betrieben erlaubt, während andere Tätigkeitsbereiche strenger geregelt sind. Ferner spielen sich viele Tätigkeiten, die der Kinderarbeit zuzuordnen sind, im privaten Bereich ab wie u.a. Babysitting, Nachhilfeunterricht, Rasenmähen oder Einkäufe für Nachbar*innen. Dafür wird in aller Regel keine Ausnahmegenehmigung beim Jugendamt angefordert und ist somit den Behörden auch nicht bekannt.

Festzustellen ist, dass Bund und Länder keinerlei wirkliche Übersicht über Ausmaß und Formen der Kinderarbeit in Deutschland haben. In den 90iger Jahren und nach der Jahrtausendwende haben einige wenige Bundesländer Erhebungen zur Kinderarbeit in ihren Ländern durchgeführt, die aber mittlerweile sehr veraltet sind, nicht flächendeckend vorhanden und neue Entwicklungen, wie etwa der Digitalisierung, gar nicht berücksichtigen. Ein ernsthaftes politisches Interesse am Thema Kinderarbeit ist nicht zu erkennen. Das zeigt sich auch darin, dass es weder auf Bundes- noch auf Landesebene sichtbares Bemühen gibt, über die Regelungen des Jugendarbeitsschutzes flächendeckend aufzuklären, um betroffene Kinder und Jugendliche, ihre Eltern und Lehrer*innen zu sensibilisieren. Wie auch der Kinderarbeitsreport von Terre des Hommes aus dem Jahr 2024 herausgearbeitet hat, fehlt es an Aufklärung, Wissen sowie auch Verpflichtungen zu Handlungen in den vorhandenen Strukturen wie etwa den Landesjugendarbeitsausschüssen (Terre des Hommes). Bezüglich der Mitwirkung von Kindern in den o.g. Formaten muss überdies festgestellt werden, dass sich die zuständigen Aufsichtsbehörden, in aller Regel die Gewerbeaufsichtsämter, nicht zuständig

¹ Als Bundesgesetz ist dabei das JArbSchG höherrangiger als die Kinderarbeitsschutzverordnung.



fühlen. Weder für die privaten Settings der Kinderarbeit noch für ihre Mitwirkung in den sog. Reality-TV-Formaten werden daher Kontrollen durchgeführt. Abgewiesen wurde im Zusammenhang mit Doku-Soaps beispielsweise eine Zuständigkeit in Gesprächen mit den Gewerbeaufsichtsämtern mit der Begründung, dass es bei diesen Aktivitäten kein Drehbuch und keine Regieanweisungen gäbe. Da ja „nur“ im Alltag der Kinder, in ihrem privaten Umfeld und zuhause, die Kamera „draufgehalten“ würde, sei dies keine Kinderarbeit und fielen deshalb nicht unter die Regelungen des Kinderarbeitsschutzes. Ein aufmerksames Betrachten der Filmsequenzen erweckt aber nicht den Eindruck, dass Kinder einfach nur bei ihrem Alltagshandeln gefilmt werden, sondern wirkt häufig so, als ob hier Alltagssituationen für die Kamera sorgsam inszeniert werden.

Ein weiterer blinder Fleck in Bezug auf das Thema Kinderarbeit ist bei der öffentlichen Kinder- und Jugendhilfe zu konstatieren. Es gibt in den o.g. Formaten zahlreiche Hinweise auf eine Kindeswohlgefährdung, die aber bis heute die Jugendämter nur in einzelnen Fällen auf den Plan rufen. Auch konstatiert der Bericht von Terre des Hommes, der auf einer Abfrage in den Bundesländern basiert, dass es keine regelhafte Kooperation von Gewerbeaufsicht und Kinder- und Jugendhilfe zu dem Thema gebe (Terre des Hommes).

Es gibt aber durchaus Fälle, in denen geprüft werden müsste, ob eine Kindeswohlgefährdung vorliegt. Wenn zum Beispiel Kinder in Fernsehformaten mit Klarnamen, in ihren Wohnorten und in Wohnungen gezeigt werden und somit sehr einfach Rückschlüsse auf die tatsächlichen Personen möglich sind, kann das beispielsweise zu Mobbing führen. Gleiches gilt auch beim *Influencing*, wenn Kinder im privaten Umfeld und mit persönlichen Daten gezeigt werden. Darüber hinaus werden vertiefte Einblicke in die Eltern-Kind-Beziehung ermöglicht, die die Privatsphäre des Kindes verletzen. Hier ist der Staat aufgrund seines staatlichen Wächteramtes verpflichtet, zu prüfen, ob dem Kind durch die genannten Tätigkeiten Schaden zugefügt wird.²

Der Kinderschutzbund möchte mit diesem Positionspapier zeigen, dass es erheblicher politischer und gesetzgeberischer Aktivitäten bedarf, hier im Sinne der Kinder und des Kindeswohls Abhilfe zu schaffen. Es ist für den Kinderschutzbund nicht hinzunehmen, dass die Beteiligung von Kindern bei diesen Formaten im rechtsfreien Raum stattfindet. Betonen will der Kinderschutzbund aber auch, dass Formen von Kinderarbeit, die angemessene Rahmenbedingungen haben und nicht ausbeuterisch sind, durchaus von Kindern gewollt werden können. Die Motivationen sind dabei vielfältig, zum Beispiel zur Aufbesserung des Taschengeldes oder um Einblicke in bestimmte Berufsfelder zu erlangen. Entscheidende Voraussetzung ist, dass die Kinder diese Tätigkeiten ausüben wollen und diese für sie angemessen sind und sie nicht genötigt sind, einen Beitrag zum Familieneinkommen leisten zu müssen. Der Kinderschutzbund fordert, dass bei dem Thema „Kinder vor der Kamera“ das Interesse der Kinder immer im Vordergrund stehen muss. Derzeit stehen für den Kinderschutzbund die Formate im Internet wie *Sharenting*, Kinder-Influencer*innen und

² Es sind mittlerweile vereinzelt Fälle von Familienfluencer*innen / Momfluencer*innen von Instagram bekannt geworden, bei denen sich das Jugendamt wegen Verdacht auf Kindeswohlgefährdung eingeschaltet hat. Diese Meldungen kamen von Privatpersonen oder Aktivist*innen, die auf kindeswohlgefährdende Inhalte auf den entsprechenden Accounts aufmerksam geworden sind. Welche Konsequenzen diese Meldungen und das Aktivwerden des Jugendamts für sie hatte, ist jedoch nicht weiter bekannt, da die Accounts nach wie vor als Familienfluencer*innen oder Momfluencer*innen aktiv sind.

Familienblogger*innen im Fokus, weil es aufgrund ihrer relativ neuen Entwicklung und immensen Zunahme besonders dringender Handlungsbedarf besteht. Die Problematik wird zusätzlich skaliert, weil erhebliche wirtschaftliche Einnahmen generiert werden sowie immense Datenmengen, deren Nutzung Folgen hat, die weder abgesehen noch kontrolliert werden können.

Kinderbilder im Netz



Quelle: OpenAI's DALL·E³

In unserer digitalisierten Gesellschaft gehören soziale Medien für viele Menschen mit zu ihrem Alltag, sei es, um sich zu informieren, sich auszutauschen oder Inspiration zu suchen oder aktiv Fotos und Videos auf dem eigenen Account zu teilen. Gerade der Umgang mit Fotos und Videos im Netz nimmt ungeahnte Ausmaße an, die auch große Risiken bergen. Mit großer Sorge beobachtet der Kinderschutzbund das Phänomen des *Sharentings*, der ‚geteilte[n]‘ (sharing) Elternschaft (parenting) (Alig 9), also das Teilen von Kinderbildern im Netz. Es geht dabei einerseits um Privatpersonen, die oftmals unbedacht zahlreiche Fotos ihrer Kinder ins Netz stellen. Andererseits geht es um das Phänomen der Influencer*innen, die entweder selbst minderjährig sind oder die ihre Kinder im Rahmen des Familienalltags vor der Kamera öffentlich zeigen. Dabei werden Kinder in teils sehr privaten und intimen Moment wie im Badezimmer oder beim Schlafengehen ungefiltert gezeigt. Auch Unternehmen haben soziale Medien als lukratives Werbeumfeld erkannt, sodass Kinder-

³ Die Illustration wurde von OpenAI's DALL·E mit folgendem Prompt via ChatGPT erstellt: „Erstelle eine Illustration von Kinder-Influencer*innen im 4:3 Format“. KI wird auch im Influencing immer relevanter, daher dient diese KI-generierte Illustration hier als Erinnerung daran, wie allgegenwärtig KI ist und gleichzeitig wie dringend notwendig eine kritische Auseinandersetzung mit ihr ist.

Influencer*innen⁴ für Spielwaren oder Kleidung werben oder Mom-fluencer*innen⁵ den Alltag ihrer Kinder vor der Kamera kommerzialisieren (Alig 9). Influencer*innen, die professionell und kommerzorientiert *Sharenting* betreiben und dazu entweder die Kinder allein als „Kinder-Influencer*innen“ oder als Teil des gesamten Familienaccounts zu Werbezwecken vor der Kamera zeigen, stellen ein zunehmendes Problem aus kinderrechtlicher Perspektive dar. Im Unterschied zu Privatpersonen, die beim *Sharenting* dies nicht aus wirtschaftlicher Motivation betreiben, wird durch die Influencer*innentätigkeit oft ein erhebliches Einkommen erzielt. Somit gehören in diese Debatte neben medienethischen Fragestellungen auch die des Jugendarbeitsschutzgesetzes, der Kinderrechte sowie Persönlichkeitsrechten von Kindern. Die Frage nach geltenden Mindestaltersgrenzen sowie Regelungen des Jugendarbeitsschutzgesetzes müssten auch in sozialen Netzwerken kontrolliert werden. Jugendämter, Aufsichtsbehörden und die Datenschutzbeauftragten könnten und müssten für die Durchsetzung geltender rechtlicher Vorschriften im digitalen Raum in die Verantwortung gezogen werden, sodass die Einhaltung der Regeln defacto auch kontrolliert würde. Über Influencer*innen, vor allem im Zusammenhang mit Kinderbildern, wird in den letzten Jahren zunehmend auch in den Medien berichtet. Politisch bleibt jedoch eine Auseinandersetzung mit der Thematik weitestgehend aus.

Familienblogger*innen, Kinder-Influencer*innen, Momfluencer*innen

Allgemein gelten Influencer*innen, vom englischen „to influence“ = beeinflussen, als „Vorreiter*innen“, also Personen, die in sozialen Netzwerken besonders bekannt bzw. einflussreich sind und bestimmte Werbebotschaften oder Auffassungen vermitteln (Lemmert 18). Mittlerweile spielen soziale Netzwerke vor allem in der Generation der *Digital Natives* die wichtigste Rolle, wenn es um Werbung und Kaufentscheidungen geht, da Influencer*innen Beziehungen zu ihren Follower*innen aufbauen und so direkte „Empfehlungen“ für Produkte aussprechen können (Lemmert 20). Die YouTuber*in Alicia Joe fasst in ihrem Buch über Influencer*innen folgendes dazu

⁴ Dieses Papier versteht Kinder-Influencer*innen wie auch das Deutsche Kinderhilfswerk in seinem Dossier zu Kinder-Influencer*innen 2020 definiert hat: „Bei dem Phänomen der Kinder-Influencer/innen geht es um Werbepprofile bzw. -kanäle, deren Betreiber die eigenen Eltern sind. Die Erziehungsverantwortlichen gehören zu einer Generation, die selbst schon mit den sozialen Medien aufgewachsen ist und gelernt hat, dass man ab einer bestimmten Anzahl von Klicks für Werbekunden interessant wird. Diese setzen sich über kommerzielle Agenturen mit den Eltern in Verbindung. Strategisch werden die Kinder zu einer kommerziellen Marke stilisiert, zu digitalen Katalogmodellen bzw. Bewegtbildanimatourinnen und -animateuren, die sehr unterschiedliche Öffentlichkeiten mit ihren Wünschen und Erwartungen adressieren. Damit verändert sich das Familienkonzept als sozialer Schutzraum, da die sozialen Medien diesen Schutzraum nicht mehr bieten. In diesem Zusammenhang kann auch auf crossmediale Familienblogs, -profile bzw. -kanäle wie „Rosislife“ aufmerksam gemacht werden, wo Kinder von ihren Eltern in Alltagsmomenten gefilmt werden, und Unterprofile betreiben, um ihre eigenen Produkt- bzw. Bewegtbild-Formate zu präsentieren. (Dreyer et al. 17)

⁵ In diesem Papier werden unterschiedliche Begrifflichkeiten aus dem Influencer-Wesen verwendet, u.a. Familienblogger*innen, die häufig zunächst auf YouTube mit einem Familienaccount, in dem die Kinder im Fokus stehen, begonnen und ihren Content auf andere Social-Media-Kanäle wie Instagram und TikTok ausgeweitet haben, Familienfluencer*innen, die ähnlich wie die Familienblogger*innen einen oder mehrere Social-Media-Kanäle führen, oftmals primär auf Instagram, und u.a. auch teilweise verknüpfte Profile der eigenen Kinder aufführen, sowie auch Mom-fluencer*innen, da häufig Mütter das Influencer-Business mit ihren Kindern als Content führen. Bei Kinder-Influencer*innen managen auch die Eltern in der Regel den Account, jedoch steht nicht der Familienalltag sondern das Kind selbst im Fokus des Accounts und somit vor der Kamera.

zusammen: Zahlreiche Influencer*innen verdienen mit Einblicken in ihr Familienleben ihren Lebensunterhalt, genaue Zahlen darüber, wie viele das in Deutschland aktuell sind, gibt es aber nicht, da es bislang auch keine Berufsverbände für Influencer*innen gibt (Joe 106). Einige der bekanntesten Influencer*innen Deutschlands haben mehrere hunderttausend bis zu über einer Millionen Follower*innen, doch auch schon diejenigen mit fünf- bis sechststelligen Abonnent*innenzahlen verdienen ihren Lebensunterhalt mit sozialen Medien. Damit sind sie vergleichbar mit Beauty- und Fitness-Influencer*innen. (ebd.) Dabei ist keine genaue Kategorie der Inhalte dieser Blogs oder Vlogs (=Video und Blog) erkennbar, begleiten die Follower*innen doch lediglich den Familienalltag zwischen Aufstehen, Schulbrote schmieren und Spielen am Nachmittag. Teilweise schauen Millionen von Zuschauer*innen Kleinkindern dabei zu, wie sie aufwachsen. (Joe 107) Kinder sind bei den Influencer*innen der gemeinsame Nenner mit ihren Follower*innen und somit sind sie der „Unique Selling Point, der einzigartige Verkaufsanreiz bzw. das Alleinstellungsmerkmal“ (Lemmert 24). Damit bestätige sich laut Joe ein Gesetz der Verhaltenspsychologie und Werbebranche: „Kinder kommen gut an!“ (Joe 107) Das sei u.a. auch auf das Phänomen des Kindchenschemas⁶ zurückzuführen, wie sie beschreibt. Die Algorithmen der großen Plattformen wie Instagram oder TikTok pushen Fotos oder Videoaufnahmen von Kindern, denn Kinder klicken besonders gut. Familienblogger*innen erfüllen zudem eine große Vorbildfunktion, denn der Reiz an ihren Inhalten liege auch darin, dass sie Einblick in ihre vermeintliche Intimsphäre bieten und andere (werdende) Eltern Inspiration und Ratschläge für die eigene Situation finden können. (ebd.)

Doch das alles findet „auf dem Rücken von“ Kinderrechten statt. „Persönlichkeitsrechte, das Recht auf Privats- und Intimsphäre, Datenschutz und das Jugendarbeitsschutzgesetz werden von den Influencer-Eltern oftmals nicht nur umgangen, sondern bewusst und kalkuliert für Klicks, Ruhm und Geld verletzt“ (Joe 108). Im Zentrum solcher Familienaccounts stehen meist ausschließlich die Kinder, die als solche als Kinder-Influencer*innen gesehen werden. Denn gemäß der Nutzungsbedingungen dürfen Kinder erst ab 13 Jahren bei Instagram bzw. ab 16 Jahren bei YouTube einen eigenen Kanal führen (Lemmert 26). Der wohl bekannteste Kinder-Influencer ist vermutlich der US-amerikanische Ryan Kaji, der 2019 mit 8 Jahren die Forbes Liste der meistverdienenen YouTube-Stars mit einem Einkommen von 26 Mio. US-Dollar anführte (Peterandl). Auch in Deutschland verdienen einige Eltern mit ihren Kindern jede Menge Geld, die Abgrenzung zwischen Familien- und Kinder-Account ist meist jedoch schwer nachvollziehbar. (Lemmert 27) Für den Alltag und Lebenswirklichkeit der Kinder, die entweder in einem Familienaccount auftreten oder selbst als Kinder-Influencer*innen von ihren Eltern beschäftigt werden, kann das folgendes bedeuten: keine Privatsphäre, das Zuhause ist kein geschützter Raum, das Einkommen hängt zu großen Teilen von der Performance vor der Kamera ab, die Freizeitgestaltung ist möglicherweise von Drehtagen abhängig, die eigenen Eltern agieren nicht mehr nur in ihrer Rolle als Erziehungsverantwortliche

⁶ Der österreichische Verhaltensforscher Konrad Lorenz prägte 1943 den Begriff des Kindchenschemas: „Demnach lösen kindliche Merkmale wie Pausbacken, eine hohe, gewölbte Stirn, Kulleraugen, ein kleiner Körper mit großem Kopf und leicht tollpatschiges Verhalten bei den meisten erwachsenen Menschen eine stark gesteigerte Bereitschaft für Fürsorge aus“ (Joe 107). Darüber hinaus fanden Neurowissenschaftler*innen 2009 sogar heraus, dass das Kindchenschema im Gehirn ähnlich wie eine Droge wirke, da beim Anschauen von Kinderbildern das Belohnungszentrum im Gehirn noch stärker aktiviert werde, je ausgeprägter die Merkmale des Kindchenschemas vorlägen.



sondern auch als Produzent*innen des Familien-Business, persönliche und teils intime Momente werden mit einem großen und unbekanntem Publikum geteilt, das Internet sieht die Kinder über einen oftmals langen Zeitraum aufwachsen. Der dokumentarische Charakter von Familien-Accounts ähnelt oftmals Doku-Soaps, die ebenfalls ausgewählte und oftmals inszenierte Alltagsmomente zeigen, jedoch gibt es einen gravierenden Unterschied: Familienblogger*innen drehen keine zeitlich begrenzte Staffel einer Serie, sie zeigen ihren Familienalltag teils jahrelang und ein Millionenpublikum kann die Kinder der betreffenden Familien live mitaufwachsen sehen. Kurz gesagt sind sie also: Kinder vor der Kamera.

Elternpflicht und Erziehungsrecht

Eltern entscheiden für ihre Kinder über diese Lebensrealität. Sie müssen sich den Konsequenzen dieser Entscheidung also im Klaren sein. Das setzt voraus, dass sie über die Kinderrechte, Persönlichkeitsrechte, den Jugendarbeitsschutz, aber auch über die Auswirkungen auf die psychologische, emotionale wie auch soziale Entwicklung ihrer Kinder aufgeklärt sind. Der Kinderschutzbund erachtet grundsätzlich alle Eltern, unabhängig ihrer Herkunft, Klasse oder ihres Bildungshintergrunds, als die besten Expert*innen für ihre Kinder und auch als ihre wichtigsten Fürsprecher*innen, die nach bestem Gewissen für ihre Kinder entscheiden, auch beim Thema Vermögenssorge beispielsweise. Auch das Grundgesetz bildet diese Haltung gegenüber Eltern ab. Nach Art. 6 Abs. 2, S. 1 Grundgesetz (GG) haben die Eltern das Recht und die Pflicht für ihre Kinder und dessen Kindeswohl zu sorgen. Dies umfasst neben der Personensorge auch die Vermögenssorge (siehe §§ 1626 Abs. 1, 1642 BGB). Insbesondere beim Thema Kinder-Influencer*innen ist zu fragen, ob die Eltern diese Verpflichtungen erfüllen können oder sich nicht vielmehr in einem Interessenskonflikt befinden (Alig 2021: 10). Dies gilt um so mehr, wenn das Familieneinkommen von der Beschäftigung des Kindes und der „Durchmediatisierung“ des Alltags, der Freizeit und des Zuhauses des Kindes abhängt. Hier bleibt zu fragen, warum dann nicht das Wächteramt des Staates (Art. 6 Abs. 2 S. 2 GG) zum Tragen kommt und insbesondere die Jugendämter nicht tätig werden (Alig 11), zumindest Anhaltspunkte, die für eine Kindeswohlgefährdung sprechen, überhaupt prüfen (§ 8a SGB VIII). Voraussetzung dafür, dass Jugendämter tätig werden können, ist jedoch, dass die entsprechenden Hinweise auch an der zuständigen Stelle landen. Wie etwa der Kinderarbeitsreport zur Lage der Kinderarbeit in Deutschland von Terre des Hommes hervorgehoben hat, gibt es aktuell keinerlei Vernetzung der zuständigen Aufsichtsbehörden, um dieser Herausforderung im digitalen Zeitalter angemessen gerecht zu werden (Terre des Hommes).

Kinderarbeit im digitalen Raum

Um Kinderarbeit handelt es sich immer dann, sobald ein Kind einer Beschäftigung nachgeht oder wirtschaftlich bzw. sozial ausgebeutet wird (JArbSchG; Art. 32 UN-KRK). Grundsätzlich ist Kinderarbeit in Deutschland verboten (§ 5 Abs. 1 JArbSchG). Erste Ausnahmen davon können ab 13 Jahren gelten (§ 5 Abs. 3 JArbSchG). Bei der Mitwirkung an Veranstaltungen o.ä. kann die Aufsichtsbehörde eine Ausnahme ab 3 Jahren bewilligen (siehe § 6 JuSchG). Dies gilt auf für Foto- und Filmaufnahmen. Vielen Eltern und den Unternehmen scheint dies jedoch nicht bewusst zu sein. Das JArbSchG wurde dafür geschaffen bzw. setzt dabei voraus, dass Dritte die Produzent*innen sind



und die Eltern während der Dreharbeiten ihre Kinder schützen. In Fällen von fiktiven Produktionen etwa gehen in der Regel das Interesse der Eltern mit dem der Kinder einher (Ausnahme: ggf. bei Kinderstars). Zudem ist das Jugendamt, die Aufsichtsbehörde, Kinderärzt*innen und ggf. die Schule in solchen „klassischen“ Medienfällen involviert (Alig 11). Das Interesse der Eltern im Fall von nicht-fiktiven und (teils) geskripteten Formaten wie etwa Reality-TV oder Doku-Soaps liegt jedoch meist weit von dem der Kinder.

Um mögliche Interessenkonflikte bei Theater- und Filmproduktionen zu verhindern, wurde in NRW beispielsweise eine Richtlinie in Ergänzung zur Ausnahmeregelung vom Verbot der Kinderarbeit erwirkt, die besagt, dass stets eine weisungsunabhängige medienpädagogische Fachkraft für Kinderarbeitsschutz, die u.a. mit den Kindern einen Mitwirkungsplan erstellt, bei den Produktionen anwesend ist, und jederzeit ein Vetorecht hat. Dies gilt allerdings nur für fiktive Formate. Der Kinderschutzbund setzt sich seit Jahren für mehr Kinderschutz vor und hinter der Kamera ein, stellt den Kinderschutz in den Vordergrund und fordert Kontrollinstanzen in die Verpflichtung zu nehmen. Der Kinderschutzbund fordert zudem, dass alle anderen Bundesländer eine vergleichbare Richtlinie umsetzen, um mehr Schutz für Kinder vor der Kamera zu gewährleisten. Vor allem aber muss diese Richtlinie auch für die nicht-fiktiven Formate wie etwa Doku-Soaps gelten und sollte ebenfalls auf den digitalen Raum für Familienblogger*innen und Kinder-Influencer*innen übertragen werden.

Da das JArbSchG keine Ausnahme vom Verbot der Kinderarbeit für Kinder-Influencer*innen vorsieht, insbesondere wenn die Eltern die Produzent*innen des Kanals sind, könnte man sich argumentativ gut auf den Standpunkt stellen, dass diese Form der Beschäftigung verbotene Kinderarbeit darstellt. Dies insbesondere auch aufgrund des Konflikts zwischen den Interessen der Eltern mit den Interessen und dem Wohl des Kindes.

Dazu kommt, dass im Falle von Kinder-Influencer*innen die meisten Eltern überhaupt nicht versuchen, eine Ausnahmegenehmigung einzuholen. So erhalten die Aufsichtsbehörden keine Informationen über die Beschäftigung der Kinder. Die Aufsichtsbehörden fühlen sich nicht zuständig und kontrollieren wiederum nicht proaktiv die Kanäle oder sozialen Netzwerke. Dabei zeigt die Realität in diesen Netzwerken, dass gerade Babys und Kleinkinder unter drei Jahren häufig im Rahmen von Familienaccounts gezeigt werden und auch für Produkte vor der Kamera werben. Dies obwohl nach dem JArbSchG Kinder bei Filmaufnahmen unter 3 Jahren nicht gestaltend mitwirken dürfen. Aus dem Kinderzimmer wird dann ein Arbeitszimmer, ohne dass irgendjemand die Kinder schützt, ihre Rechte vertritt und für deren Wohl sorgt (Dreyer et al. 23).

Wie auch der Kinderarbeitsreport von Terre des Hommes herausgestellt hat, regelt das JArbSchG zudem nur die Tätigkeiten, bei denen sich Kinder in einem angestellten Verhältnis befinden, nicht aber die selbstständigen Tätigkeiten (Terre des Hommes). Wenn Kinder oder Jugendliche also selbstständig tätig werden, ob als Freiberufler*innen oder mit eigenem Gewerbe wie beispielsweise als Influencer*innen oder im Online-Gaming, gibt es Voraussetzungen wie etwa die Ermächtigung von gesetzlichen Vertreter*innen (meist die Eltern), die vom Familiengericht genehmigt werden muss. Diese Genehmigung kann auch nur mit Zustimmung des Familiengerichts widerrufen werden. Der Jugendmedienschutzstaatsvertrag der Bundesländer (§ 6 Abs. 2 JMStV) regelt zudem, dass Werbung keine direkten Aufrufe zum Kaufen an Kinder oder Jugendliche enthalten darf, die deren Unerfahrenheit und Leichtgläubigkeit ausnutzen oder Kinder oder Jugendliche unmittelbar auffordern, ihre Eltern oder Dritte zum Kauf der beworbenen Waren oder Dienstleistungen zu bewegen oder das besondere Vertrauen ausnutzen, das Kinder oder Jugendliche zu Eltern und

anderen Vertrauenspersonen haben. Durch diese Regelung soll die Zielgruppe Kinder, die insbesondere durch Kinder-Influencer*innen angesprochen werden (sollen), geschützt werden. Manche Kinder-Influencer*innen generieren einen so großen wirtschaftlichen Erfolg, dass Eltern ihre eigene Erwerbsarbeit aufgeben, um die Tätigkeit des Kindes vollumfänglich zu managen. Dadurch lastet ein sehr hoher Druck auf den Kindern. Sie lernen damit früh, dass der Wohlstand der Familie an ihrer Performance vor der Kamera abhängt. Letztlich wird den Kindern damit ein Stück ihre Kindheit genommen. Davor sollten sie vom Staat, der Jugendhilfe und den Aufsichtsbehörden⁷ geschützt werden, wenn ihre Eltern dies bzgl. „versagen“. Zudem sieht das seit 2021 geltende neue Jugendschutzgesetz (JuSchG) als Bundesgesetz vor, dass die Anbieter*innen Vorsorgemaßnahmen zum Schutz der persönlichen Integrität von Kindern ergreifen müssen (§§ 10a, 24a JuSchG; siehe Alig 12). Somit könnten auch die Unternehmen aufgerufen werden, Kinder-Influencer*innen dadurch zu schützen, dass solche Kanäle kontrolliert und dann ggf. verboten werden. Da die Gewerbeaufsicht jedoch nicht von sich aus nicht aktiv wird, müssen sie zuerst einmal die Kontrolle von Kinderarbeit auch als ihre Aufgabe anerkennen, um dann auch Maßnahmen einzuleiten.

Kinderrechtliche Einordnung

Das Recht auf Menschenwürde, das allgemeine Persönlichkeitsrecht und damit Schutz der Privatsphäre sind gewichtige Grundrechte (Art. 1, 2 GG, Art. 16 UN-KRK). Auch Babys haben das Grundrecht auf Privats- und Intimsphäre, da online dieselben Regelungen wie in der „offline“-Welt gelten und somit alle Kinderrechte auch in der digitalen Welt. Da beim *Sharenting* und Influencing Babys und Kinder für ihre Eltern vor der Kamera stehen, die Aufnahmen im privaten Raum und oftmals zudem in intimen und emotionalen Momenten geschehen, sind die Persönlichkeitsrechte der Kinder verletzt. Zusätzlich können u.a. das Recht am eigenen Bild (Kunsturheberrecht, DSGVO, ggf. Strafgesetzbuch) relevant sein. Denn Kinder haben wie Erwachsene dieselben Rechte. Das Recht am eigenen Bild wird geschützt durch die §§ 22 ff Kunsturheberrechtsgesetz (KUG), Art. 5, 6 DSGVO und Art. 8 Abs. 1 der Europäischen Menschenrechtskonvention. Die Verletzung des höchstpersönlichen Lebensbereichs durch Bildaufnahmen wird durch § 201a Strafgesetzbuch strafrechtlich sanktioniert.

UN-Kinderrechtskonvention: Alle Kinderrechte gelten auch im digitalen Raum

Mit dem Veröffentlichen von Bildern werden Grundrechte der Kinder relevant: das Recht am eigenen Bild und das Recht auf informationelle Selbstbestimmung und das Recht auf Würde. Schutz, Teilhabe und Förderung sind grundlegende Kinderrechte gemäß der UN-KRK, die in Deutschland ratifiziert und aufgrund der Zustimmung des Bundestages den gleichen Rang wie ein Bundesgesetz hat. Seit 2021 gibt es die [Allgemeine Bemerkung 25, General Comment 25](#), die die Kinderrechte im digitalen Raum regelt. Kinder haben das Recht auf Zugang zu Medien, genauso wie das Recht auf Datenschutz und Privatsphäre, das Recht auf Schutz vor Gewalt, das Recht auf Meinungs- und Informationsfreiheit, das Recht auf Bildung, Chancengleichheit, sowie sich frei und selbstbestimmt entwickeln können. Darüber hinaus zählt das Recht auf Selbstdarstellung ebenfalls dazu. In einer Studie zu Kinderbildern auf Instagram fand jugendschutz.net beispielsweise, dass in 22% der

⁷ Damit sind gemeint: Regierungspräsidium, Gewerbeamt, Bundeszentrale für Kinder- & Jugendmedienschutz, Landesmedienanstalten, Jugendämter, usw.



untersuchten Profile „das Recht auf Selbstdarstellung, also die Entscheidung darüber, wie man sich nach außen präsentieren möchte“, berührt wurde. „Fotos von sabbernden, sich mit Essen bekleckern oder unbeabsichtigt komisch dreinblickenden Kindern mögen in Erwachsenen Augen süß oder witzig wirken, können bei den Betroffenen jedoch jetzt oder später erhebliche Schamgefühle hervorrufen. Schlimmstenfalls bieten sie sogar hinreichend Munition, um sie zur Zielscheibe für Spott und Häme zu machen.“ (jugendschutz.net, 3) Häufig werden diese Bilder gezeigt, die einen schmalen Grat zwischen süß und peinlich zeigen: von Essen verschmiert, in der Windel, krank, schlafend usw. Dabei werden die Grundrechte der Kinder auf Intims- und Privatsphäre grundlegend verletzt.⁸ Deshalb müssen digitale Medien und das Internet kindgerecht und kindersicher gestaltet werden. Kinder und Jugendliche sollten bei der Gestaltung des digitalen Raums vor allem nicht nur mitbedacht werden, sondern auch die Möglichkeit haben, ihn aktiv mitgestalten zu können. Das gilt auch beim Erstellen und Teilen von Kinderfotos. Beteiligung und informierte Zustimmung des Kindes ist mindestens notwendig und ein Kind darf nicht zur Befriedigung des Narzissmus der Eltern ausgebeutet werden.⁹

Wer entscheidet über das Teilen von Kinderfotos?

Bilder von Kindern dürfen nur mit Einwilligung veröffentlicht und verbreitet werden; diese Einwilligung muss bei Kindern grundsätzlich von beiden Erziehungsberechtigten erteilt werden. Laut Bürgerlichem Gesetzbuch (BGB) entscheiden die Erziehungsberechtigten bei Kindern über das Veröffentlichen der Bilder im Sinne des Kindeswohls, sie vertreten ihre Kinder und berücksichtigen dabei, je nach Einsichtsfähigkeit und Alter den Kindeswillen, siehe z.B. § 1626 Abs. 2 BGB. Ab welchem Alter die sogenannte Doppelzuständigkeit, also dass Kinder ebenfalls zusätzlich einwilligen müssen, gilt, ist umstritten¹⁰. Im Fall von getrenntlebenden Eltern, bei denen beide das (gemeinsame) Sorgerecht haben, handelt es sich um eine Angelegenheit mit erheblicher Bedeutung. Beide müssen gemeinsam einwilligen und ggf. auch ihr Kind. Es kann aber auch Fälle geben, wenn das Kind beispielsweise nur bei einem Elternteil lebt und dieser die alleinige Sorge hat, so dass der eine Elternteil entscheiden darf.

Datenschutz

Kinder haben ein Recht auf Datenschutz. Der Klarname des Kindes sollte also nicht öffentlich geteilt werden. Influencer*innen oder Blogger*innen müssen beispielsweise auf ihren Webseiten im Impressum Klarnamen und Anschrift angeben. So ist es also mit wenigen Klicks sehr leicht herauszufinden, wie das Kind vollständig heißt und wo es wohnt. Daten über Geburtstag, Vereinszugehörigkeit und Kita/Schule gehen häufig aus den Profilen und Textbeiträgen hervor.

⁸ Siehe Aufklärungskampagne von Aktivistin und Influencerin Toyah Diebel #DeinKindAuchNicht, in der sie Erwachsene derartige Situationen unangebrachter Kinderbilder nachstellen lässt (Diebel).

⁹ Welches Ausmaß *Sharenting* im Kontext kommerziellen *Influencings* durch Eltern haben kann und welche möglichen Auswirkungen dies hat zeigte bereits die ausführliche Studie des Deutschen Kinderhilfswerks „Kinder. Bilder. Rechte. Persönlichkeitsrechten von Kindern im Kontext digitaler Mediennutzung in Familien“ aus dem Jahr 2020 (Kutscher und Bouillon).

¹⁰ Von der Einsichtsfähigkeit spricht man häufig ab einem Alter von sieben Jahren. Das heißt, dass Eltern ab diesem Alter bis zur Volljährigkeit auch die Zustimmung ihres Kindes benötigen, wenn sie ein Bild veröffentlichen wollen.



Datenschutz gilt auch für die Identifizierung der Kinder auf Bildern oder Videos. Es gibt Influencer*innen, die ihre Kinder nicht erkennbar zeigen. Sie zeigen beispielsweise nie das Gesicht oder erkennbare körperliche Merkmale und sprechen von ihrem Kind nicht mit dem Klarnamen, nutzen vielleicht einen Kosenamen, einen Anfangsbuchstaben oder nennen es „Mini“. Bei manchen von ihnen ist es trotzdem relativ einfach, persönliche Daten des Kindes herauszufinden, da der Gesamtkontext des Accounts das möglicherweise hergibt. Andere Influencer*innen machen das Gesicht ihres Kindes unkenntlich, z.B. durch Verpixeln oder ein Emoji über dem Gesicht des Kindes. Das ist ein guter Ansatz, um die Identität der Kinder online zu schützen, doch er fasst zu kurz, denn eine solche Unkenntlichmachung kann möglicherweise auch rückgängig gemacht werden. Dies wird relevant, wenn die Kinderfotos zweckentfremdet und von den sozialen Netzwerken im Darknet oder andere Foren beispielsweise Pädosexueller landen. Nur das Gesicht unkenntlich zu machen, aber sonstige private Details der Kinder preiszugeben, ermöglicht es mit relativ wenig Aufwand außerdem, ein Kind zu identifizieren und auf der Straße beispielsweise anhand von regelmäßig getragener Kleidung, Geolocation Filtern, Angaben über Wohn- oder Schulort usw. ausfindig zu machen.

Die Sicherheit der Kinder wird also u.U. aktiv gefährdet, indem sie erkennbar im Netz gezeigt werden oder über andere Informationen wie dem Wohnort, ihrer Schule etc. identifizierbar werden – sie können so auch leicht von Fremden identifiziert und angesprochen werden – und diese fremde Person weiß dann u.U. Informationen über das Kind („Du magst doch so gerne Paw Patrol“), mit denen das Kind angelockt werden kann. Darüber hinaus regelt Art. 8 der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) die Altersgrenze in sozialen Netzwerken, die je nach Netzwerk zwischen 13 und 16 Jahren liegt, und gerade im Bereich der Kinder-Influencer*innen mit eigenen Accounts (ohne Einwilligung der Eltern) relevant wird.

Risiken und Gefahren

Beim Teilen von Bildern im Internet dürfen die Risiken und Gefahren nicht außer Acht gelassen werden. Diese umfassen einerseits die betroffenen Kinder unmittelbar in ihrem sozialen Umfeld und andererseits die Brücke zwischen digitaler und analoger Welt (sofern man diese überhaupt noch als getrennt voneinander verstehen kann). Wenn Fotos und andere persönliche Daten der Kinder im Internet geteilt werden, ist eine besonders große Gefahr, dass Profile von ihnen erstellt werden und man keine Kontrolle mehr darüber hat, wofür die Fotos und Daten verwendet werden. Verschiedene Plattformen, vornehmlich im Darknet, sammeln Bild- und Videomaterial von Kindern, die dann im sexualisierten Kontext verbreitet werden. Dazu zählen auch Bilder von Kindern in alltäglichen Situationen und nicht nur Nacktaufnahmen. Diese können u.U. sexuell explizit kommentiert oder auch bewertet werden. Auch durch KI-generierte Bilder oder Videos wie Deepfakes oder Deepnudes oder auch bereits durch einfache Bildbearbeitung können zudem relativ leicht sexualisierte Zusammenhänge hergestellt und diese Materialien dann verbreitet werden. Investigativ Recherchen der öffentlich-Rechtlichen haben herausgefunden, dass etwa ein Viertel der Bilder auf Foren im pädosexuellen Kontext von Facebook oder Instagram stammen. („Wie Pädokriminelle private Kinderfotos stehlen“) Man hat über die Weiterverwendung also keine Kontrolle mehr, wenn Bilder einmal im Netz online sind. Werden personenbezogene Daten öffentlich im Netz geteilt, also Klarnamen im Zusammenhang mit Fotos, auf denen das Kind identifizierbar ist, Wohnort und/oder Schule oder Kita, können Kontaktrisiken begünstigt werden, so kann etwa digitale Gewalt wie

Cybergrooming in Kombination mit Standortdaten in ein reales Kontaktrisiko übergehen. Genauso könnten Follower*innen eines Familienfluencer-Accounts, die all diese Daten über ein Kind aus dem Account zusammenfügen, leichtes Spiel beim Ansprechen der betroffenen Kinder haben.¹¹ Die Verfügbarkeit von sensiblen Informationen und Bildmaterial von Kindern im Netz kann auch das Risiko für Cybermobbing für die betroffenen Kinder erhöhen. Süße Momente wie das erste Breifüttern, das Trockenwerden aus der Windel, der Besuch im Freibad oder das Karnevalskostüm können von Mitschüler*innen noch Jahre später aus dem Internet gesucht und gezielt zum Mobbing eingesetzt werden. Genauso kann Künstliche Intelligenz etwa für Deepfakes genutzt werden, um verfügbare Fotos oder Videos eines Kindes zu verändern und zum Mobbing zu missbrauchen. Es können Fake Profile basierend auf den vorhandenen Daten der Kinder erstellt und zum Cybermobbing oder Verbreiten von Falschinformationen missbraucht werden. Sogar für strafrechtlich relevante kriminelle Absichten können diese Daten durch Identitätsdiebstahl missbraucht werden. Die Liste an möglichen Risiken und Gefahren für Kinder, von denen zahlreiche Bilder, Videos und persönliche Informationen im Netz kursieren ist lang. Neben den unmittelbaren Folgen für das Kindeswohl gehören auch langfristige und psychologische Folgen für die kindliche Entwicklung aber auch die emotionale Bindung zu den Auswirkungen von *Sharenting* und dem ständigen vor der Kamera posieren, fotografiert und gefilmt werden dazu. Der pädagogische und entwicklungspsychologische Aspekt des *Sharentings* darf nicht unterschätzt werden, wie auch die Terre des Hommes Studie hervorhebt. Der Kinderschutzbund unterstreicht an dieser Stelle deutlich den Auftrag an die Forschung, sich dieser Problematik tiefergehend zu widmen. Die Politik muss sich der Dringlichkeit der Thematik bewusst sein und Forschungsgelder für diesen Bereich zur Verfügung stellen. Es gibt bereits wissenschaftliche Erkenntnisse darüber, dass die ständige Smartphone-Nutzung durch Eltern im Beisein der Babys und Kinder sowie das häufige Fotografieren des Kindes in jeglichen Situationen von klein auf starken Einfluss auf die kindliche Entwicklung haben kann (Mikić und Klein).

Haltung des Kinderschutzbunds

Kinder sind Teil unserer Gesellschaft und die digitale Welt als Spiegel dieser Gesellschaft sollte Kinder nicht davon ausschließen. Doch es gilt abzuwägen, welche Konsequenzen das öffentliche Teilen von Kinderbildern hat und welche Kinderrechte dabei verletzt werden. Auch Kinder sollten die

¹¹ Kinder vor der Kamera bildet ein breites Spektrum an Themen ab, von den Kindern vor der Kamera in Film- und Fernsehproduktionen über die Kinder vor der Kamera für Youtube, Instagram & Co. An anderer Stelle befasst sich der Kinderschutzbund intensiv mit der Thematik der sexualisierten Gewaltdarstellungen an Kindern und deren Verbreitung im Netz, das sogenannte Child Sexual Abuse Material (CSAM). Auch in diesem Zusammenhang spielen Kinderbilder und die Aufnahmen der Kinder vor der Kamera eine Rolle. In der Gewaltprävention sowie auch der politischen Lobbyarbeit als auch in der Beratungstätigkeit ist der Kinderschutzbund seit Jahren aktiv in diesem Themenfeld. In diesem Papier soll es nicht um diese Form der Kinderbilder im Netz gehen. Eine weitere Form der Kinder vor der Kamera, die sowohl an die strafrechtlich relevanten Gewaltdarstellungen wie auch an die auf sozialen Medien geteilten Kinderbilder angrenzt, sind selbsterstellte Bilder und Videos von Kindern und Jugendlichen, die im Netz (von ihnen selbst) verbreitet werden. Auch im Zusammenhang mit der strafrechtlichen Relevanz der Erstellung, Verbreitung und des Besitzes von sexualisierten Gewaltdarstellungen gegen Kinder, der sogenannten „Kinderpornografischen Materialien“ hat sich der Kinderschutzbund bereits ausgiebig gewidmet, wie etwa in der Stellungnahme zur Reform des §184b im Herbst 2023.



Chance haben, eine eigene digitale Identität ohne Vorbelastung entwickeln zu können und nicht einen digitalen Fußabdruck von Geburt an, der in Zukunft möglicherweise Auswirkungen auf das soziale Umfeld oder sogar die Berufswahl haben könnte, von den Eltern und Angehörigen vorgezeichnet bekommen. Daher erachtet der Kinderschutzbund das Phänomen des *Sharentings* sowie der Kinder-Influencer*innen und Familienblogger*innen äußerst kritisch.

Kinder sollten im Netz nicht identifizierbar bzw. erkennbar sein, denn das verletzt zahlreiche Grundrechte und setzt sie unnötigen Risiken im Netz aus, wie z.B. bildbasierter sexualisierter Gewalt bis hin zu physischen Übergriffen, die durch die Verfügbarkeit der persönlichen Daten ein Aufspüren der Kinder ermöglichen. Das Verpixeln oder Abdecken des Gesichts durch Emojis ist mittlerweile weit verbreitet und ist im Grundsatz erst einmal zu begrüßen, denn es zeigt Bemühungen und ein Bewusstsein dafür, dass das Kind nicht öffentlich erkennbar sein sollte. Der Kinderschutzbund rät daher zu einem Perspektivwechsel, also beispielsweise einen anderen Bildausschnitt wählen oder ein Kind im unscharfen Bereich des Bildes, von hinten oder von sehr weit weg abzubilden. Die Risiken und Gefahren, was mit Fotos und Videos von Kindern im Netz passieren kann, dürfen dabei nicht außer Acht gelassen werden. Je mehr Daten über Kinder im Netz verfügbar sind, desto größer ist das Risiko, dass sie missbraucht werden. Zum einen im Kontext der sexualisierten Gewalt. Zum anderen aber auch im Kontext von Identitätsdiebstahl, etwa um Fake Profile zu erstellen oder weitere kriminelle Absichten im Netz zu verfolgen. Je mehr Bilder, Videos oder Tonaufnahmen es von einer Person im Netz gibt, desto einfacher ist es, mittels KI die Identität zu imitieren (z.B. Enkelkinder-Trick bei WhatsApp via Sprachnachrichten oder Videobotschaften, bis zu Deepfakes und Deepnudes im pornografischen Sinne, wie jüngst der Fall in Spanien gezeigt hat). Die Devise sollte also lauten, so wenige Fotos und Videos wie möglich von Kindern in sozialen Netzwerken zu teilen, am besten keine, auf denen Kinder identifizierbar sind. Das kann ein Bild sein, auf dem das Kind weit entfernt ist, oder von hinten gezeigt wird, oder auf dem nur ein Ausschnitt wie die Hände erkennbar sind. Kinder haben ab Geburt Rechte. Das gilt sowohl für Bilder von Neugeborenen als auch von älteren Kindern.

Im Vordergrund der Entscheidung, das eigene Kind für Werbeinhalte in sozialen Medien vor die Kamera zu stellen, sollten immer die Kinderrechte gemäß der UN-Kinderrechtskonvention stehen. Dabei steht der Kindeswohlvorrang an erster Stelle. Kinder haben, genau wie Erwachsene, das Recht am eigenen Bild. Mit dem Veröffentlichen von Bildern (ob zu privaten oder werblichen Zwecken) ohne Einwilligung der Kinder, die entweder zu jung zum Einwilligen oder aber zu jung für das Verständnis des Ausmaßes sozialer Netzwerke sind, werden dabei die Grundrechte der Kinder verletzt: das Recht am eigenen Bild und das Recht auf informationelle Selbstbestimmung.

Bei der Frage, ob eine Person ihr eigenes Kind vor der Kamera zu Werbezwecken nutzt, sollte der Jugendarbeitsschutz gelten sowie die Grund- und Kinderrechte (s.o.). Zentral ist dabei, dass Kinder nicht für das Haushaltseinkommen der Familie zuständig sein dürfen. Mit ihrem Recht auf Bildung, Chancengleichheit, sich frei entwickeln können zu müssen, und zwar selbstbestimmt, ist der wirtschaftliche Druck, der damit einhergeht, nicht vereinbar bzw. verboten. Eine Art Influencer-Gesetz, wie es Frankreich und auch der US-Bundesstaat Illinois umgesetzt haben, zeigen politische Bemühungen, das kommerzielle *Sharenting* gesetzlich zu regulieren – es soll vor allem den wirtschaftlichen Anreiz für Eltern nehmen, wenn das Geld für die Kinder bis zum 16. Lebensjahr gespart wird, wie etwa im französischen Gesetz vorgesehen, und nur für sie zugänglich gemacht ist. Das Recht auf Vergessen – also das rückwirkende Löschen von persönlichen Daten der Kinder auf



ihren Wunsch - ist dabei ebenfalls sehr zentral (Art. 17 DSGVO). Der Kinderschutzbund findet grundsätzlich begrüßenswert, wenn sich die Politik mit gesetzlichen Regelungen für mehr Kinderschutz im Netz einsetzt. Gerade der Aspekt der Einkommensgenerierung durch die Kinder als Influencer*innen, das die Eltern wiederum verwalten¹² und dadurch davon profitieren, ist auch kritisch zu bewerten und sollte im Sinne der Kinder regulierbar sein. Der Kinderschutzbund bezweifelt aber, dass ein solches Influencer-Gesetz die Lösung darstellt. Denn er erachtet grundsätzlich alle Eltern, unabhängig ihrer Herkunft, Klasse oder ihres Bildungshintergrunds, als die besten Expert*innen für ihre Kinder und auch als ihre wichtigsten Fürsprecher*innen, die nach bestem Gewissen für ihre Kinder entscheiden, auch beim Thema Vermögenssorge. Der Kinderschutzbund mahnt jedoch den möglichen Interessenskonflikt zwischen Eltern und Kindern an, der im Fall von Kinder-Influencer*innen und Familienblogger*innen dann entsteht, wenn Eltern Produzent*innen sind und Bild- und Videoaufnahmen im privaten Rückzugsraum und zuhause der Kinder stattfinden, Kinder mit Klarnamen und weiteren persönlichen Daten bekannt sind, und diese zu Werbezwecken verwendet werden. Auch bei anderen Tätigkeiten, wie etwa in der Landwirtschaft, bei denen Eltern die Produzent*innen sind, gibt es – wenn gewissermaßen auch relativ großzügige - gesetzliche Regelungen im JArbSchG. Jegliche Form der Kinderarbeit in einem Familienbetrieb, ob in der analogen oder digitalen Welt, sollte reguliert und kontrolliert werden. Dabei muss vor allem das Kindesinteresse im Fokus stehen, denn wenn Eltern Produzent*innen ihrer Kinder sind, nehmen sie ihre Verantwortung und ihre Pflichten in ihrer Rolle als Erziehungsberechtigte gegenüber ihren Kindern nicht ausreichend wahr und verletzen unter Umständen sogar trotz gesetzlicher Regelungen das Kindeswohl. Sollten Kinder und Jugendliche ab einem gewissen Alter und in einem gesetzlich erlaubten Rahmen selbst entscheiden zu arbeiten und sollten dabei die Rahmenbedingungen stimmen, sodass ihr Einkommen nicht das Haushaltseinkommen bestimmt und vor allem das Kindeswohl nicht gefährdet ist, erkennt der Kinderschutzbund diese Form der Kinderarbeit an. Kinder sollten die Möglichkeit haben, sich durch selbstgewählte Tätigkeiten ihr Taschengeld aufzubessern oder eigenes Geld zu verdienen, sofern die Rahmenbedingungen dafür stimmen.

Forderungen des Kinderschutzbundes

Grundsätzlich braucht es eine flächendeckende Aufklärung und Awareness für Kinderrechte im digitalen Raum auf allen Ebenen. Sowohl Kinder und Jugendliche, ihre Eltern und Erziehungsberechtigte als auch die pädagogischen Fachkräfte müssen über alle Kinderrechte, die auch in der digitalen Welt gelten, aufgeklärt werden sowie auch über die gesetzlichen Regelungen wie etwa den Grundrechten (Recht auf Würde und informationelle Selbstbestimmung), allgemeinen Persönlichkeitsrechten, Datenschutz, Kinderrechten und dem Jugendarbeitsschutzgesetz. Darüber hinaus sollten alle, die am System der Familienblogger*innen und Kinder-Influencer*innen beteiligt sind, also auch die Auftraggeber*innen (Firmen, Unternehmen, Agenturen), Plattformen (Instagram, YouTube & Co.) sowie die Aufsichtsbehörden Kinderrechte im Blick haben und sich an die bereits geltenden gesetzlichen Regelungen halten und sich ihrer Verantwortung für Kinderschutz stellen, ähnlich wie es bereits bei Film-, Theater- und Fernsehproduktionen praktiziert wird. Klar muss

¹² Grundsätzlich obliegt den Eltern die Vermögenssorge in Deutschland nach dem BGB. Das gilt eben auch für andere Bereiche, z. B. wenn die Eltern große Erbschaften für ihre Kinder bis zu denen Volljährigkeit verwalten.



zudem auch sein, dass Verstöße gegen geltende Regeln sowie Verdacht auf Kindeswohlgefährdung gemeldet werden kann, und zwar an wen und wie. Dazu muss breit in diese Aufklärung und die dazugehörige Medienkompetenzförderung für alle Beteiligten investiert werden, um besseren Kinderschutz sowie die Rechte auf Teilhabe und Befähigung im Netz sicherzustellen.

Darüber hinaus fordert der Kinderschutzbund folgendes:

1. Aktualisierung der gesetzlichen Rahmenbedingungen für mehr Kinderschutz im Netz überprüfen - ihre Kontrolle einhalten:

- Aktualisierung des JArbSchG, um die Tätigkeiten im digitalen Raum und mit digitalen Medien, aber auch im Hinblick auf die eingangs genannten TV-Formate, in denen Kinder beteiligt sind, gemäß der aktuellen Realität abzubilden und zu regulieren.
- Geltende gesetzliche Regelungen, wie z.B. das JuSchG, das JArbSchG, das allgemeine Persönlichkeitsrecht, Artikel 1 Grundgesetz (Recht auf Würde und informationelle Selbstbestimmung), Datenschutz, Kinderrechte (wie z.B. Recht auf Privats- und Intimsphäre) sowie der DSA und die DSGVO müssen auch im digitalen Raum, besonders in sozialen Netzwerken, von den entsprechenden zuständigen Institutionen (Jugendämter, Datenschutzbeauftragte, Aufsichtsbehörden) kontrolliert werden und Gesetze durchgesetzt werden.
- Systematische Kooperation & Vernetzung der zuständigen Akteur*innen (Jugendämter, Gewerbeaufsicht, usw), damit Meldungen und Hinweise bei Verstößen gegen geltende Regeln sowie bei Kindeswohlgefährdung bearbeitet werden und Verfahren an den entsprechenden Stellen geführt werden können.
- Die UN-Kinderrechtskonvention, sowie die Allgemeine Bemerkung 25, müssen in Deutschland in den politischen Entscheidungen berücksichtigt werden. Welches Recht im Bereich der „Kinder vor der Kamera“ beim *Influencing* beispielsweise verletzt wird, verschiebt sich je nach Alter, explizit mit Blick auf die individuellen Fähigkeiten und Bedürfnisse der Kinder, Einsichtsfähigkeit und Kindeswille sowie der Rahmenbedingungen, weshalb die Grundlage für rechtliche und politische Entscheidungen alle Kinderrechte berücksichtigen sollte.

2. Auftraggeber*innen in Verantwortung ziehen & ethische Richtlinien für Werbeaufträge im Internet etablieren:

- Teil der Lösung für mehr Kinderschutz im Netz sind auch die Plattformbetreiber*innen und Anbieter*innen, die Auftraggeber*innen für Werbung, also die Konzerne mit wirtschaftlichem Interesse am Influencer-Marketing, sowie die Politik. Daher: Ethische Richtlinien bei Konzernen, die mit Influencer*innen zusammenarbeiten, sowie auch bei den Influencer*innen-Agenturen, die Werbepartnerschaften managen. Diese sollten zur Grundlage die Kinderrechte nehmen.

3. Plattformen kindgerecht gestalten, Meldefunktionen und Hilfsangebote transparent darstellen sowie technischen Jugendmedienschutz anwenden



- Meldefunktionen in sozialen Netzwerken müssen transparent und niedrigschwellig sein und auch den Aspekt „Verletzung der Kinderrechte“ sowie „Kindeswohlgefährdung“ in die Richtlinien und Meldeoptionen aufnehmen, damit Betroffene sowie Zuschauende die Möglichkeit haben, Inhalte, die gegen ebendiese verstoßen, zu melden. (Meldungen überprüfen und bei Plausibilisierung an zuständige Stelle, z.B. Jugendamt)
- Beratungsstrukturen müssen sichtbar und zugänglich sein, sowie darin ausgebildet sein, sich mit der Thematik der digitalen Kinderrechte auszukennen.
- Technische Lösungen: Algorithmen, die nackte Kinderbilder erkennen und automatisch sperren (wie z.B. bei weiblichen Brustwarzen oder starken Gewaltdarstellungen), Einhaltung und Überprüfung der Alterseinschränkungen gemäß DSGVO (ggf. zero knowledge proof Altersverifikation)
- Aufklärung und kindgerechte Nutzungsbedingungen auf den Plattformen selbst
- Eine Art Gütesiegel für Plattformen, z.B. „Hier werden Kinderrechte geachtet“ (Checkliste mit entsprechenden Kriterien für Plattformen/Unternehmen)

4. Investitionen in Forschung über Kinderarbeit – auch im digitalen Raum

- Allgemeine Forschung zu Kinderarbeit, ins besondere: Forschung über Influencer*innen, Datenerhebung über die Berufsgruppe, Ausmaß von Kinder-Influencer*innen erforschen (quantitative und statistische Erhebungen) sowie qualitative, sozialwissenschaftliche Forschung im Bereich der Influencer*innen mit Fokus auf Eltern-/Familienaccounts, deren Kinder dort sichtbar sind und Teil der Bewerbung von Produkten sind (auch entwicklungspsychologische Forschung: welche Auswirkungen hat dies auf die Entwicklung der Kinder usw., welche Formen der Kindeswohlgefährdung gibt es, usw.)

Handlungsempfehlungen für privates *Sharenting*

Beim privaten *Sharenting*, wozu beispielsweise das Veröffentlichen von Bildern und Videos in (privat genutzten) sozialen Netzwerken, aber auch das Teilen von Bildern via Messenger-Diensten oder in den Status- bzw. Story-Funktionen der Messenger-Apps zählen, müssen Eltern und Erziehungsberechtigte einiges beachten, um Kinder in ihren Rechten nicht zu verletzen. Folgende Fragen sollten Eltern und Erziehungsberechtigte beim Teilen von Kinderbildern bedenken:

Das Foto oder Video **nicht teilen oder veröffentlichen**, wenn...

- ...das Kind dem Aufnehmen von Fotos/Videos widersprochen hat (Bei jüngeren Kindern kann dies z.B. durch eine ablehnende Reaktion erkennbar sein).
- ... das Kind mit dem erstellten Foto oder Video unzufrieden war und seine Löschung gewünscht hat.
- ...die Aufnahme das Kind in intimen oder höchst privaten Momenten zeigt (Beim Schlafen, krank, wütend, weinend, nackt sowie in der Badewanne oder auf dem Töpfchen, in einer Unfallsituation, usw.).
- ...andere, fremde Kinder auf dem Bild zu sehen sind.
- ... das Gesicht des Kindes erkennbar ist bzw. das Kind anhand des Bildes identifiziert werden kann. Dazu gehört auch, keine personenbezogenen Daten des Kindes im



Netz preiszugeben, vor allem nicht im Zusammenhang mit Fotos (Klarnamen, Geburtsdaten, Wohnorte, Standortdaten, Kita, Schule, Vereine, usw).

- ... das Kind dem Versenden oder der Veröffentlichung des Bildes nicht zugestimmt. (Dabei sollten Eltern sich fragen, ob ein Kind überhaupt einschätzen kann, welches Ausmaß eine Veröffentlichung haben könnte. Vergleich: Die Frage, ob ein Foto an Oma und Opa gesendet werden darf, kann ein Kind eher einschätzen als ein Post in einer Instagram-Story mit 400.000 Follower*innen)

Was können Eltern tun?

- Einen **Perspektivwechsel** einnehmen: Kinder nicht nur frontal fotografieren, sondern auch andere Ausschnitte oder Perspektiven wählen. Gerade wenn das Bild öffentlich teilen wollen: Gesicht besser nicht kenntlich zeigen, also Perspektive von hinten, oder ein Ausschnitt der Hand o.ä. (ohne private oder unpassende Details wie Unterwäsche usw.) und ganz wichtig: weniger ist mehr, am besten keine Fotos der Kinder, auf denen sie identifizierbar sind, öffentlich teilen.
- Ihre Kinder miteinbeziehen – sowohl beim Fotografieren als auch beim Entscheiden darüber, was mit dem Bild passieren darf.
- Adressat*innenkreis einschränken und nur Personen wählen, die sie persönlich auch kennen. Sie sollten auch die Empfänger*innen der Bilder sensibilisieren und darüber aufklären, dass sie das Bild nicht weiterleiten oder anderweitig veröffentlichen dürfen, wie z.B. in den WhatsApp-Status stellen.
- Auf Privatsphäre-Einstellungen der Social-Media-Profile sowie Geräte achten – *auch wenn dies nur bedingt die Daten schützen kann, sofern Apps die Berechtigung haben, Daten an Dritte weitergeben zu dürfen.*
- Würde das Kind in zehn Jahren das Bild noch immer im Netz sehen wollen oder möchte das Kind möglicherweise schon ältere Fotos im Social-Media-Feed gelöscht haben, weil sie im Nachhinein peinlich, unangenehm oder einfach unangemessen sind?
- Ihre Vorbildfunktion wahrnehmen – auch im digitalen Raum. Dazu gehört auch, sich zu fragen, ob sie als Eltern Bilder, die sie von ihren Kindern aufnehmen, so auch von sich selbst aufnehmen lassen würden. Kinder, die ggf. schon eigene Social-Media-Accounts haben, sollten zudem darüber aufgeklärt werden, welche Auswirkungen das Erstellen, Teilen und Veröffentlichen von Fotos oder Videos haben kann.
- Sollten fragwürdige Fotos im Messenger oder sogar auf dem Gerät des Kindes gefunden werden, dies ansprechen und ggf. melden (bei der Plattform, bei jugendschutz.net oder der Polizei)



Quellen & Weiterführende Literatur

AJS NRW. „Bedenkenlos eingestellt: Digitale Schnappschüsse im Konflikt mit dem Gesetz?“ 2017.

AJS NRW. „Einfach abgucken?! Zum Umgang mit Privatsphäre – und mit Kinderfotos im Netz.“ 2021.

AJS NRW. „Kleine Stars direkt aus dem Kinderzimmer: Kinderinfluencer*innen.“ 20 Dec. 2021.

Alig, Olivia. „Sharenting, Mama-Blogger, Kinderinfluencer & Co.* - Eine rechtliche Betrachtung.“ *BzKJ Aktuell*, vol. 4, 2021, pp. 9ff, www.bz kj.de/bz kj/service/publikationen/bz kj-aktuell/sharenting-mama-blogger-kinderinfluencer-co-eine-rechtliche-betrachtung-187318.

Diebel, Toyah. Kampagne #DeinKindAuchNicht.

Dreyer, Stephan, Lampert, Claudia, Meergans, Luise, Rosenstock, Roland und Oguz Yilmaz. *Zwischen Spielzeug, Kamera und YouTube: Wenn Kinder zu Influencern gemacht werden*. Deutsches Kinderhilfswerk, 2020.

Joe, Alicia. „10 Gründe für Kinderfotos im Netz (logisch widerlegt).“ 22 Jan. 2023.

Joe, Alicia. *Falsche Vorbilder – Wie Influencer uns und unsere Kinder manipulieren*. Yes Publishing, 2022.

Jugendschutz.net. „Kinderbilder auf Instagram: Wann werden Persönlichkeitsrechte von Kindern verletzt?“ *Report*, Sept. 2019.

Klicksafe. „Kinderfotos im Netz – Kampagne sensibilisiert Eltern.“ 28 Mar. 2019.

Kutscher, Nadia, und Ramona Bouillon. *Kinder. Bilder. Rechte. Persönlichkeitsrechte von Kindern im Kontext der digitalen Mediennutzung in der Familie*. Deutsches Kinderhilfswerk, 2018.

Landtag NRW. Kleine Anfrage der FDP (Dr. Pfeil, Werner; Hafke, Marcel), 30 Jan. 2023: „Kinder schützen! – Bedeutet auch: Stärkung von Kinderrechten gegenüber Eltern, die finanziell von Kinderbildern im Netz profitieren!“

www.landtag.nrw.de/home/dokumente/dokumentensuche/anfragen-und-antworten-suchergeb.html?nummer=1221&doktyp=AA&wp=18. Antwort der Landesministerin für Kinder, Jugend, Familie, Gleichstellung, Flucht und Integration.

Lemmert, Miriam. *Die Vermarktung des Kindes im Influencer-Marketing. Kinderrechte in Sozialen Netzwerken*. Nomos, 2022.

Mikić, Aleksandra, und Annette M. Klein. *Smartphone-Nutzung in Gegenwart von Babys und Kleinkindern: Ein systematisches Review*. *Prax. Kinderpsychol. Kinderpsychiat.* 71: 305 – 326, 2022.

Peteranderl, Sonja. "YouTube: Ein Achtjähriger Influencer Ist Topverdiener Mit 26 Millionen Dollar." *Spiegel Online*, 19 Dec. 2019, www.spiegel.de/netzwelt/web/youtube-ein-achtjaehriger-



[influencer-ist-topverdiener-mit-26-millionen-dollar-a-1302235.html](#). Accessed 15 Aug. 2024.

Polizei-Beratung. Social Media Materialien zur Aufklärung über Kinderfotos im Netz.

Schau Hin! „Pädosexuelle im Netz: Alltagsaufnahmen von Social Media im Fokus.“ 22 Apr. 2021.

Terre des Hommes. *Kinderarbeitsreport 2024: Kinderarbeit in der Lieferkette deutscher Unternehmen.* Terre des Hommes, 2024,

www.tdh.de/fileadmin/user_upload/inhalte/04_Was_wir_tun/Themen/Kinderarbeit/Kinderarbeitsreport_2024/TDH_Kinderarbeitsreport-2024.pdf. Accessed 15 Aug. 2024.

The New York Times, NYT Opinion. "Why Kids Are Confronting Their Parents About 'Sharenting.'" 7 Aug. 2019.

„Wie Pädokriminelle private Kinderfotos stehlen.“ *NDR*, 9 Sept. 2021,

www.ndr.de/fernsehen/sendungen/panorama/archiv/2021/Wie-Paedokriminelle-private-Kinderfotos-stehlen,kinderpornografie210.html.

Medienbeiträge:

„Alles, was Recht ist.“ Podcast #115 – „Kinder-Influencer: Die Rechte Minderjähriger in sozialen Medien.“ 8 Mar. 2023.

Das Erste / NDR, Panorama, „Wie Pädokriminelle private Kinderfotos stehlen.“ 22 Apr. 2021.

„Funk „Follow me.reports.“ „Insta-Fame mit 14: Geht das zu weit?“ 30 June 2021.

„Funk „Reporter.“ „Kinder-fluencer: Ist das schon Arbeit?“ 26 Feb. 2020.

Girl Gang, Kinofilm. 20 Oct. 2022. (verfügbar bei Netflix)

„Theory of Change – der Campact-Podcast für progressive Politik.“ „Kinder bei Instagram.“ 5 Sept. 2023.

ZDF, „13 Fragen.“ „Kinderbilder im Netz: Haben sie auf Social Media nichts zu suchen?“ 15 Feb. 2023.

ZDF, „Sag’s mir.“ „Kinderbilder posten? Familien-Influencerin trifft auf Kinderrechts-Aktivistin.“ 1 Feb. 2023.

ZDF / Funk, „MaiLab.“ „Sollte ich mein Kind im Internet zeigen?“ 9 Nov. 2019.

ZDF, „The European Collection.“ „Re: Mama mit Kamera und ich - Influencerin, ein Business im Homeoffice?“ 22 May 2023.

YouTube, „Brust raus.“ „Keine Privatsphäre & ungewollt im Netz: Das sagen Kids von Family-Bloggern.“ 27 Feb. 2023.



Berlin, 09.09.2024

Der Kinderschutzbund Bundesverband e.V.

Erarbeitet vom Bundesfachausschuss Digitales Leben, beschlossen vom Bundesvorstand.

Kalckreuthstr. 4

10777 Berlin

Tel (030) 21 48 09-0

Fax (030) 21 48 09-99

E-Mail info@kinderschutzbund.de

www.kinderschutzbund.de

Der Kinderschutzbund (DKSB) – Für die Zukunft aller Kinder!

Der Kinderschutzbund, gegründet 1953, ist mit 50.000 Mitgliedern in über 400 Ortsverbänden die größte Kinderschutzorganisation Deutschlands. Der DKSB setzt sich für die Interessen von Kindern sowie für Veränderungen in Politik und Gesellschaft ein. Schwerpunkte seiner Arbeit sind Kinderrechte, Kinder in Armut, Gewalt gegen Kinder sowie Kinder und Medien.