

Wenn Kinder auf Social Media präsentiert werden, betrachten viele Menschen dies als harmlosen Spaß. Doch Experten sehen das kritisch: Sie fordern einen stärkeren Schutz der Privatsphäre und des Wohlergehens von Kindern im Internet.



Klicks, Likes, Kinderarbeit

VON CHRISTINE PETERS

Ein schneller Blick durch Instagram, YouTube oder TikTok reicht, um zu sehen, dass Kinder auf Social-Media-Plattformen präsent sind wie nie zuvor. Sie lachen, weinen, probieren Produkte aus und werden dabei millionenfach angeschaut. Oft stehen hinter diesen Bildern und Videos sogenannte Familien-Influencer oder Momfluencer, die ihr Leben öffentlich inszenieren – und mit der Reichweite auch Geld verdienen. Doch wo beginnt hier Kindeswohlgefährdung und wann wird aus familiärer Dokumentation ein Fall von Kinderarbeit?

Ein aktuelles Rechtsgutachten, das das Deutsche Kinderhilfswerk gemeinsam mit Campact beauftragt hat, belegt, dass beim Familien-Influencing häufig das Kindeswohl nach Paragraph 1666 des Bürgerlichen Gesetzbuchs (BGB) gefährdet sein kann. Laut Sophie Pohle vom Deutschen Kinderhilfswerk ist eine Ursache dafür häufig eine mangelhafte Medienkompetenz der Eltern. Als Referentin für Medienbildung empfiehlt sie Eltern, vor dem Posten von Kinderbildern genau zu überlegen, ob sie ihrem Kind damit langfristig schaden könnten. „Man sollte sich in das Kind hineinversetzen und immer fragen: Würde ich wollen, dass ein solches Bild von mir noch in zehn Jahren existiert?“ Zudem rät sie dazu, keine Bilder von Kindern in peinlichen oder intimen Situationen zu veröffentlichen und die Gesichter möglichst unkenntlich zu machen. Denn: Schon kleine Kinder haben ein Recht auf Privatsphäre.

Auch Kinderrechtsaktivistin und Influencerin Toyah Diebel äußert im Kultur-Podcast @mediasres des Deutschlandfunks Zweifel daran, dass Eltern sich der Tragweite ihres Handelns bewusst sind.

„Diese Menschen erhoffen sich Anerkennung von Fremden durch das Posten ihrer Kinder. Und allein diesen Fakt kann ich absolut nicht nachvollziehen.“ Ihre Kampagne „Dein Kind auch nicht“ fordert Eltern auf, sich zu fragen: Würden Sie sich selbst in den Situationen zeigen, in denen Sie Ihre Kinder präsentieren? Plakative Fotos von Schauspieler Wilson Gonzalez Ochsenknecht mit breiverschmiertem Mund oder auf dem Töpfchen regen zum Nachdenken an.

Eltern sollten ihre Kinder so früh wie möglich in die Entscheidung mit einbeziehen, ob ein Bild gepostet wird oder nicht, erklärt Sophie Pohle. Doch selbst mit Einverständnis der Kinder bleibe das Problem, dass diese oft, ebenso wie ihre Eltern, gar nicht einschätzen können, was es bedeutet, dauerhaft im Netz sichtbar zu sein. Denn: Bilder und Videos können im Netz bestehen bleiben, selbst wenn sie gelöscht werden. Die Expertin für Kinderrechte warnt: „Wenn Kinder nicht über die Folgen aufgeklärt und um Zustimmung gefragt werden, haben sie auch keine Möglichkeit, ihre eigene digitale Identität zu schützen. Sie werden in sozialen Medien ausgestellt, ohne eine bewusste Entscheidung treffen zu können.“

Toyah Diebel schildert eindrücklich, welche Auswirkungen das auf die betroffenen Kinder haben kann: „Man muss sich bewusst machen, dass Kinder so eine Internetpräsenz nicht mehr loswerden. Ich habe mit jungen Erwachsenen gesprochen, die mir erzählten, wie sehr sie heute unter den Bildern und Videos aus ihrer Kindheit leiden.“ Sie fügt hinzu: „Kinder

haben keine Kontrolle über die Inhalte, die veröffentlicht werden. Sie können nicht absehen, wie sich das auf ihre Zukunft auswirkt, aber es bleibt ein ständiger Bestandteil ihres Lebens.“

Hinzu kommt, dass Familien-Influencer nicht nur das alltägliche Leben ihrer Kinder zeigen, sondern oft gezielt Inhalte für Werbepartnerschaften inszenieren. Kinder bringen Klicks – das haben auch viele Unternehmen verstanden. Am Wochenende geht es dann nicht auf den Spielplatz, sondern vor die Videokamera. Es gibt Fälle, in denen Kinder durch Werbe Deals so viel verdienen, dass sie für einen Großteil oder sogar für das gesamte Familieneinkommen verantwortlich sind.

Sophie Pohle sieht diese Entwicklung kritisch: „Bei Kinderarbeit wird oftmals nur an physische Ausbeutung in Entwicklungsländern gedacht. Doch Kinderarbeit findet längst auch in Deutschland statt – digital, mit Kindern, die bezahlte Inhalte generieren.“ Es brauche, so die Expertin für Medienbildung, dringend eine Erweiterung des Anwendungsbereichs im Jugendarbeitsschutzgesetz, um den digitalen Formen der Kinderarbeit gerecht zu werden. „Die digitale Präsenz von Kindern muss nicht nur in Bezug auf den Datenschutz, sondern auch hinsichtlich der wirtschaftlichen Ausbeutung betrachtet werden.“

Der Kinderarbeitsreport 2024 von Terre des Hommes zeigt, dass auch in Deutschland Kinder unter Bedingungen arbeiten, die ihre Entwicklung, Gesundheit, Sicherheit und Bildung beeinträchtigen. Besonders problematisch sei es, dass viele Verstöße gegen das Jugendarbeitsschutzge-

setz unerkannt bleiben. Terre des Hommes hebt hervor, dass es eine große Dunkelziffer an Fällen gibt, in denen Kinder unerlaubt in Familienbetrieben oder in digitalen Medien arbeiten. Die Organisation fordert daher dringend eine Reform des Kinder- und Jugendarbeitsschutzes, um Kinder vor kommerzieller Ausbeutung, insbesondere im Bereich der Familien-Influencer, besser zu schützen.

Bislang ist die rechtliche Lage in Deutschland jedoch lückenhaft. Zwar gibt es Regelungen zur klassischen Kinderarbeit, doch der digitale Raum bleibt weitgehend unreguliert. Dabei zeigt ein Blick ins Ausland, dass Regulierung durchaus möglich ist: In Frankreich gibt es bereits umfangreiche Gesetze zu diesem Thema. In Deutschland hingegen bleibt vieles in der Grauzone. Das bedeutet, dass es keine klaren Vorschriften dazu gibt, ob und in welchem Umfang Kinder für kommerzielle Zwecke im Internet eingesetzt werden dürfen. Sophie Pohle betont: „Wir brauchen auch in Deutschland dringend klare gesetzliche Vorgaben und eine entsprechende Rechtsdurchsetzung, die verhindern, dass Kinder im Internet wie Werbeflächen behandelt werden.“

Die Kinderrechtsaktivistin Sara Flieder gibt auf Instagram Tipps, wie jeder einzelne Kinderrechte schützen kann: Keine Bilder und privaten Infos posten, keinen Influencern folgen, die Kinderrechte missachten, Firmen anschreiben, die mit Familien-Influencern zusammenarbeiten, Beschwerde beim Deutschen Werberat oder den Landesmedienanstalten einreichen. Bei Verstößen gegen das Kindeswohl das Jugendamt informieren. Denn klar ist: Solange es keine gesetzlichen Grenzen gibt, liegt die Verantwortung bei den Eltern und Unternehmen, die mit Kindern auf Social Media werben – und den Menschen, die diesen Content konsumieren.

„Würde ich wollen, dass ein solches Bild von mir selbst noch in zehn Jahren existiert?“

Sophie Pohle, Deutsches Kinderhilfswerk