

Kinderstars 2.0: Junge Medienpersönlichkeiten im Internet

Risiken für Entwicklung und Integrität, rechtliche Grenzen und die Rolle elterlicher Verantwortung für das Kindeswohl

Anne-Kristin Polster

Im Rahmen der Debatte um Diskussionsklima, Kommerzialisierungsdruck und der Inszenierung von Privatheit in den sozialen Medien wird auch immer wieder über öffentliche Kindheit gesprochen. Teils geht es um digitale Familienalben (»Sharenting«) und die Grenzen des Teilens persönlicher Momente – geschmacklich, pädagogisch und rechtlich. Teils geht es um »das Kinderspiel«, aus der Aufbereitung von Freizeit und Alltag eine Medienkarriere zu starten und *Persönlichkeit* zum Beruf zu machen. So unterschiedlich die Beispiele im Einzelnen ausfallen, regelmäßig werden Risiken für Kinder und Jugendliche diskutiert. Meist geht es dabei um zu viel oder die falsche Art von Aufmerksamkeit. Insbesondere am Phänomen der Kinder- und Jugend-Influencer*innen erinnert – der »Durchschnittsperson« dank der Möglichkeiten von *social media* deutlich näher gerückt – einiges an die Welt der Kinderstars, deren öffentliche Karriere in der Vergangenheit genauso gern medial ausgeleuchtet wurde, wie ihr nicht selten »tragischer Fall«.¹

Die Hauptverantwortlichkeit, Kindern in ihrer Entwicklung Schutz und Hilfe zu geben, liegt bei den Sorgeberechtigten. Entsprechend sind sie es auch, die sich den häufigsten Vorwürfen ausgesetzt sehen. Tatsächlich stellen sich bei der intensiven Sichtbarkeit von Kindern in den Medien häufig grundrechtlich begründete Grenzfragen. Der Beitrag zeigt die Konturen des Schutzes auf, den das Grundgesetz der Persönlichkeit von Kindern und Jugendlichen zusichert und beleuchtet Risiken entlang der Inszenierung in den Medien für die Unverletzlichkeit ihrer Integrität. Diese werden vor dem Hintergrund rechtlicher Schutznormen und der Rolle elterlicher Verantwortung für das Kindeswohl diskutiert.

I. Die Persönlichkeit Minderjähriger und das Grundgesetz: Schutz von *Werden* und *Sein*

Das Grundgesetz sichert neben dem körperlichen Wohl durch die Artikel 2 Abs. 1, 1 Abs. 1 GG die Freiheit von Persönlichkeitsentwicklung und -entfaltung. Die Rechtsposition einer geschützten Persönlichkeit kommt Kindern und Jugendlichen dabei wie Erwachsenen zu – und mehr noch: Sie befinden sich in besonderem Maße in einem Lebensabschnitt der Ori-

entierung und müssen je nach Alter und Entwicklungsstand zunächst lernen, sich eigenständig in ihrer Umwelt zu positionieren. Deshalb hat der Schutz ihrer fortlaufenden Entwicklung besonderes Gewicht.

Schutz der Entwicklung

Kinder und Jugendliche sollen, so umschreibt es sehr abstrakt das Bundesverfassungsgericht, zu *eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeiten* heranwachsen, ohne dass dieser Prozess durch Eindrücke und Erfahrungen beeinträchtigt wird, die sie in ihrem jeweiligen Entwicklungsstand überfordern oder desorientieren können.² Aus dieser verfassungsrechtlich verankerten Wertung erwächst ein umfassender staatlicher Schutzauftrag. Auch im Wege gesetzlicher Regulierung ist danach für die Erhaltung gesicherter Rahmenbe-

Die Autorin ist juristische Doktorandin und Rechtsreferendarin am OLG Hamburg. Von 2017 bis Ende 2020 war sie wissenschaftliche Mitarbeiterin am Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut (HBI).

dingungen des Aufwachsens Minderjähriger zu sorgen. Nach Art. 6 Abs. 2 S. 1, 2 GG geschieht das ergänzend (bzw. nachrangig) zur Pflege und Erziehung durch die Eltern.

Dieser Entwicklungsschutz umfasst gerade auch den Bereich der Mediennutzung. Anerkannt wird damit, dass Medienhandeln und Medienerfahrungen entscheidende Größen im Prozess der Sozialisation und Persönlichkeits- bzw. Identitätsentwicklung darstellen. Das Jugendmedienschutzrecht befasst sich mit beeinträchtigenden bzw. gefährdenden Medienwirkungen, die entlang der Mediennutzung entstehen. Es umhegt damit Einwirkungen auf die zukünftige Fähigkeit, sich selbstbestimmt in Lebensalltag und gesellschaftlicher Umwelt zu bewegen. Lange standen dabei Risiken im Vordergrund, die sich aus der Rezeption problematischer Medieninhalte ergeben. Mit der Beliebtheit von Angeboten, die vielfältige Interaktions- und Gestaltungsmöglichkeiten bereithalten – so insbesondere der Bereich von *social media* – sind jedoch längst auch Implikationen des aktiven bzw. interaktiven Medienhandelns (über den passiv-rezeptiven Konsum hinaus) in den Fokus gerückt.

Entfaltungsschutz – Ausleben frei von Beobachtung

Wie Erwachsene haben Kinder und Jugendliche daneben bereits ein Recht auf freie Entfaltung. Umfasst wird davon sowohl ihre Freiheit, die eigene Persönlichkeit aktiv auszuleben, als auch die Unverletzlichkeit der *Integrität* ihrer Person.³ Als eine Art »Bestandsschutz« der Persönlichkeit⁴ bezieht sich dieser in der Rechtsprechung von Bundesgerichtshof und Bundesverfassungsgericht entwickelte Schutz auf den Geltungsanspruch jedes Menschen gegenüber seiner Umwelt, der sich auch aus der Menschenwürde speist.⁵ Das umfassend geschützte »Sein« beginnt nicht erst, wenn der Entwicklungsprozess abgeschlossen ist – einem ohnehin nicht bestimmbar Zeitpunkt. Vielmehr kommt unabhängig vom Alter jeder Person der Schutz eines engen persönlichen Lebensbereichs zu.⁶ Hier werden Aspekte verortet, die konstitutiver Ausdruck der geschützten Persönlichkeit sind.

Das Allgemeine Persönlichkeitsrecht begründet unter anderem den Schutz vor fremdbestimmten (ob verunglimpfenden, entstellenden oder einfach unerwünschten) Darstellungen der eigenen Person in der Öffentlichkeit: Viele mit dem Integritätsschutz verbundene Anwendungsfälle betreffen das Recht am eigenen Bild als Teilaspekt des Allgemeinen Persönlichkeitsrechts (oder auch Besonderes Persönlichkeitsrecht).⁷ Insbesondere für Abbildungen zu journalistischen Zwecken normiert zusätzlich § 22 S. 1 KUG die grundsätzlich alleinige Befugnis von Personen, über die Verbreitung von Bild- und Videoaufnahmen zu entscheiden, auf denen sie gezeigt werden. Kinder sind für die Wahrnehmung dieser Rechte zusätzlich auf die Sorgeberechtigten angewiesen (s.u.). Daneben besteht eine enge Verbindung zum Schutz von Privatheit. Integritätsschutz bedeutet auch die Sicherung eines beobachtungsfreien Rückzugsraums, in dem freie Entfaltung ohne Zugriffe durch die Umwelt überhaupt erst stattfinden kann.⁸ Dieses Recht, unbeobachtet und in Ruhe gelassen zu werden, ist gemeint, wenn man vom Konzept einer Privat- und Intimsphäre jedes Menschen spricht. Entfaltungsschutz im Kontext von Medien kann also bedeuten, dass jeder frei ist, sich durch das Gestalten einer wie auch immer gearteten Medienpräsenz zu verwirklichen. Er umfasst jedoch in gewissem

Maße genauso die Freiheit, *nicht* in den Medien sichtbar zu sein.

II. Verbreitung von Kinder-Bildern: Gefahren für die seelische und körperliche Unversehrtheit

Das Zeigen bzw. die Inszenierung von Kindern und Jugendlichen in den Medien birgt im Hinblick auf die Integrität ihrer geschützten Persönlichkeit einige gefährdende Potentiale. Das Teilen privater Momente aus dem Lebensalltag kann tief in die Privat- und Intimsphäre eingreifen. Das ist insbesondere der Fall, wo das Verhalten von Kindern in privaten Rückzugsräumen oder in peinlichen Situationen dokumentiert und veröffentlicht wird.

Zusätzlich entstehen aus der Preisgabe sensibler Informationen Risiken in Gestalt von Kontakten mit Fremden. Wird die Identität im Rahmen der Internetöffentlichkeit nicht ausreichend geschützt, eröffnet die Darstellung von Kindern und Jugendlichen in den sozialen Medien Raum für Übergriffe in der virtuellen bzw. realen Welt, seien sie seelisch oder physisch. Jugendschutz.net hat in den vergangenen Jahren anhand der Untersuchung 17 reichweitenstarker (Familien-)Kanäle auf YouTube, sowie 50 Eltern- bzw. Kinderprofilen mit jeweils über 50.000 Abonnenten auf breite Indizien für die Gefahr solcher Verletzungen hingewiesen.⁹ Durch 53 Prozent der YouTube-Präsenzen sowie 98 Prozent der untersuchten Instagram-Profile würden persönliche Daten der Kinder durch Videos und zugehörige Beschreibungen preisgegeben und die Kinder z.B. durch Offenlegung des Wohnorts Gefährdungen ausgesetzt.¹⁰ Insbesondere besteht für Kinder das Risiko, Opfer von gem. § 176 StGB strafbaren Grooming-Handlungen zu werden. Diese finden häufig noch im Online-Raum statt. Bereits entsprechend missbräuchliche Kontaktaufnahmen über die Medien stehen nach § 176 Abs. 4 Nr. 3 StGB unter Strafe.

Knappe Kleidung – Daumen hoch?

Sich selbst über die eigene Online-Präsenz im Auge einer nicht überblickbaren Masse fremder *follower* wiederzufinden, kann zur Belastung werden. Das gilt insbesondere dort, wo jedermann Aufnahmen der eigenen Person mit einer Beurteilung – oder auch Anzüglichkeit – versehen kann. Hinzu tritt, dass knappe Kleidung eine beliebte Wahl bei Kinder- und Jugend-Bildern in den sozialen Medien darstellt und veröffentlichte Aufnahmen sich leicht in andere, auch sexualisierende, Kontexte überführen lassen.¹¹ Besonders direkte Formen von sexualisierenden Darstellungen von Kindern und Jugendlichen sind gemäß § 4 Abs. 1 Nr. 9 JMStV bzw. § 15 Abs. 2 Nr. 4 JuSchG

schlicht verboten. Potenziell unangenehme bis belästigende Reaktionen auf Bildveröffentlichungen (in diesem Fall auf Elternblogs) finden sich nach Hajok/Wüstefeld aber bereits unter Bildern, die hierdurch noch nicht erfasst sind.¹² In der von ihnen untersuchten Stichprobe von Beiträgen, die deutsche *Mom-Bloggerinnen* bei Instagram teilen, fand sich ein überwiegender Anteil an Alltagsbildern der Kinder. Ein nicht zu vernachlässigender Anteil der Beiträge enthielt nach Wertung der Autoren aber auch aufreizende Darstellungen (13 % bei Mädchenbildern bzw. 9 % bei Jungenbildern), die vermehrt anzüglich kommentiert wurden.¹³

Die Last des digitalen Zwillings

Eine weitere Sorge tritt neben die beschriebenen Kontaktrisiken und potenziellen Verletzungen von Privat- und Intimsphäre: Kinder und Jugendliche haben bereits sehr früh an einem intensiven Inszenierungsdruck der sozialen Medien teil. Schließlich beruht das Sammeln von *followern* und *likes* – der Popularitätswährung auf *social media* – und erst recht die erfolgreiche Positionierung von Kinder- und Jugend-Influencern auch auf dem Aufbau einer persönlichen Marke, an die sich Zuschauer über einzelne Beiträge hinweg binden können.¹⁴ Die Erwartungen eines teils erheblichen Publikums an die jungen *social media*-Bekanntheiten richten sich dann an ihrer digitalen *Persona* aus.¹⁵

Der reinen Möglichkeit medialer Selbstinszenierung wurde nie per se eine negative Bedeutung für Kinder und Jugendliche beigemessen – zudem befriedigt sie ein menschliches Grundbedürfnis. Im Erfinden und spielerischen Ausprobieren von Rollen und Persönlichkeit innerhalb relativ abgeschlossener Medienräume wird die wertvolle Chance erkannt, die eigene Identität zu erfahren und zu entwickeln. Je mehr individuelle Bedeutung andererseits auf einer persönlichen Marke liegt – so durch das Überführen in professionelle und nicht selten geschäftsmäßige Kontexte –, desto mehr wird vorstellbar, dass sie auch ihren Träger bindet. Es entsteht der Druck, in eine medial gefertigte Schablone hinein zu wachsen. Und während ihre *follower* sie beim Aufwachsen vor der Kamera beobachten, haben sich Kinder-Influencer auch an ihrem digitalen Zwilling zu messen.¹⁶ Unfair ist das bereits, weil letzterer ein Produkt idealisierter und inszenierter Medienprofile darstellt. Zusätzlich wird darauf hingewiesen, dass die erfolgreiche Vermarktung von Kinder-Influencern sich oft daran ausrichtet, Rollenklischees zu bedienen.¹⁷ Daraus ergibt sich nicht nur die Problematik, dass den wiederum zum großen Teil jungen Rezipienten Klischees oder verzerrte Alltagsbil-

der präsentiert werden. Aus der Vorgabe externer Maßstäbe werden auch für die Kinder vor der Kamera Schwierigkeiten bei der Suche nach unabhängiger Identität befürchtet.¹⁸

III. Eltern in der Doppelrolle

Die beschriebenen persönlichkeitsrechtlichen Risiken ergeben sich zumeist aus der Teilnahme an den sozialen Medien an sich und nicht als reines Problem elterngetriebener Zurschaustellung oder Vermarktung. Gefährdungen können genauso (wenn nicht erst recht) auftreten, wenn Kinder und Jugendliche eigenständig in den sozialen Medien aktiv sind, wie wenn sie in Eltern- und Familienkanäle eingebunden werden. Im ersteren Fall stellen einzelne Dienste im Rahmen von AGB Altersbegrenzungen auf, nach denen jüngere Personen die Angebote gar nicht oder nur mit Einwilligung der Eltern nutzen dürfen.¹⁹ So liegt es also immer vor allem bei den Eltern, auf den Umgang mit Persönlichkeitsrechten ihrer Kinder entlang der Mediennutzung zu achten. Das entspricht der rechtlichen Maßgabe des Art. 6 Abs. 2 S. 1 GG, nach dem zuvorderst die Eltern für die Wahrung des Kindeswohls einstehen dürfen und müssen. Wenn sie – ob unbewusst oder aus zu geringem Bewusstsein über mögliche Implikationen für die zu wahrenen Schutzgüter – selbst zur Beeinträchtigung dieser Interessen beitragen und sich die resultierenden Konflikte auch im Eltern-Kind-Verhältnis abspielen, ergeben sich entsprechend Schwierigkeiten.

In Bezug auf das genannte Recht am eigenen Bild zeigt sich diese Problematik auf der Ebene der Einwilligung.²⁰ Im Regelfall dürfen Aufnahmen von Personen nur mit deren Einwilligung verbreitet werden. Diese Einwilligungsbefugnis kann bis zu einem bestimmten Alter (nach dem angenommen wird, dass ein entsprechender Reifegrad erreicht ist) allerdings nicht selbst ausgeübt werden. Sie wird stattdessen stellvertretend durch die Eltern wahrgenommen. Wo – wie unter dem Verdacht von Verletzungen der Intimsphäre sowie dem Aussetzen der Gefahr seelischer und physischer Verletzungen – nicht sicher ist, ob sie dieser Rolle noch im Sinne ihrer Kinder nachkommen, entstehen also Konflikte im Eltern-Kind-Verhältnis.

Das im Umfeld von Rechtswissenschaft und -praxis bestehende Verständnis des Rechts am eigenen Bild von Kindern und deren besonderen Schutzbedarfs wurde stark geprägt durch prominente Urteile der Rechtsprechung über die Abbildung von Kindern in der Presse. Gegenstand dieser Fälle waren vor allem Beiträge, die minderjährige Kinder anlässlich der Berichterstattung über ihre bekannten Eltern zeigen.²¹

Entsprechend anders gelagert ist die Problematik von Eltern- und Familienaktivitäten in sozialen Medien. Die Bewertung letzterer stellt eine zusätzliche Schwierigkeit dar, weil die Interessen des Kindes elterlichen Entscheidungen gegenüberstehen und eben nicht durch die Eltern gegenüber Dritten geltend gemacht werden. In der Regel gestaltet sich die Situation aus der Außenperspektive dabei wesentlich weniger eindeutig. Es sind durchaus Fälle vorstellbar, in denen der Wunsch, die Eltern zufrieden zu stellen, stärker sein kann, als das Gefühl, sich mit der Veröffentlichung von Bild- und Videomaterial nicht wohl zu fühlen. Dann lässt sich die Freiwilligkeit anzweifeln, mit der Kinder an der *social media*-Präsenz mitwirken.²² Einer exakten Überprüfbarkeit wird sie sich im Einzelfall aber oft entziehen. Darüber hinaus kennen unter den von Hasebrink et al. 2019 befragten Kindern und Jugendlichen neun Prozent die Situation, dass ihre Eltern zumindest ab und zu Postings ohne Nachfrage – und zu ihrer Verärgerung – veröffentlichen.²³

Grenzen geteilter Rechtswahrnehmung

Feste Altersgrenzen für die Ausübung des Rechts am eigenen Bild sind gesetzlich nicht explizit festgehalten und im Einzelnen auch noch nicht geklärt. Sie betreffen die schwierige Frage, wann die Einsichtsfähigkeit so weit ausgeprägt ist, dass die Folgen der eigenständigen Ausübung von Grundrechten genügend abgeschätzt werden können. Weite Teile von Rechtsprechung und Rechtsliteratur ziehen hier Parallelen zu den allgemeinen Regeln über die Geschäftsfähigkeit von Personen in den §§ 104 ff. BGB. Für Kinder unter sieben Jahren, die nach § 104 Nr. 1 BGB geschäftsunfähig sind, handeln danach die Sorgeberechtigten gem. §§ 1626, 1629 BGB.²⁴ Bereits hier hat sich die Rechtmäßigkeit der elterlichen Einwilligung in die (fremde oder eigene) Verbreitung von Kinderbildern jedoch am Interesse des Kindes zu messen und auch der Wille des Kindes lässt sich in vielen Fällen zumindest als Indiz für dieses Interesse heranziehen.²⁵

Ab sieben Jahren (wo die beschränkte Geschäftsfähigkeit gem. § 106 BGB ansetzt) sind Kinder und Jugendliche zudem je nach ihrer individuellen Einsichtsfähigkeit in die Einwilligung mit einzubeziehen. Angenommen wird, dass diese regelmäßig spätestens mit 14 Jahren so weit ausgeprägt ist, dass zur Wahrung des kindlichen Persönlichkeitsrechts Eltern und Kind nur gemeinsam über die Verbreitung von Aufnahmen entscheiden können.²⁶ Seit neuem wird teils auch angedacht, eine eigene Einwilligungsfähigkeit ab 16 Jahren parallel zur Einwilligungsfähigkeit in Datenverarbeitungsvorgängen nach Art. 8 Abs. 1 DSGVO

festzusetzen.²⁷ Natürlich bergen diese geteilten Zuständigkeiten Raum für Konflikte. Mit zunehmendem Reifegrad des Kindes dürfen die Eltern ihre Vertretungsbefugnis nicht mehr gegen dessen Willen ausüben.²⁸

IV. Dimension Arbeitsschutz

Dass die Gestaltung eines Kanals auf *social media* nicht nur Freizeitbeschäftigung und digitales Erinnerungs-Album sein kann, sondern eben auch ein Job, ist durchaus bekannt. Mit dem Ausbau der Reichweite des eigenen Medien-Portfolios wird es lohnenswert, veröffentlichte Beiträge zu monetarisieren. Spätestens in der Kooperation mit Unternehmen und dem Auftreten als junge Markenbotschafter (zum Beispiel zur Werbung für Spielzeughersteller) beginnt die professionelle Domäne der Kinder- und Jugend-Influencer. Die jungen und jüngsten Vertreter*innen im Bereich *content creation* sind dabei kein Randphänomen, sondern lassen sich auch innerhalb der Spitze der erfolgreichsten *social media*-Unternehmer*innen finden. Als international bestverdienender *YouTuber* wurde 2020 der neunjährige Ryan Kaji angeführt.²⁹

Es ist keine Neuheit, dass Minderjährige im Rahmen von Werbe- und Modelverträgen auftreten und dabei von ihren Eltern gemanagt werden, hieraus kann sich denn auch an sich keine Bestürzung ergeben. Im noch verhältnismäßig unstrukturierten Feld des Influencer-Marketings ergeben sich aber Sorgen darüber, dass Arbeit oder gar Ausbeutung angesichts von vordergründigem Spiel und Familien-Spaß viel häufiger unter dem Radar bleiben. Zudem benötigen Interessierte zunächst nur einen Account bei YouTube und Co., um sich an ihrer Karriere in den sozialen Medien zu versuchen (die regelmäßig auch ganz unplanmäßig durch Anfragen von außen beginnt). Wirkliche Übersicht im Feld der mittleren und Micro-Influencer ist kaum möglich. Und: Mögliche Interessenskonflikte spitzen sich zu, wo Eltern neben Fürsorge- und Aufsichtspersonen die Position des Arbeitgebers oder auch *social media*-Managers einnehmen. Wo auch der Familienunterhalt auf der Mitarbeit von Kindern und Jugendlichen bei der Vermarktung der online-Präsenzen beruht, liegen zusätzliche Interessenskonflikte nahe.

Regeln für den Medien-Einsatz von Kindern und Jugendlichen

Die Beschäftigung von Kindern und Jugendlichen unterliegt in Deutschland bereits engen rechtlichen Vorgaben zum Schutz vor Tätigkeiten, die sie nach Art und Ausmaß gefährden können. Durch das Jugendarbeitsschutzgesetz (JArbSchG) sol-

len Kinder und Jugendliche vor gesundheitlichen Risiken, aber auch der Ausübung von nach Alter und Reifegrad unangemessenen Arbeiten geschützt werden.³⁰ Für Kinder unter 14 Jahren iSd. § 2 Abs. 1 JArbSchG gilt nach § 5 JArbSchG ein Beschäftigungsverbot. Lediglich in leichte, kindgerechte Beschäftigungen, die in der Regel zwei Stunden am Tag nicht überschreiten dürfen, können die Eltern gem. Abs. 3 bereits ab einem Alter von 13 Jahren einwilligen.

Für die Beschäftigungen von Kindern in den Medien, die regelmäßig weniger körperlich anspruchsvoll oder gefährlich ausfallen, gelten gelockerte Maßstäbe. Bereits ab einem Alter des Kindes von drei Jahren kann gem. § 6 Abs. 1 JArbSchG eine behördliche Bewilligung für Tätigkeiten als Kinderdarsteller bei Musikaufführungen, Werbeveranstaltungen, sowie Rundfunk-, Film- und Fotoaufnahmen, sowie ab sechs Jahren bei längeren Theatervorstellungen beantragt werden. Trotz der geltenden Ausnahmen sind die Schutzanforderungen für den Einsatz von Kinderdarstellern hierzulande streng. Bei konsequenter Anwendung des JArbSchG sind darstellerische Tätigkeiten nicht nur zeitlich gedeckelt. Zusätzlich zur Einwilligung der Eltern ist die Bewilligung der für Arbeitsschutz bzw. Gewerbeaufsicht zuständigen Behörden einzuholen. Im Rahmen des Antrags werden sowohl gesundheitliche Bedenken als auch Beeinträchtigungen des schulischen Fortkommens geprüft und Informationen zur inhaltlichen Ausrichtung der Medienveranstaltungen eingeholt.

Beklagt wird die unzureichende Durchsetzung der Regeln zum Arbeitsschutz im Bereich der *social media*-Tätigkeit von Kindern und Jugendlichen. Diese würde zu häufig noch als reine Freizeitbeschäftigung gesehen.³¹ Das JArbSchG hat bislang wiederum vor allem auf die genannten körperlich anspruchsvollen und gefährlichen Tätigkeiten Anwendung gefunden.³² Andere Formen von Belastung, die durchaus im Rahmen der geschützten seelisch-geistigen Entwicklung relevant und zeitintensiv betrieben werden (vgl. § 28 Abs. 1 JArbSchG), standen kaum im Fokus. Trotz der Parallelen zur Beschäftigung von Minderjährigen bei anderen Medienveranstaltungen gibt es entsprechend weniger klare Anwendungsstrukturen und -maßstäbe.

V. Ausblick

Stellen sich Fragen um die Wahrung kindlicher Persönlichkeitsrechte im Internet schon seit dem Aufkommen von sozialen Netzwerken, interaktiven Foren und anderen Angeboten des *social webs*, so ist angesichts der Verbreitung des Phänomens Familienblogs und Kinder- und Jugend-Influencern die internationale Diskussion

zusätzlich in Bewegung geraten. Das Teilen von und Werben mit Aufnahmen von Kindern und Jugendlichen haben erst recht in der Online-Welt einen derzeit festen Platz als soziale und kommerzielle Praktiken und rufen die Notwendigkeit der Wahrnehmung geteilter Verantwortlichkeiten für die persönlichkeitsrechtlichen Implikationen hervor.

Bereits seit einiger Zeit bestehen Forderungen nach strengeren Reglementierungen der Veröffentlichung von Kinder-Aufnahmen und der Tätigkeit als Kinder-Influencer.³³ In Frankreich wurde im Oktober 2020 ein Gesetz für besonders intensiv tätige Kinder-Influencer verabschiedet. Unternehmen werden darin wie für die Buchung minderjähriger Schauspieler zum Einholen behördlicher Einwilligungen zur Buchung von Kinder-Influencern zu Werbezwecken verpflichtet. Honorare sind bis zum Alter von 16 Jahren vor dem Zugriff von Eltern und Kindern geschützt teilweise auf Treuhandkonten einzuzahlen.³⁴ Abgefangen werden hierdurch also primär finanzielle Anreize der extensiven Inszenierung von Kindern in den sozialen Medien. Ein ähnlicher Schutz ist in den USA seit 1938 durch den California Child Actor's Bill («Coogan-Act») normiert. Auch hier wird über die Anwendung auf *social media*-Stars diskutiert.³⁵ Diese gewinnt an Bedeutung, wo mit dem Influencer-Marketing tatsächlich erhebliche Summen erzielt werden können.

Zusätzlicher Schutz vor finanzieller Ausbeutung schleift eine Spitze der möglichen Risiken ab. Diese bildet nur einen Aspekt der Problematik. Mit Blick auf Deutschland leidet der Schutz der Entwicklung von Kindern und Jugendlichen aus persönlichkeits- bzw. arbeitsschutzrechtlicher Perspektive an sich trotzdem weniger unter einer unzureichenden Regelungsdichte bzw. -strenge.

Zu wiederholen ist vielmehr, zusätzlich zum Bedarf effektiverer arbeitsschutzrechtlicher Strukturen für den Bereich, die weiterhin notwendige Sensibilisierung des erwachsenen Umfelds für den Umgang mit persönlichen Inhalten. Hier geht es nicht nur darum, den Willen von Kindern zu respektieren, die zeigen, dass sie mit ihrer Medienpräsenz und damit verbundenen Tätigkeiten nicht einverstanden sind. Auch in den Fällen, in denen Kinder ihre *social media*-Kanäle mit großem Spaß selbst vorantreiben und vielleicht sogar von einer Karriere als Influencer*innen träumen, ist die Unterstützung der Eltern beim verantwortungsvollen Medienhandeln gefragt. Handeln im Sinne des Kindeswohls kann für sie dann auch bedeuten, den Enthusiasmus manchmal zu bremsen, um zu verhindern, dass sich Kinder im Netz unbewusst Risiken aussetzen. Um trotzdem nicht die Möglichkeit abzuschneiden, am

medialen Umfeld und seinen Potentialen zum Lernen und zur Selbsterfahrung teilzuhaben, bietet beispielsweise das insbesondere auf Kinder zugeschnittene Portal Juki³⁶ eine alternative Möglichkeit, in altersgerechtem Rahmen beim Erstellen eigener Inhalte kreativ zu werden. Weitere Hilfestellungen für Eltern geben darüber hinaus die Handlungsempfehlungen der Arbeitsgruppe »Kinder-Influencing«.³⁷

1 Vgl. *Rosenstock* in *Dreyer / Lampert / Meergans / Rosenstock / Yilmaz*, Zwischen Spielzeug Kamera und YouTube, S. 21, der hier beispielhaft die Karrieren von Britney Spears und Macaulay Culkin ins Gedächtnis ruft.

2 BVerfG NJW 1991, 1471 – Josefine Mutzenbacher.

3 Maunz / Dürig / Di Fabio, GG, Art. 2 Abs. 1 Rn. 131; *Martini*, JA 2009, 839.

4 Oder auch »Schutz des Zustandes«, so BGHZ 13, 334 ff. – Leserbrief; BGHZ 26, 349 ff. – Herrenreiter.

5 Maunz / Dürig / Di Fabio, GG, Art. 2 Abs. 1 Rn. 131.

6 BVerfG NJW 1989, 891 – Anfechtung der Ehelichkeit durch volljähriges Kind; *Martini*, JA 2009, 839, 840

7 Maunz / Dürig / Di Fabio, GG, Art. 2 Abs. 1 Rn. 132.

8 *Martini*, JA 2009, 839, 840.

9 YouTube: *Glaser / Herzog / Özkilic*, Jugendschutz im Internet. Jahresbericht 2018, S. 20 f.; Instagram: *Glaser*, Jugendschutz im Internet. Jahresbericht 2019, S. 22 f.

10 YouTube: *Glaser / Herzog / Özkilic*, Jugendschutz im Internet. Jahresbericht 2018, S. 20; *Glaser*, Jugendschutz im Internet. Jahresbericht 2019, S. 22.

11 *Hajok / Wüstefeld*, Momblogs auf Instagram. Gepostete Kinderfotos und darauf bezogene Kommentare, S. 2.

12 Ebenda, S. 5.

13 *Hajok / Wüstefeld*, Momblogs auf Instagram. Gepostete Kinderfotos und darauf bezogene Kommentare, S. 4.

14 *Dreyer / Lampert / Meergans / Rosenstock / Yilmaz*, Zwischen Spielzeug, Kamera und YouTube, S. 12.

15 So als Anknüpfungspunkt für parasoziale Interaktionen und Beziehungen, vgl. *Rihl / Wegener*, YouTube celebrities and parasocial interaction: Using feed-back channels in mediatized relationships. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 2017, 1.

16 *Dreyer / Lampert / Meergans / Rosenstock / Yilmaz*, Zwischen Spielzeug, Kamera und YouTube, S. 16; *Frühbrodt / Floren*, Unboxing YouTube, S. 39.

17 Vgl. *Frühbrodt / Floren*, Unboxing YouTube, S. 45 f.

18 *Glaser*, Jugendschutz im Internet. Jahresbericht 2019, S. 22.

19 So liegt das Mindestalter nach den Nutzungsbedingungen von Instagram bei 13 Jahren, das Erstellen eines YouTube-Kanals ist über das notwendige Google-Konto ab 16 Jahren möglich. YouTube setzt jedoch darüber hinaus fest, dass der Dienst grundsätzlich erst ab 18 Jahren ohne Zustimmung der Eltern genutzt werden darf. Ausgenommen ist die YouTube Kids-Version.

20 Zur Einwilligung in Beeinträchtigungen des Allgemeinen Persönlichkeitsrechts Maunz / Dürig / Di Fabio, GG, Art. 2 Abs. 1, Rn. 228 f.

21 EGMR, GRUR 2004, 1051 – Veröffentlichung von Fotoaufnahmen aus dem Privatleben Prominenter; BVerfGE 101, 361 – Caroline-von-Monaco II; BGH GRUR 2005, 74 – Charlotte Casiraghi II.

22 Entsprechend zweifelnd *Dreyer / Lampert / Meergans / Rosenstock / Yilmaz*, Zwischen Spielzeug, Kamera und YouTube, S. 20.

23 *Hasebrink / Lampert / Thiel*, Online-Erfahrungen von 9- bis 17-Jährigen, S. 30; ähnlich *Kutscher / Bouillon*, Kinder. Bilder. Rechte, S. 8, 10.

24 Dreier / Schulze / Specht, UrhG, § 22 KUG, Rn. 25; Engels, BeckOK UrhR, § 22 KUG, Rn. 41.

25 Vgl. *Lischewski*, DÖV 2020, 102, 104 f.

26 BGH GRUR 2005, 74 – Charlotte Casiraghi; offen lassend BGH GRUR 1975, 561 – Nacktaufnahmen.

27 Dreier / Schulze / Specht, UrhG, § 22 KUG, Rn. 24.

28 BeckOK UrhR / Engels, § 22 KUG, Rn. 42.

29 FLIMMO, Programmberatung für Eltern e.V.

30 *Weyand*, JArbSchG, Einleitung Rn. 47.

31 *Dreyer / Lampert / Meergans / Rosenstock / Yilmaz*, Zwischen Spielzeug, Kamera und YouTube, S. 16.

32 *Weyand*, JArbSchG, Einleitung Rn. 49.

33 *Frühbrodt / Floren*, Unboxing YouTube, S. 40; *Glaser / Herzog / Özkilic*, Jugendschutz im Internet. Jahresbericht 2018, S. 21.

34 Gesetzestext abrufbar in französischer Sprache unter https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/15/textes/l15t0485_texte-adoptee-seance.pdf.

35 Vgl. *O'Neill*, Influencing the Future: Compensating Children in the Age of Social-Media Influencer Marketing.

36 Aufzurufen unter <https://www.kindersache.de>

37 Arbeitsgruppe »Kinder-Influencing«, Handlungsempfehlungen »Kinder-Influencing«.

Literatur

Arbeitsgruppe »Kinder-Influencing«: Handlungsempfehlungen »Kinder-Influencing«. 1. Auflage Dezember 2020. Abrufbar unter: https://www.mediasmart.de/wp-content/uploads/2020/12/Handlungsempfehlungen_Kinder-Influencing.pdf

Bundesministerium für Arbeit und Soziales: Klare Sache. Informationen zum Jugendarbeitsschutz und zur Kinderarbeitsschutzverordnung. Stand Januar 2020. Abrufbar unter: <https://www.bmas.de/SharedDocs/Downloads/DE/PDF-Publikationen/a707-klare-sache->

jugendarbeitsschutz-und-kinderarbeitsschutz-verordnung.pdf?__blob=publicationFile

Dreyer, Stephan / Lampert, Claudia / Meergans, Luise / Rosenstock, Roland / Yilmaz, Oguz: Zwischen Spielzeug, Kamera und YouTube. Wenn Kinder zu Influencern (gemacht) werden. Deutsches Kinderhilfswerk. Berlin 2019. Abrufbar unter: https://www.dkhw.de/fileadmin/Redaktion/1_Unsere_Arbeit/1_Schwerpunkte/6_Medienkompetenz/6.14_Kinder-Influencer/Dossier_KinderinfluencerInnen.pdf

FLIMMO, Programmberatung für Eltern e.V.: Mini-Influencer: Kinder als YouTube-Stars. 18.02.2021. Abrufbar unter: <https://www.internet-abc.de/eltern/familie-medien/gedahren-und-schutz-viren-mobbing-werbung/kinder-und-werbung-im-und-ueber-das-internet-worauf-sollten-eltern-achten/mini-influencer-kinder-als-youtube-stars/>

Frühbrodt, Lutz / Floren, Annette: Unboxing YouTube. Im Netzwerk der Profis und Profiteure. Projekt der Otto Brenner Stiftung. OBS-Arbeitsheft 98. Frankfurt am Main 2019

Glaser, Stefan / Herzog, Holger / Özkilic, Murat: Jugendschutz im Internet. Jahresbericht 2018. Stand Juli 2019. Abrufbar unter: <https://www.jugendschutz.net/fileadmin/download/pdf/bericht2018.pdf>

Glaser, Stefan: Jugendschutz im Internet. Jahresbericht 2019. Stand April 2020. Abrufbar unter: <https://www.jugendschutz.net/fileadmin/download/pdf/bericht2019.pdf>

Hajok, Daniel / Wüstefeld, Laura: Momblogs auf Instagram. Gepostete Kinderfotos und darauf bezogene Kommentare. AKJM. Berlin 2020. Abrufbar unter: http://www.akjm.de/akjm/wp-content/uploads/2020/10/Momblogs_Artikel_2020-10-04_AKJM.pdf

Hasebrink, Uwe / Lampert, Claudia / Thiel, Kira: Online-Erfahrungen von 9- bis 17-Jährigen. Ergebnisse der EU Kids Online-Befragung in Deutschland 2019. 2. Auflage. Hamburg 2019. Abrufbar unter: https://www.hans-bredow-institut.de/uploads/media/default/cms/media/9rqoihm_EUKO_DE_191209.pdf

Jugendschutz.net: Kinder als Youtube-Stars. Report Mai 2019. Abrufbar unter: https://www.jugendschutz.net/fileadmin/download/pdf/Report_Kinder_als_Youtube_Stars.pdf

Kutscher, Nadia / Bouillon, Ramona: Kinder. Bilder. Rechte. Persönlichkeitsrechte von Kindern im Kontext der digitalen Mediennutzung in der Familie. Deutsches Kinderhilfswerk. Berlin 2018. Abrufbar unter: <https://docplayer.org/storage/92/107900584/1604844221/b1f4vqmKvIHL-DY3BPp85g/107900584.pdf>

Lischewski, Isabel: Kinderrechte im Grundgesetz. DÖV 2020, S. 102-109

Martini, Mario: Das allgemeine Persönlichkeitsrecht im Spiegel der jüngeren Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts. JA 2009, S. 839-845

Meergans, Luise: Spielst du noch oder arbeitest du schon? Ein kinderrechtlicher Beitrag zur Debatte um Kinderinfluencerinnen und -influencer. tv diskurs 2/2019, S. 84-87

O'Neill, Erin: Influencing the Future: Compensating Children in the Age of Social-Media Influencer Marketing. Stanford Law Review Online 2019. Abrufbar unter: <https://review.law.stanford.edu/wp-content/uploads/sites/3/2019/12/72-Stan.-L.-Rev.-Online-O'Neill.pdf> ◆

Theorie und Praxis

Das reformierte Jugendschutzgesetz lässt viel zu viele Fragen offen

Tilmann P. Gangloff

Reformen finden nur selten ungeteilten Beifall; den einen gehen sie zu weit, den anderen nicht weit genug. Das gilt auch für die von Bundesfamilienministerin Franziska Giffey (SPD) initiierte Novellierung des Jugendschutzgesetzes (JuSchG), die zum 1. Mai in Kraft treten wird. Es gibt eine ganze Reihe von Kritikpunkten, die mehr als bloß das übliche Kompetenzgerangel sind. Medienpolitiker sehen den größten Klärungsbedarf bei der zukünftigen Rolle der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (BPjM). Bislang sorgt die Bonner Einrichtung dafür, dass indizierte Bücher, Zeitschriften oder Filme nur noch für Erwachsene zugänglich sind. Sie soll nun zu einer Bundeszentrale für Kinder- und Jugendmedienschutz ausgebaut werden und die Einhaltung des neuen gesetzlichen Rahmens überwachen. Die Länder monieren, dass es zu Kompetenzüberschneidungen mit der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) kommen werde. Rundfunk und Kultur sind Ländersache, die KJM ist eine gemeinsame Einrichtung der Landesmedienanstalten, die wiederum schon vor Inkrafttreten des Gesetzes verfassungsrechtliche Bedenken vorgetragen haben. In der FDP wird befürchtet, dass die bewährten Strukturen in Zukunft schlechter funktionieren würden; man könne ohnehin nicht nachvollziehen, warum Giffey mit einer zusätzlichen Bundesbehörde »in die gut funktionierende Selbstkontrolle auf Landesebene eingreifen« wolle, hieß es in einem Redebeitrag während der entsprechenden Debatte im Bundestag. Aus Sicht der Ministerin bleiben die Zuständigkeiten dagegen nach wie vor klar geregelt: Der Bund macht strukturelle Vorgaben, die Länder übernehmen die inhaltsbezogene Aufsicht. Eine konkrete Regelung enthält das reformierte Gesetz allerdings nicht.

Einheitliche Alterskennzeichnungen

Theorie und Praxis klaffen auch in einem weiteren Punkt auseinander: Das novellierte JuSchG sieht eine Vereinheitlichung der Alterskennzeichnungen für Filme, Serien und Spiele auf allen Ebenen vor.

Menschen, die nicht beruflich mit Jugendmedienschutz zu tun haben, war sowieso schwer begreiflich zu machen, warum der Gesetzgeber zwischen Trägermedien und Telemedien differenziert. In Zukunft ist es egal, ob ein audiovisuelles Produkt physisch (also etwa als DVD) oder digital (zum Beispiel über Fernsehen oder Internet) verbreitet wird: Die Alterseinstufung soll immer die gleiche sein. Die Freigabe, begründet Giffey diesen Teil der Reform, solle vom Inhalt abhängen, aber nicht davon, wo ein Film oder ein Spiel gekauft würden. Das klingt erst mal vernünftig. Claudia Mikat, Geschäftsführerin der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF), kritisiert jedoch, »dass für unsere Mitglieder nun zwei Gesetze gelten – für den Onlinebereich und für den klassischen Rundfunk – und diese beiden Regelwerke nicht hinreichend aufeinander abgestimmt sind.

Der Autor ist Medienfachjournalist sowie Fernseh- und Filmkritiker für Fachzeitschriften und Tageszeitungen.

De facto gibt es also den einheitlichen Medienbegriff nicht, wie im JuSchG behauptet wird.« Außerdem gebe es nach wie vor keine echte wechselseitige Durchwirkung von Entscheidungen nach dem JuSchG und dem Jugendmedienschutz-Staatsvertrag: Ein Prüfergebnis der unter anderem für die Kinofilme zuständigen Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK) gelte automatisch auch für den Rundfunkbereich, ein Prüfergebnis der FSF gelte jedoch erst nach Bestätigung durch die KJM auch für die Auswertung auf DVD. Wenig Verständnis hat Mikat zudem für die von den Privatsendern seit Jahren kritisierte Sonderregelung für ARD und ZDF: Überall müssten Filme mit Alterskennzeichen versehen werden, bloß für die öffentlich-rechtlichen Mediatheken gebe es eine Ausnahme: »Mit Jugendschutzargumenten lässt sich das nicht begründen, schließlich ist das Wirkungsrisiko eines Films auf der einen Plattform so hoch wie auf der anderen.« Zudem würden Koproduktionen von Streamingdiensten, privaten und öffentlich-rechtlichen Anbietern immer mehr zur Regel. In Zukunft müsse also eine Serie wie beispielsweise »Babylon Berlin«, gemeinsam von der ARD und Sky produziert, auf Sky-Q mit Alterskennzeichen und Piktogrammen ge-