

Unterrichtung

Hannover, den 04.03.2026

Die Präsidentin des Niedersächsischen Landtages
- Landtagsverwaltung -

Schutz für Kinder in den sozialen Medien stärken - Gefahren des Influencer-Marketings entschlossen begegnen

Antrag der Fraktion der SPD und der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen - Drs. 19/6282

Beschlussempfehlung des Ausschusses für Soziales, Arbeit, Gesundheit und Gleichstellung - Drs. 19/9852

Der Landtag hat in seiner 87. Sitzung am 04.03.2026 folgenden Beschluss gefasst:

Schutz für Kinder in den sozialen Medien stärken - Gefahren des Influencer-Marketings entschlossen begegnen

Soziale Medien sind aus dem Alltag der meisten Menschen nicht mehr wegzudenken. Auch in Familien spielen diese eine immer größere Rolle. Millionen Menschen posten Bilder und Videos in sozialen Netzwerken, in denen auch ihre Kinder zu sehen sind (so genanntes Sharenting). Freude und Stolz über die eigenen Kinder wollen mit Verwandtschaft und Freund*innen geteilt werden. Über mögliche Risiken und Gefahren des Teilens von Bildern und Videos von Kindern wird dagegen oftmals heftig gestritten. Unstrittig ist: Eltern wollen ihre Kinder schützen, sind sich aber möglicher Folgen und Gefahren in sozialen Netzwerken nicht immer bewusst.

Neben diesem privaten Gebrauch sozialer Medien zum Teilen des Familienlebens existiert auch ein großer kommerzieller Markt. Familieninfluencer*innen teilen ihren Familienalltag mit ihren Follower*innen, geben Einblicke und Tipps - und vermarkten Produkte. Influencer-Marketing ist ein weltweites Geschäft, hinter dem tausende Unternehmen stehen, die ihre Produkte vermarkten, und tausende Agenturen, die Werbekunden vermitteln sowie Influencer*innen vertreten und beraten. Die Kinder der Familieninfluencer*innen spielen dabei eine wesentliche Rolle: Ohne sie funktioniert das Geschäftsmodell nicht. Terre des hommes hat in seinem Kinderarbeitsreport 2024 die Arbeit von Familieninfluencer*innen untersucht und dabei hohe Risiken für Kinder, die an der Content-Erstellung von Familieninfluencer*innen beteiligt sind, aufgezeigt. Nach Einschätzung der Organisation können Kinder hier massiven Risiken ausgesetzt sein: Schädigung ihrer Entwicklung, Risiko einer Bindungs- und Beziehungsstörung, Gefährdung ihrer Sicherheit, Verletzung ihrer Privat- und Intimsphäre. Ein Dossier des deutschen Kinderhilfswerks zeigte zudem bereits 2019 ähnliche Gefahren und Risiken von Kinderinfluencer*innen auf.

Die Berichte, aber auch die immer größere Verbreitung und kommerzielle Bedeutung von Influencing in sozialen Medien zeigt Handlungsbedarf zum Schutz von Kindern im Netz sowie Regelungsbedarf zum Schutz vor wirtschaftlicher Ausbeutung von Kindern im Sinne der UN-Kinderrechtskonvention auf.

Vor diesem Hintergrund bittet der Landtag die Landesregierung,

1. sich auf Bundesebene dafür einzusetzen, dass
 - a) Arbeitsfelder wie Influencing explizit in § 6 Abs. 1 Jugendarbeitsschutzgesetz aufgenommen werden und in diesem Zuge auch geprüft wird, inwiefern die Aufnahme einer notwendigen pädagogischen Begleitung in § 6 Abs. 3 JArbSchG sinnvoll ist;

- b) Unternehmen, Vereine und Agenturen bei Kooperationen mit Influencer*innen (gesetzlich) verpflichtet werden, entsprechende Ausnahmegenehmigungen im Sinne des Jugendarbeitsschutzgesetzes einzuholen, sofern Kinder bei der Erstellung des Werbeinhalts beteiligt sind. Ausnahmen für unter 3-jährige sollen dabei weiterhin ausgeschlossen bleiben;
 - c) rechtliche Regelungen getroffen werden, damit Eltern, analog zur Regelung in Frankreich, eine behördliche Erlaubnis für die Tätigkeit als Familieninfluencer*in einholen sowie einen Teil der Einnahmen auf ein Konto für das Kind hinterlegen müssen;
 - d) rechtliche Regelungen getroffen werden, die sicherstellen, dass keine Beiträge von kommerziell arbeitenden Familieninfluencer*innen zugelassen werden, welche die Privatsphäre von Kindern und Jugendlichen verletzen oder ihre persönliche Sicherheit gefährden;
2. in Abstimmung mit den zuständigen Gewerbeaufsichtsämtern und den kommunalen Jugendämtern Strategien zu entwickeln, wie die Einhaltung der bestehenden Regelungen des Jugendarbeitsschutzgesetzes im Bereich Influencer Marketing kontrolliert werden können;
 3. dabei zu prüfen, inwiefern durch eine bundeslandübergreifende Kooperation Ressourcen und spezifische Kenntnisse gebündelt werden können, um eine effektive Durchsetzung der Rechtslage zu ermöglichen;
 4. eine Aufklärungskampagne insbesondere in den sozialen Medien zu initiieren, um über die Rechte von Kindern und Jugendlichen im Sinne des Jugendarbeitsschutzgesetzes aufzuklären und innerhalb einer solchen Kampagne außerdem über die Gefahren der Verbreitung von auch harmlosen Bildern aus Sozialen Netzwerken auf pädokriminellen Plattformen aufzuklären.