

**Luise Meergans**

**Ryan ist auf YouTube. Ryans Kanal heißt *Ryan ToysReview*. Dort testet und bewertet Ryan Spielzeug. Ryan hat über 18 Mio. Abonnentinnen und Abonnenten. Seine Videos werden in der Regel von mehreren hundert Millionen Menschen aufgerufen, sein erfolgreichstes Video hat 1,7 Mrd. Klicks. Laut „Forbes“ war Ryan der bestverdienende YouTuber 2018 – mit 22 Mio. Dollar Jahresverdienst.<sup>1</sup> Ryan ist 7 Jahre alt.**

**Ein paar tausend Kilometer über den Ozean, in Deutschland, lebt Miley. Miley gehört mit ihrem Kanal *Mileys Welt* laut der Kommunikationsagentur Faktenkontor zu den Top 5 der einflussreichsten YouTuberinnen und YouTuber in Deutschland.<sup>2</sup> Miley hat knapp 700.000 Abonnentinnen und Abonnenten, ihr erfolgreichstes Video hat 33 Mio. Aufrufe. Miley ist 9 Jahre alt.**

# Spielst du noch oder arbeitest du schon?

## Ein kinderrechtlicher Beitrag zur Debatte um Kinderinfluencerinnen und -influencer

### Wenn Spielen zum Geschäft wird

Ryan und Miley sind Kinderinfluencer. Und sie sind nicht die Einzigen. Seit einigen Jahren steigt die Anzahl der Kanäle in den sozialen Netzwerken deutlich, in denen Kinder die Hauptrolle spielen. Nicht selten erreichen diese Kanäle so hohe Klickzahlen, dass sie für die Werbeindustrie interessant werden – so ist in den vergangenen Jahren auch in Deutschland aus anfänglichen Spielereien von Familien vor der Kamera ein eigener Wirtschaftszweig geworden: mit vermittelnden Agenturen, zahlreichen werbetreibenden Kanälen und teils eigenen Produkten.

Die Zusammenarbeit mit Influencerinnen und Influencern ist für viele Unternehmen höchst attraktiv und damit beinahe obligatorisch: Sehr hohe Reichweiten von Kanälen der sozialen Netzwerke paaren sich mit Authentizität und direkter Ansprache (potenzieller) Kunden. Dabei macht der Peer-to-Peer-Werbeansatz auch vor Kindern nicht halt.

Der wachsende Erfolg, und damit die immer größer werdende Öffentlichkeit für die Kanäle der jungen Protagonistinnen und Protagonisten, hat

inzwischen auch das Interesse von Kinderrechtlern auf den Plan gerufen. Die dabei entstandene öffentliche Debatte um das Thema „Kinderinfluencer“ dreht sich um die Themen „Kinderrechte“ und „Kinderschutz“, um Dimensionen von Persönlichkeitsrechtsverletzungen und Privatsphäre und um die Frage: Wo eigentlich hört der Spaß auf und fängt die Kinderarbeit an?

### Kinder haben Rechte – auch im digitalen Raum

Die UN-Kinderrechtskonvention feiert in diesem Jahr ihr 30-jähriges Jubiläum. Und auch, wenn 1989, zur Entstehung der Konvention, weder YouTube noch Miley geboren waren, ist zu konstatieren: Kinderrechte gelten auch im Internet, sie gelten auch auf YouTube, und sie sind ausgesprochen hilfreich bei dem Versuch, einen angemessenen Umgang mit dem beschriebenen Phänomen zu finden.

Kinder sind besonders schutzbedürftig. Dies betrifft auch ihre Persönlichkeitsrechte: „Kein Kind darf willkürlichen oder rechtswidrigen Eingriffen in sein Privatleben, seine Familie, seine Wohnung

oder seinen Schriftverkehr oder rechtswidrigen Beeinträchtigungen seiner Ehre und seines Rufes ausgesetzt werden“, heißt es in Art. 16, Abs. 1 der UN-Kinderrechtskonvention.

Kinder, die Hauptrollen in YouTube-Videos spielen, sind einer großen Öffentlichkeit ausgesetzt. Bei den erfolgreichsten deutschsprachigen Kinder-YouTube-Stars sind Klickzahlen in zweistelliger Millionenhöhe pro Video eher die Regel als die Ausnahme. Es sind somit Menschen in zweistelliger Millionenzahl, die die jungen YouTube-Stars in ihrem Alltag begleiten – sie sehen, wie die Kinder frühstücken, spielen, ihre Geschenke unter dem Weihnachtsbaum auspacken. Sie sehen, wie Geburtstage gefeiert, Zähne geputzt werden. Es sind aber auch Menschen in zweistelliger Millionenzahl, die sehen, wie die Kinder aufwachen, die sie bei der „Morgen-“ oder „Abendroutine“ begleiten, sie sind dabei, wenn sie baden, sich waschen oder schwimmen gehen, sie sehen, wie sie weinen, wie sie lachen. Sie sind auch dabei, wenn die Kinder krank sind, zum Arzt müssen oder sogar, wenn sie im Krankenhaus liegen.

Ohne Zweifel lässt sich quer durch verschiedenste Kanäle der Kinder-YouTube-Stars von gravierenden Eingriffen in ihre Privat- bis hin zur Intimsphäre sprechen.

Aber wer übernimmt hier die Verantwortung?

### **Eltern müssen ihre Kinder schützen – auch im Internet**

Laut Art. 6 Grundgesetz ist die Erziehung eines Kindes Aufgabe seiner Eltern. Auch die UN-Kinderrechtskonvention hält in Art. 5 die „Respektierung des Elternrechts“ fest. Es sind somit auch die Eltern, die für den Schutz und die Wahrung von Persönlichkeitsrechten, von Privat- und Intimsphäre zuvorderst verantwortlich sind. Schaut man sich in den Kanälen der jungen YouTube-Stars um, braucht man allerdings nicht lange, um in diesem Kontext auf ein Dilemma zu stoßen: Die Eltern sind beteiligt. Sie sind es in der Regel, die den YouTube-Kanal betreiben, selbst vor der Kamera mitagieren, hinter der Kamera stehen und an vielen Stellen als treibende Kraft identifiziert werden können.

Über Motive lässt sich hier teils nur mutmaßen, teils aber geben unterschiedliche Presseberichte auch Einblicke in den Alltag von Influencer-Familien. So besuchte das ARD-Magazin *ttt – titel, thesen, temperamente* eine Familie in Österreich, bei

## **»Ohne Zweifel lässt sich quer durch verschiedenste Kanäle der Kinder-YouTube-Stars von gravierenden Eingriffen in ihre Privat- bis hin zur Intimsphäre sprechen.«**

denen der YouTube-Kanal der Töchter anfangs wohl der Versuch eines gemeinsamen Familienprojekts war. Heute hat der Kanal rund 70.000 Abonnentinnen und Abonnenten und die große Tochter bekommt Sprechunterricht. Die Geschichte von Mileys Kanal ist ähnlich: Es war der Vater, der kleine Videos produzierte, Miley wurde neugierig, und irgendwann war sie mit vor der Kamera.<sup>3</sup> Es ist aber auch die Familie von Miley, die sich inzwischen vollkommen durch die Arbeit an ihren Kanälen finanziert. Beide Eltern haben ihren Job aufgegeben, konnten Schulden abbezahlen und sparen für die Ausbildung der Kinder.<sup>4</sup> Es sind Werbeschaltungen in YouTube-Videos, Product-Placement oder Affiliate-Links und Sponsoringverträge, die eine ganze Familie ernähren.

### **Samstag ist Drehtag**

Die Existenz einer ganzen Familie lastet auf den Schultern einer 9-Jährigen. Manch Erwachsener mag an einer solchen Verantwortung zerbrechen: Alleinverdienerin bzw. Alleinverdiener der Familie zu sein. Und während andere Kinder mit Freunden spielen, ohne auf die Beleuchtungssituation der Szenerie achten zu müssen, heißt es woanders: „Samstag ist Drehtag.“ So spricht die 11-jährige Tochter der Familie, die *ttt* besuchte und die bedauert, in dem Fall oft ihren Freundinnen absagen zu müssen.<sup>5</sup>

Es ist eine schwere Last, die auf den Schultern der jungen Stars liegt. Ist man erst einmal drin im Geschäft, muss Content produziert werden, die Fans wollen immer neue Videos sehen. Wenn dann noch die Existenz einer ganzen Familie an dem Willen des Kindes zum Videodreh hängt, ist die Situation kinderrechtlich mit Nachdruck als inakzeptabel zu bezeichnen.

Kinder haben laut UN-Kinderrechtskonvention ein Recht auf Freizeit und sie haben ein Recht auf Beteiligung, auf Anhörung und Berücksichtigung ihrer Meinung. Beteiligung würde hier bedeuten: Gedreht wird nur freiwillig. Nur das, was das Kind gedreht haben möchte, nur so, wie es das möchte, nur dann, wenn es das möchte. Beteiligung aber bedeutet nicht immer, dass der Spaß und die Lust an vorderster Stelle stehen. Insbesondere dann, wenn das Kind aus Mangel an Einsichtsfähigkeit die Lage möglicher Konsequenzen eines Videodrehs und anschließender Veröffentlichung nicht umfänglich einschätzen kann, muss das Beteiligungsrecht hinter Schutzrechten zurücktreten. Spätestens an dieser Stelle ist das Kind auf die Verantwortungsübernahme der Eltern angewiesen.

Schwierig wird dies jedoch, wenn wir von der Abhängigkeit eines Kindes von seinen Eltern ausgehen, der Medien- und Religionspädagoge Roland Rosenstock spricht hier von einem „emotionalen Missbrauch“: Vor dem Hintergrund der völligen Abhängigkeit von seinen Eltern fügt sich das Kind, hat Angst, zu enttäuschen, spielt mit, dreht das nächste Video.<sup>6</sup>

### **Aber YouTube ist doch keine Arbeit!**

„Betreiben wir Kinderarbeit?“, leitet Mileys Mutter ein Video auf dem Kanal *Mileys Welt* im September letzten Jahres ein. Ihr Mann antwortet: „Ja, tun wir, meine Lieben.“ Und er fügt hinzu: „Kinderarbeit ist in Deutschland nämlich erlaubt.“<sup>7</sup>

Robert Henle hat damit unrecht. Für Kinderarbeit gibt es in Deutschland eine klare gesetzliche Regelung, diese lautet zuallererst: Kinderarbeit ist grundsätzlich verboten. Die Regelung ist im Jugendarbeitsschutzgesetz festgeschrieben. Worauf Henle jedoch mutmaßlich abzielt, sind „behördliche Ausnahmefälle“, die eben jenes Gesetz vorsieht. So gibt es Regelungen für Kinder, die z. B. bei Theater- oder Musikaufführungen, aber auch bei Hörfunk und Fernsehen im Rahmen von z. B. Ton- oder Filmaufnahmen agieren.<sup>8</sup> Klar geregelt ist dort der Umfang der Arbeitstätigkeit sowie das Verfahren: Gewerbeaufsichtsamt und Jugendamt sind hier beteiligt, in der Regel unter Hinzunahme von ärztlichen und schulischen Gutachten.

Und bei den jungen YouTube-Stars? YouTube-Filme sind doch keine Arbeit, sagen die Verteidiger, die Eltern, vielleicht auch die Kinder selbst. Es mache doch Spaß, die Kinder spielen doch nur, die

Kamera läuft einfach mit, das merken die gar nicht, die wollen das doch auch so gerne. Wenn dabei ein bisschen Geld verdient wird – umso besser!

Das Deutsche Kinderhilfswerk, das sich seit über einem Jahr intensiv mit dem Phänomen der Kinderinfluencerinnen und -influencer befasst, definiert Kinderarbeit als wirtschaftliche Tätigkeit von Kindern. Es geht um Prozesse, in denen Geld fließt, aber auch um solche, die einen wirtschaftlichen Zweck verfolgen. In dem Moment also, wo die Kanalbetreiber der Kinder- und Familienkanäle Geld für ihre Videos erhalten – von YouTube selbst in Form von Werbeeinnahmen oder von anderen Firmen für Werbemaßnahmen – und Kinder an dem Video beteiligt waren, ist von Kinderarbeit zu sprechen.

So klar jedoch, wie in Deutschland die rechtliche Lage im Bereich der Kinderarbeit geregelt ist, so klar haben wir insbesondere dann, wenn Kinder eben nicht bei einem TV-Sender, sondern bei einem YouTube-Kanal arbeiten, ein deutliches Umsetzungsdefizit in Bezug auf die bestehenden Regelungen. Es gibt erste Kanäle – hierzu zählt auch der von Miley –, die vom Gewerbeaufsichtsamt allem Anschein nach kontrolliert werden: So berichten die Eltern von Auflagen seitens des Jugendamtes, wie viele Drehtage erlaubt sind, welche Darstellungen der Tochter nicht veröffentlicht werden dürfen.<sup>9</sup> Ein Blick in andere Kanäle und ihre Darstellungen der Kinder lässt jedoch bereits erahnen, wie die Situation ganz allgemein in der Szene der Kinder- und Familienkanäle aussieht, ein Gespräch des SWR mit einem Vertreter eines Gewerbeaufsichtsamtes bestätigt dies: YouTube und seine Kanäle sind nicht als Orte von (potenzieller) Kinderarbeit bei den zuständigen Aufsichtsbehörden auf dem Radar.<sup>10</sup> Das ist fatal und keinesfalls im Sinne der Kinder, ihrer Rechte und ihres Kindeswohls.

### **Es bleibt: die Hoffnung auf Vernunft und Reflexion – oder Rebellion**

Eltern haben ein Erziehungsrecht. Damit einher geht eine Erziehungspflicht. Eltern sind verpflichtet, ihre Kinder zu schützen. Es ist davon auszugehen, dass auch Eltern von Kinderinfluencerinnen und -influencern im Sinne ihrer Kinder handeln (wollen). Vielleicht sehen sie in den Videos eine tolle Chance für ihr Kind. Die Möglichkeit, gemeinsam viel Zeit zu verbringen, Quatsch zu machen. Es gibt ja ausreichend Zuspruch – Tausende von Kommentaren und Likes finden sich unter den

Videos. Vielleicht geht es darum, dem Kind eine tolle Kindheit und sichere Zukunft zu ermöglichen – mit all dem Geld, was die Familie mit dem Geschäft verdient.

Mit Sicherheit geht es den Eltern nicht darum, ihrem Kind zu schaden, seine Rechte zu beschneiden. Und doch: Sie tun es.

Die Frage bleibt: Warum? Eine Studie des Deutschen Kinderhilfswerkes in Kooperation mit der Universität zu Köln, bei der das mediale Verhalten von Eltern in sozialen Netzwerken untersucht wurde, kommt zu einem naheliegenden Schluss: Eltern fehlt es an Information. Es fehlt ihnen an Wissen um ein „Richtig“ und ein „Falsch“ im Kontext des medialen Handelns, insbesondere dann, wenn es um die Rechte ihrer Kinder geht. Es fehlt ihnen schlicht an Medienkompetenz.<sup>11</sup> So groß das Problem, so simpel erscheint die Lösung: Nicht nur Kinder benötigen eine zunehmende und umfassende Medienkompetenzförderung. Auch ihre Eltern. Und in dem Zuge sämtliche Erwachsene, die mit Kindern zu tun haben.

Kinderrechtlich betrachtet sind YouTube-Kanäle, in denen Kinderinfluencerinnen und -influencer die Protagonisten sind, ein ganzes Sammelbecken von Rechtsverletzungen. Vom starken Eingriff in die Privat- und Intimsphäre im Sinne von Persönlichkeitsrechtsverletzungen über Einschränkung des Rechts auf Freizeit und Erholung, ungenügende Umsetzung von Mitbestimmungsrechten bis hin zur wirtschaftlichen Ausbeutung der Kinder im Sinne des eigentlichen Verbots von Kinderarbeit in Deutschland sind vielfältigste Kinderrechte von Verletzungen betroffen. Und das trifft am Ende: die Kinder.

Abschließend steht wie so oft die Frage im Raum: In was für einer Gesellschaft wollen wir leben? Wie sollen unsere Kinder aufwachsen und wer übernimmt dafür Verantwortung? Und wie so oft kann an dieser Stelle nur dafür plädiert werden, zusammenzuarbeiten: kinderpolitische Akteurinnen und Akteure, die sich für die Belange von Kindern einsetzen, mit den Ämtern, mit den Anbietern der Medienplattformen – gemeinsam muss hier Hand in Hand genau dann für den Schutz der Kinder und ein gutes Aufwachsen in medialen Zeiten gesorgt werden, solange es Eltern (noch) nicht können.

Vielleicht kann mit einer seltsamen Mischung aus Betroffenheit, Hoffnung und Neugier darauf geschaut werden, was eigentlich passiert, wenn die jungen Influencerinnen und Influencer älter wer-

den. Nicht mehr ganz so niedlich kindlich in die Kameras strahlen, mehr und mehr versuchen, ihre Grenzen auszutesten und ihren Willen durchzusetzen, wenn sie vielleicht anfangen, zu rebellieren. Wenn es schlecht läuft, können wir das dann auf YouTube sehen.

#### Anmerkungen:

- 1 Robehmed, N./Berg, M.: *Highest-Paid YouTube Stars 2018: Markiplier, Jake Paul, PewDiePie And More*. In: Forbes, 03.12.2018. Abrufbar unter: <https://www.forbes.com/sites/natalierobehmed/2018/12/03/highest-paid-youtube-stars-2018-markiplier-jake-paul-pewdiepie-and-more/#1652c9c909ac> (letzter Zugriff: 19.03.2019)
- 2 Faktenkontor: *Dies sind Deutschlands erfolgreichste YouTuberinnen. YouTuber-Relevanzindex zeigt: Diese zehn Frauen und Mädchen rocken die Welt der Web-Videos*. Hamburg, 11.04.2018. Abrufbar unter: <https://www.presseportal.de/pm/52884/3913305> (letzter Zugriff: 19.03.2019)
- 3 Maas, M.-C.: *Mileys Geburtstagsparty: 1,7 Millionen Aufrufe. Eine Achtjährige wird zum YouTube-Star – und die ganze Familie lebt davon*. In: Die Zeit, 13/2018, 22.03.2018. Abrufbar unter: <https://www.zeit.de/2018/13/mileys-welt-youtube-star-kind-geburtstagsparty> (letzter Zugriff: 19.03.2019)
- 4 Ebd. Abrufbar unter: <https://www.zeit.de/2018/13/mileys-welt-youtube-star-kind-geburtstagsparty/seite-2> (letzter Zugriff: 19.03.2019)
- 5 Ruge, L.: *Das Ende der Kindheit, wie wir sie kannten: Kinder-Influencer als Stars in den Sozialen Medien*. In: Das Erste, 28.01.2019. Abrufbar unter: <https://www.daserste.de/information/wissen-kultur/ttt/ttt-27012019-ende-der-kindheit-100.html> (letzter Zugriff: 19.03.2019)
- 6 Schmitz, T.: *„Hoch bezahlte Form von Kinderarbeit“*. Interview mit Roland Rosenstock. In: Süddeutsche Zeitung, 07.12.2018. Abrufbar unter: <https://www.sueddeutsche.de/politik/medienpaedagogik-hoch-bezahlte-form-von-kinderarbeit-1.4243648?reduced=true> (letzter Zugriff: 19.03.2019)
- 7 Mileys Welt: *KINDERARBEIT auf YOUTUBE?? Unser Kanal wird durch den Schmutz gezogen!!* 29.09.2018. Abrufbar unter: [https://www.youtube.com/watch?v=DjUh\\_bKwgM4](https://www.youtube.com/watch?v=DjUh_bKwgM4) (letzter Zugriff: 19.03.2019)
- 8 Gesetz zum Schutze der arbeitenden Jugend, § 6
- 9 Vgl. Anm. 7
- 10 Zur Sache! Baden-Württemberg: *Kinderarbeit. Immer mehr Minderjährige als Werbeträger im Internet*. In: SWR, 21.02.2019. Abrufbar unter: <https://www.swr.de/unternehmen/kommunikation/pressemitteilungen/Kinderarbeit-Immer-mehr-Minderjaehrige-als-Werbetraeger-im-Internet,swrf Fernsehsehen-zur-sache-baden-wuerttemberg-2019-104.html> (letzter Zugriff: 19.03.2019)
- 11 Vgl. Kutscher, N./Bouillon, R.: *Kinder. Bilder. Rechte. Persönlichkeitsrechte von Kindern im Kontext der digitalen Mediennutzung in der Familie*. Berlin 2018. Abrufbar unter: [https://www.dkhw.de/fileadmin/Redaktion/1\\_Unsere\\_Arbeit/1\\_Schwerpunkte/6\\_Medienkompetenz/6.13\\_Studie\\_Kinder\\_Bilder\\_Rechte/DKHW\\_Schriftenreihe\\_4\\_KinderBilderRechte.pdf](https://www.dkhw.de/fileadmin/Redaktion/1_Unsere_Arbeit/1_Schwerpunkte/6_Medienkompetenz/6.13_Studie_Kinder_Bilder_Rechte/DKHW_Schriftenreihe_4_KinderBilderRechte.pdf)



Luise Meergans ist Bereichsleiterin für Kinderrechte und Bildung beim Deutschen Kinderhilfswerk e. V. und beschäftigt sich mit der Vermittlung und Umsetzung von Kinderrechten in formalen und nonformalen Bildungsprozessen. Meergans studierte Kulturarbeit mit den Schwerpunkten „kulturelle und ästhetische Bildung“ sowie „Kulturvermittlung“.