

**Rede
des Sprechers für Verbraucherschutz**

Jörn Domeier, MdL

zu TOP Nr. 36

Erste Beratung

**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

während der Plenarsitzung vom 31.01.2025
im Niedersächsischen Landtag

Es gilt das gesprochene Wort.

Sehr geehrte Frau Präsidentin! Meine lieben Kolleginnen und Kollegen!

Nastya wurde mit der Diagnose einer Hirnschädigung geboren. Die Befürchtung, dass sie nie sprechen wird, war groß. Um ihr später einmal Mut zu machen, haben die Eltern Videos aufgenommen. Die Diagnose war zum Glück falsch, aber die Videos gingen dennoch durch die Decke: 125 Millionen Abonnenten hat Nastya nun im Alter von elf Jahren. 924 Videos sind allein bei YouTube online. Pro Woche erhalten die Eltern ca. 270 000 Dollar durch Einnahmen. Das macht ein geschätztes Vermögen von 260 Millionen Dollar.

Dieses Geld gibt es aber natürlich nicht geschenkt. Neben der Bezahlung durch die Aufgabe ihrer Privatsphäre ist die Erstellung von professionellen Videos und Werbespots eben auch richtige Arbeit. Und die Nastyas gibt es oft - auch in Deutschland und Niedersachsen -, aber wenige sind so erfolgreich.

Dass Kinder Influencer werden wollen, ist nicht neu. Aber bitte nicht falsch verstehen: Wenn Eltern mit ihren Kindern onlinegehen wollen, dann sollen und dürfen sie das tun. Wenn Eltern erlauben, dass sich ihre Kinder online präsentieren, dann habe ich als Vater eine Meinung - aber natürlich dürfen Eltern das zulassen. Der umstrittene Psychologe und Gutachter für Familiengerichte, Dr. Dr. O. aus Berlin, bestätigt leider immer wieder, dass es eben das Lebensrisiko eines Kindes sei, wenn Eltern falsche Entscheidungen für ihr Kind treffen. Oder anders ausgedrückt: Pech gehabt, wenn es der Vater im Wohnmobil toll findet, Kinder für kommerzielle Dinge und in jeder Situation zu filmen.

„Samstags gehört Vati mir“ war eine Kampagne der Gewerkschaften in den 50er-Jahren dieser Republik. „Samstag ist Drehtag“ heißt es heute in vielen Kinderzimmern. Professionelle Videos werden erstellt, x Einstellungen müssen wiederholt werden, und mit zunehmendem Erfolg muss der Community auch immer wieder etwas Neues geboten werden.

Und auch das gehört dazu: Je privater die Aufnahmen, desto erfolgreicher. Je freizügiger, desto mehr Klicks. Videos vom Strandurlaub oder am heimischen Pool ziehen ganz besonders viele Zuschauer an - und es hat einen ekligen Hintergrund, warum ich hier die männliche Form der Anrede wähle. Doch auch oder gerade für diese privaten und intimsten Videos gibt es einen Markt: Werbung, die in den Videos geschaltet wird, und besonders die Kooperation der Industrie dafür, denn die Jüngsten sind eine wirtschaftlich ganz besonders attraktive Zielgruppe.

Aber der Markt regelt nichts von allein. Der Markt richtet aber hin. Denn der Glaube, es gibt eine digitale Welt und eine reale Welt, ist falsch. Es gibt nur eine Welt, und die Fotos und Videos, die online gehen, bleiben. Das Internet vergisst nicht, und das Internet zeigt den Usern auch ganz konkret auf, wer wo im Realen wohnt: Saskia, 13, von der Gropius- Schule in Berlin, wohnhaft in der Goethestraße 22 und schon

viel länger aktiv, und Felix, 11, vom Gymnasium Sophie Scholl in Schwäbisch-Hall in der Weinstraße 17. Ich habe die Namen und Daten verfremdet. Hunderte - sogar auch noch mehr – stellen dies aber online und verfremden nicht. Die Dinge werden nicht etwa im Darknet, sondern bei YouTube und Co. veröffentlicht. „Steig nicht ein bei Fremden“ erklären wohl alle Eltern ihren Kindern. Wenn Familienblogger aber so viele Neuigkeiten von zu Hause mitteilen, wie soll ein Kind wissen, dass es ein Fremder ist, der weiß, dass Papa gerade beim Sport ist, Mama heute Yoga macht und es deswegen abgeholt werden muss?

Ich bin wirklich dankbar, in einer Zeit ohne Insta und TikTok groß geworden zu sein und besonders die Jugendphase so durchlebt zu haben. Doch auch zu meiner Zeit und auch schon vorher gab es immer Kinderstars. Moritz Bleibtreu hat bei mir um die Ecke in Bornum und am Elm „Neues aus Uhlenbusch“ gedreht. Es gab klare Regelungen im Jugendschutz, die damals halfen und auch heute helfen würden. Aber diese Regelungen ziehen eben nicht bei den sogenannten neuen Medien.

Natürlich kann man immer sagen: Wir müssen einfach nur auf den gesunden Menschenverstand setzen. Das Jugendschutzgesetz hat aber aufgezeigt, dass es wahrlich nicht verkehrt ist, wenn auch Rechtsrahmen gesetzt werden. Denn während bei Film und Fernsehen die Eltern als Rechtewahrer ihrer Kinder fungieren und auch alles ganz deutlich reglementiert ist, sind bei den sogenannten neuen Medien die Eltern auch Auftraggeber, Regie und Vermarktungsstelle - alles in einer Person.

Und Kinder wollen dabei gefallen, natürlich auch ihren Eltern. Wie soll ein Kind da „Stopp!“ sagen? Woher soll nach einer jahrelang gelebten Praxis eine Nastya noch wissen, ob es eigentlich alles das will, was da gerade passiert, wenn es doch zur Lebensrealität dazugehört wie zur Schule zu gehen und weitere Dinge und auch, wenn alle Familienmitglieder und das gesamte Umfeld von den Videos gut zu leben scheinen?

Ich habe mindestens einen inszenierten Shitstorm durchlebt, und es gibt wahrlich schönere Zeiten. Für Kinder und Jugendliche, die nicht solch ein dickes Fell haben wie ich, sind solche Dinge viel gravierender. Bei einem Millionenpublikum gibt es auch ständig irgendwelche Personen oder Bots, die stänkern, und YouTube und Co. verstärken das, weil sie mitbekommen, dass das zusätzliche Klicks, Likes oder eben auch Dislikes gibt. Das hat bei Kindern und Jugendlichen Auswirkungen - nicht nur gute.

Aus diesen Gründen haben wir den Antrag eingereicht. Ich danke bereits heute auch für die „Beinfreiheit“, die mir meine Fraktion für dieses Thema gegeben hat, und dem Arbeitskreis Soziales für das faire Miteinander und beantrage die Mitberatung im Unterausschuss „Verbraucherschutz“.

Vielen Dank.