



# Positionierung des Medienrat der Bremischen Landesmedienanstalt zum Thema Babys und Influencer:innen

In seiner Sitzung am 11. März 2021 hat sich der Medienrat der Bremischen Landesmedienanstalt zum Thema „Babys und Influencer:innen“ positioniert und fordert eine Selbstverpflichtung durch „Netiquette“ sämtlicher Verbände und Agenturen, die Influencer:innen vertreten und beraten. Der Medienrat fordert vier konkrete Punkte:

* 1. das Gesicht von unter Dreijährigen im Influencer-Marketing nicht zu zeigen;
	2. den echten Namen von unter Dreijährigen nicht anzugeben;
	3. keine Aufnahmen aus dem Kinderzimmer zu veröffentlichen;
	4. keine Fotos von Kleinkindern in kompromittierenden Positionen zu veröffentlichen.

Kleinkinder werden auf (Foto-)Plattformen wie Instagram zunehmend sichtbar für die kommerziellen Interessen ihrer Eltern eingesetzt. Immer mehr Influencer:innen posieren mit ihren Babys auf Instagram, werben nebenbei für Produkte und setzen ihre Kleinkinder für kommerzielle Interessen ein. Regulatorische Eingriffsmöglichkeiten gibt es nicht, unter anderem weil das Jugendarbeitsschutzgesetz erst für Kinder ab drei Jahren gilt.

Solange es keine gesetzlichen Regelungen im Jugendarbeitsschutzgesetz gibt, die diese Aspekte regulieren, bedarf es einer umgehenden Selbstverpflichtung durch entsprechende „Netiquette“ sämtlicher Verbände und Agenturen, die Influencer:innen vertreten und beraten.

Diese Positionierung ist auch notwendig, um auf den Unterschied von Werbung im TV und in den Sozialen Medien hinzuweisen. Kleinkinder in TV-Werbespots bleiben größtenteils anonym und sind nur sehr kurz zu sehen, während bei Kleinkindern zum Beispiel auf Instagram die gesamte Kindheit vermarktet wird und auch persönliche Daten geteilt werden. Auch deswegen will der Medienrat mit seiner Positionierung einer Überkommerzialisierung der Kindheit nicht mehr tatenlos zusehen.

Auch brema-Direktorin Cornelia Holsten hatte zu diesem Thema einen juristischen Beitrag veröffentlicht, in dem sie aufzeigt, dass es bisher auf keiner Ebene regulatorische Eingriffsmöglichkeiten bei dieser Praxis gibt: <https://www.epd.de/fachdienst/epd-medien/schwerpunkt/debatte/guck-mal-wie-suess>.