

Antwort

der Bundesregierung

**auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Dr. Anna Rathert, Martin Reichardt, Sebastian Maack, weiterer Abgeordneter und der Fraktion der AfD
– Drucksache 21/3623 –**

Gesetzgeberische Initiativen der Bundesregierung zum Kinder- und Jugendschutz im digitalen Raum im Hinblick auf Influencing – digitale Beeinflussung

Vorbemerkung der Fragesteller

Bei einem Fachgespräch am 5. November 2025 im Rahmen der Kinderkommission des Deutschen Bundestages wurde das Thema Kommerzialisierung von Kindheit im Zusammenhang mit den Phänomenen „Sharenting“ sowie „Kinder-“ und „Family-Influencing“ debattiert. Grundlage hierfür war ein u. a. durch das Deutsche Kinderhilfswerk in Auftrag gegebenes Rechtsgutachten (siehe www.dkhw.de/filestorage/1_Informieren/1.1_Unsere_Themen/Kinder_und_Medien/Kinderfotos_im_Netz/Dateien/DKHW_Campact-Studie-Kindeswohlgefaehrdung_2024.pdf, gesehen: 7. November 2025). Im Gespräch wurde durch die Sachverständigen verdeutlicht, dass insbesondere in der Gesetzgebung sowie Aufsicht und Regulierung und im Hinblick auf Medienkompetenz der Eltern und Kinder Handlungsbedarf bestehe. Weiterhin wurde auf die Gefahren durch Künstliche Intelligenz im Hinblick auf „Deep Fakes“ und „Deep Nudes“ im Zusammenhang mit Bildmanipulation hingewiesen (siehe hierzu Videomittschnitt des öffentlichen Teils des Fachgesprächs: www.bundestag.de/dokumente/textarchiv/2025/kw45-pa-kiko-1117120, gesehen: 6. November 2025).

Grundsätzlich ist im Umgang mit Kinderfotos im Netz zu unterscheiden zwischen einer gewerblichen und einer nichtkommerziellen Nutzung. Zum Beispiel ist ein Urlaubsfoto mit Kindern, das Eltern auf Facebook posten, nicht automatisch gewerblich. Ein Account kann als gewerblich betrachtet werden, wenn das Ziel besteht, eigene Produkte oder Dienstleistungen zu vermarkten bzw. die eigene Marke und Reichweite zu erhöhen (vgl. dazu Bundesgerichtshof [BGH], Urteil vom 9. September 2021 – I ZR 126/20, MMR 2021, 892.). Unter „Sharenting“ wird die Nutzung digitaler Medien durch Eltern, um Daten (insbesondere Fotos) ihrer eigenen Kinder mit anderen zu teilen, verstanden. Weitergehend ist das Agieren von Kindern im Rahmen von „Kinder-“ bzw. „Family-Influencing“. Eltern teilen Inhalte aus dem echten familiären Alltag bzw. gestellte Szenen, um beispielsweise durch Produktplatzierungen Einkommen zu generieren. Mit diesen Videos oder Fotos lassen sich besonders viele Klickzahlen und Follower gewinnen (vgl. Kutscher, Nadia, Bouillon, Ramona, 2018, Kinder. Bilder. Rechte. Persönlichkeitsrechte von Kindern im Kontext

der digitalen Mediennutzung in der Familie, S. 6, www.dkhw.de/filestorage/1_Informieren/1.1_Unsere_Themen/Kinder_und_Medien/Studien/DKHW_Schriftenreihe_4_KinderBilderRechte.pdf, gesehen: 6. November 2025, sowie Neunter Familienbericht, 2021, Bundestagsdrucksache 19/27200, S. 215, gesehen: 6. November 2025).

Der Themenkomplex ist erstmals 2018 in den öffentlichen Diskurs gerückt (vgl. Kutscher, Nadia, Bouillon, Ramona, 2018, Kinder. Bilder. Rechte. Persönlichkeitsrechte von Kindern im Kontext der digitalen Mediennutzung in der Familie, S. 10, www.dkhw.de/filestorage/1_Informieren/1.1_Unsere_Themen/Kinder_und_Medien/Studien/DKHW_Schriftenreihe_4_KinderBilderRechte.pdf, gesehen: 6. November 2025). Im Fokus steht dabei der Spannungsbogen zwischen Medienkompetenz und Sensibilisierung der Eltern sowie dem rechtlichen Rahmen (u. a. Schutzwürdigkeit der Kinder, Kindeswohlgefährdung, Elternrechte und Elternpflichten, Persönlichkeitsrechte, Recht am Bild, Aufsicht und Regulierung, Jugendschutzgesetz und Kinderarbeit).

Die Bundesregierung hat sich in der 19. Legislaturperiode im Rahmen des Neunten Familienberichtes (Bundestagsdrucksache 19/27200) mit der Thematik des „Sharentings“ befasst. In einem Unterkapitel wurde „Sharenting“ im Zusammenhang mit digitaler elterlicher Sorge diskutiert (siehe Bundestagsdrucksache 19/27200, S. 215, gesehen: 6. November 2025). Weiterhin erfolgte eine Nennung des Begriffs im Sechzehnten Kinder- und Jugendbericht (Bundestagsdrucksache 19/24200) im Kontext von digital-medialen Bildungsprozessen in der informellen Bildung (siehe www.bmbfsfj.bund.de/resource/blob/162232/27ac76c3f5ca10b0e914700ee54060b2/16-kinder-und-jugendbericht-bundestagsdrucksache-data.pdf, S. 310, gesehen: 7. November 2025). In der 20. Legislaturperiode tauchte der Begriff des „Sharentings“ an einer Stelle im Zusammenhang mit der Mediennutzung und dem Onlinehandeln von Kindern im Siebzehnten Kinder- und Jugendbericht (Bundestagsdrucksache 20/12900) auf (siehe www.bmbfsfj.bund.de/resource/blob/244626/b3ed585b0cab1ce86b3c711d1297db7c/17-kinder-und-jugendbericht-data.pdf, S. 277, gesehen: 7. November 2025). Am 16. September 2024 hat eine Bürgerin eine Petition (ID 172605) „Verschärfung der Gesetze in Bezug auf das Posten und Vermarkten von Kindern im Internet“ an den Deutschen Bundestag übermittelt, welche das erforderliche Quorum erreicht hat. Die Petentin konnte wiederum am 15. September 2025 in einer öffentlichen Sitzung des Petitionsausschusses zum Thema reden. Die anwesende Parlamentarische Staatssekretärin Mareike Wulf hat hierzu eine zeitnahe Ressortbesprechung angekündigt (vgl. Bericht zur Sitzung des Petitionsausschusses, www.bundestag.de/dokumente/textarchiv/2025/kw38-pa-petitionen-1106420, gesehen: 13. November 2025).

Frankreich kann als Modell für eine Gesetzgebung im Zusammenhang mit „Kinder-Influencing“ herangezogen werden. Durch das Gesetz Nummer 2024-120 (LOI n° 2024-120 du 19 février 2024, visant à garantir le respect du droit à l’image des enfants (1), www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000049163317/, gesehen: 15. Dezember 2025) wird das Recht am Bild von Kindern ausdrücklich in das Zivilgesetzbuch innerhalb der Bestimmungen über die elterliche Sorgfaltspflicht aufgenommen (vgl. hierzu www.humanium.org/de/der-schutz-der-privatsphaere-von-kindern-in-frankreich-eine-gesetzesreform-bezueglich-des-rechts-am-eigenen-bild/, gesehen: 7. November 2025). Das Gesetz Nummer 2020-1266 (LOI no 2020-1266 du 19 octobre 2020 visant à encadrer l’exploitation commerciale de l’image d’enfants de moins de seize ans sur les plateformes en ligne (1), www.legifrance.gouv.fr/download/pdf?id=ZH19Uvg25Lf1vwwmpeAODXB0La5rYk6ys5dm_FwTPZs=, gesehen: 15. Dezember 2025) umfasst die Komponenten Einrichtung eines Treuhandkontos, Einwilligungsregelungen mit lokalen Behörden sowie das Recht auf Vergessen. Dies gilt nur im Zusammenhang mit einer kommerziellen Tätigkeit (vgl. www.derstandard.de/story/2000120549964/kinder-influencer-frankreich-beschliesst-gesetz-fuer-junge-internet-stars, gesehen: 6. November 2025). In einem Urteil aus dem Jahr 2016 in Portugal kommen die Richter zu dem Schluss, dass die Veröffentlichung von Fotos oder Informationen (durch Eltern) in sozialen Netzwerken, welche die Identifizierung eines Kindes ermöglichen, grundsätzlich zu unterlassen sind (vgl. dazu: Acórdão do Tribunal da

Relação de Évora, ZD 2016, 227 ff., portugiesisch im Volltext BeckRS 2016, 02396; dazu Filgueiras, ZD 2016, 227 f.). Im November 2025 startete in Irland die Kampagne „Pause Before You Post“ der „Data Protection Commission“. Mit dieser sollen Eltern für das Problem und die Risiken des „Sharentings“ sensibilisiert werden. Die Kampagne umfasst u. a. Videobeiträge in den sozialen Medien (siehe hierzu: www.dataprotection.ie/en/children, gesehen: 1. Dezember 2025).

Im Koalitionsvertrag zwischen CDU, CSU und SPD zur 21. Legislaturperiode treffen die koalitionstragenden Parteien mehrere grundlegende Aussagen zum Kinder- und Jugendschutz in der digitalen Welt. Es soll mithilfe einer Expertenkommission, welche im Herbst 2025 ihre Arbeit aufnimmt (vgl. www.bmbfsfj.bund.de/bmbfsfj/aktuelles/alle-meldungen/bundesregierung-beruft-expertenkommission-ein-269648, gesehen: 7. November 2025), die Strategie „Kinder- und Jugendschutz in der digitalen Welt“ erarbeitet werden. Eltern sollen durch Informationsvermittlung gestärkt und Plattformanbieter sowie Anbieter von Inhalten mehr in die Pflicht genommen werden (vgl. Verantwortung für Deutschland, Koalitionsvertrag, S. 100: www.koalitionsvertrag2025.de/sites/www.koalitionsvertrag2025.de/files/koav_2025.pdf, gesehen: 6. November 2025). Die Fragesteller sind der Auffassung, dass der Schutz von Kindern und Jugendlichen im digitalen Raum ein wichtiges Anliegen darstellt. Insbesondere die erschütternden Beispiele zum „Influencing“ der Sachverständigen aus der Kinderkommission haben dies nachträglich untermauert. Letztendlich ist das „Kinder-“ bzw. „Family-Influencing“ nichts anderes als eine wahrgewordene „Truman Show“, in welcher das Aufwachsen und Leben der betroffenen Kinder im Internet und über die sozialen Medien zeitnah verfolgt werden kann. Exekutive und Legislative sind hier nach Auffassung der Fragesteller zum Handeln aufgefordert. Daher haben die Fragesteller ein großes Interesse daran, zu erfahren, wie sich die Bundesregierungen seit Auftreten des Themas in der öffentlichen Debatte mit diesem befasst hat und wie sie sich damit in der laufenden Legislatur noch befassen wird.

1. Mit welcher Arbeitsdefinition der Begrifflichkeiten „Sharenting“, „Family-Influencing“, „Kinder-Influencing“, „Deep Fakes“ und „Deep Nudes“ arbeitet die Bundesregierung?

Als „Sharenting“ – ein Kofferwort aus ‚Sharing‘ (Teilen) und ‚Parenting‘ (elterliche Betreuung/Erziehung) – wird das Präsentieren von Inhalten, insbesondere Fotos und Videos aus dem Leben des Kindes in digitalen Medien, durch die Eltern bezeichnet.

Bei „Influencerinnen und Influencern“ handelt es sich um Personen, die aufgrund ihrer hohen Reichweite in Social-Media-Angeboten und der damit verbundenen medialen Präsenz auch gewerblich Dienste anbieten können.

Eine besondere Form des Influencing liegt vor, wenn Kinder selbst als Influencerinnen oder Influencer fungieren oder entsprechend vermarktet werden, was als „Kinder-Influencing“ bezeichnet werden kann. Dies findet gerade bei kleineren Kindern häufig im familiären Kontext statt und wird teils gezielt von den Eltern gefördert.

Als „Family-Influencing“ wird die besondere Form bezeichnet, in welcher der familiäre Alltag, Erziehungstipps, Produkte unter Einbeziehung mehrerer Familienmitglieder vermarktet werden.

„Deepfakes“ sind durch Methoden aus dem Bereich der Künstlichen Intelligenz (KI) erzeugte oder manipulierte Bild-, Audio- oder Videoinhalte, die wirklichen Personen, Gegenständen, Orten, Einrichtungen oder Ereignissen merklich ähneln und einer Person fälschlicherweise als echt oder wahr erscheinen.

Eine besondere Form von Deepfakes stellen „Deepnudes“ dar, d. h. KI-generierte Nacktbilder.

2. Was versteht die Bundesregierung unter einer gewerblichen Nutzung von digitalen Bildinhalten in Abgrenzung zu einer nichtkommerziellen Nutzung?

Soweit die Frage auf audiovisuelle Werbung abzielt, wird auf den § 1 Absatz 4 Nummer 7 des Digitale-Dienste-Gesetzes (DDG) verwiesen. Danach ist unter einer „audiovisuellen kommerziellen Kommunikation“ jede Form der Kommunikation mit Bildern mit oder ohne Ton zu verstehen, die einer Sendung oder einem nutzergenerierten Video gegen Entgelt oder gegen eine ähnliche Gegenleistung oder als Eigenwerbung beigefügt oder darin enthalten ist, wenn die Kommunikation der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen oder der Förderung des Erscheinungsbilds natürlicher oder juristischer Personen, die einer wirtschaftlichen Tätigkeit nachgehen, dient, einschließlich Sponsoring und Produktplatzierung“.

3. Welche Gesetze, Verordnungen und Richtlinien greifen beim Kinder- und Jugendschutz im digitalen Raum, speziell zum Phänomen des „Influencings“?

Artikel 28 des Digital Services Acts (DSA – Verordnung(EU)2022/2065) verpflichtet Anbieter von Online-Plattformen, die für Minderjährige zugänglich sind, geeignete und verhältnismäßige Maßnahmen zu ergreifen, um für ein hohes Maß an Privatsphäre, Sicherheit und Schutz von Minderjährigen innerhalb ihres Dienstes zu sorgen.

Besteht ein Beschäftigungsverhältnis, kann daneben auch das Jugendarbeitsschutzgesetz (JArbSchG) Anwendung finden. Es bietet Kindern und Jugendlichen einen umfassenden Schutz vor Überforderung und Überanstrengung durch zu viel Arbeit.

Die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) entfaltet über die Regelung des Artikels 8 zur Altersgrenze der Einwilligung von Kindern in die Nutzung von Diensten der Informationsgesellschaft kinder- und jugendschützende Wirkung.

Außerdem sind das Recht der elterlichen Sorge und der allgemeine Teil des Bürgerlichen Gesetzbuches (BGB) sowie das Kinder- und Jugendhilferecht einschlägig. Wenn Anhaltspunkte für eine Kindeswohlgefährdung vorliegen, wird das Jugendamt zur Abschätzung des Gefährdungsrisikos tätig; abhängig vom Einzelfall bietet das Jugendamt den Erziehungsberechtigten geeignete Hilfen an oder ruft das Familiengericht an (§ 8a SGB VIII).

4. Wie verteilen sich die entsprechenden Zuständigkeiten für das „Influencing“ auf die Ressorts der Bundesregierung (bitte nach zuständigem Bundesministerium inklusive untergeordneter Behörden aufschlüsseln)?

BMBFSFJ, nachgeordnete Behörde BzKJ– Jugendschutzgesetz (JuSchG), SGB VIII

BMAS – JArbSchG

BMDS – Regulierung von Vermittlungsdiensten im Sinne des DSA

BMI – DSGVO

BMJV – BGB.

5. Welche Abwägungsinteressen identifiziert die Bundesregierung innerhalb des in Frage 3 erfragten Rechtsrahmens aufseiten der Kinder, Eltern und des Staates?

Staatliche Regelungen im Bereich „Kinder- und Jugendschutz im digitalen Raum“, speziell zum Phänomen des „Influencing“, müssen die Grundrechte der betroffenen Personen sowie weitere Rechtsgüter von Verfassungsrang miteinander in Ausgleich bringen. Da dies konkret für jede einzelne Norm gilt, ist keine abschließende Aufzählung möglich. Im Vordergrund stehen dürften das allgemeine Persönlichkeitsrecht, das Elternrecht, die Meinungs- und Kunstfreiheit, die Berufsfreiheit sowie die allgemeine Handlungsfreiheit.

6. Hat sich die Bundesregierung zur Umsetzung von Artikel 8 der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) im Kontext von „Sharenting“, insbesondere im Hinblick auf die Wirksamkeit der elterlichen Einwilligung, die Prüfung durch die Plattformen und den Schutz der Kinder vor unkontrollierter Datenverarbeitung, eine eigene Auffassung gebildet, und wenn ja, welche ist dies?

Die Frage der Anforderungen an eine Einwilligung von Eltern in die Veröffentlichung von Fotos ihrer Kinder über digitale Dienste ist in der Literatur umstritten. Die Bundesregierung prüft diese Frage weiterhin.

7. Welche Aufgaben und Zuständigkeiten kommen der Bundesnetzagentur ggf. als „Digital Services Coordinator“ im Kontext des Minderjährigenschutzes im digitalen Raum zu, und welche Maßnahmen hält die Bundesregierung für erforderlich, um die Durchsetzung des Digital Services Acts (DSA) in diesem Bereich zu verbessern?

Die Koordinierungsstelle für digitale Dienste in der Bundesnetzagentur ist als deutscher Digital Services Coordinator für die Durchsetzung der Vorschriften des Digital Services Acts zuständig. Von dieser grundsätzlichen Zuständigkeit besteht eine Ausnahme im Bereich des Kinder- und Jugendmedienschutzes. Die diesbezügliche Durchsetzung erfolgt durch die Stelle zur Durchsetzung von Kinderrechten in digitalen Diensten (KidD), die Medienanstalten der Länder und die Bundesbeauftragte für den Datenschutz und die Informationsfreiheit (BfDI).

8. Sind der Bundesregierung Fälle bekannt, in denen digitale Plattformen Hinweise oder Meldungen zu möglichen Kindeswohlgefährdungen an die Bundesnetzagentur oder an andere Bundesbehörden übermittelt haben (bitte nach Jahr, Plattform und Art der Vorfälle aufschlüsseln)?

Der Bundesregierung sind keine Fälle bekannt.

9. Wenn Frage 8 bejaht wird, welche Maßnahmen werden in diesen Fällen ergriffen (bitte nach Art des Vorfalls aufschlüsseln und darlegen, wie jeweils verfahren wird)?

Es wird auf die Antwort zu Frage 8 verwiesen.

10. Hat nach Kenntnis der Bundesregierung die durch die Parlamentarische Staatssekretärin Mareike Wulf als zeitnah angekündigte Ressortbesprechung bereits stattgefunden (siehe Vorbemerkung der Fragesteller)?
 - a) Wenn ja, wann, mit welchen Teilnehmern, und mit welchen Ergebnissen?
 - b) Wenn nein, warum nicht?

Die Fragen 10 bis 10b werden gemeinsam beantwortet.

Die Ressortbesprechung hat am 15. Oktober 2025 mit Teilnahme BMBFSFJ, BMJV, BMI, BMDS und BMAS stattgefunden. Es wurde vereinbart, sich zu den Themen weiterhin auszutauschen.

11. Welche konkreten Aktivitäten (z. B. Programme, Veranstaltungen, Drucksachen, Gremien o. Ä.) haben die vorherigen Bundesregierungen zu dem in dieser Kleinen Anfrage thematisierten Phänomen „Influencing“ (siehe Vorbemerkung der Fragesteller; bitte ausführen)
 - a) in der 19. Wahlperiode,
 - b) in der 20. Wahlperiodeunternommen?
12. Welche konkreten Aktivitäten plant die Bundesregierung ggf. zu dem in dieser Kleinen Anfrage thematisierten Phänomen „Influencing“ in der laufenden Legislaturperiode (bitte ausführen)?

Aufgrund des Sachzusammenhangs werden die Fragen 11a und 11b sowie 12 gemeinsam beantwortet.

Das Bundesprogramm „Demokratie leben!“ versteht sich als Programm, in dessen Projekten die Vermittlungen von Medienkompetenz immer mitgedacht wird. In diesem Zusammenhang gehen die Projekte auch auf aktuelle Phänomene im Sinne der Fragestellung ein. Folgende Projekte haben sich im Bundesprogramm „Demokratie leben!“ ab 2020 explizit mit der Rolle von Influencerinnen und Influencern beschäftigt:

19. und 20. Wahlperiode:

- Good Gaming – Well Played Democracy
- sUPpress – Medienkompetenz für Engagement und Selbstwirksamkeit
- Die Würde des Menschen ist unhassbar. NO HATE SPEECH 2020-2022
- Jumed im Einsatz
- Kompetenznetzwerk „Hass im Netz“ / HateAid gGmbH
- Kompetenzzentrum „Hass im Netz“ / jugendschutz.net
- Kompetenznetzwerk „Hass im Netz“ / Neue deutsche Medienmacherinnen und Medienmacher
- Report von jugendschutz.net zum Thema „Kinderbilder auf Instagram“ von 2019
- Studie „Kinder. Bilder. Rechte. Persönlichkeitsrechte von Kindern im Kontext der digitalen Mediennutzung in der Familie.“, herausgegeben vom Deutschen Kinderhilfswerk, 2018

20. Wahlperiode:

- Digitale Wahrheiten
- Nachdenkerinnen und Nachdenker im Harz – Jugend glaubt
- Veröffentlichung der Fachzeitschrift BZKJAKTUELL 4/2021 zum Thema „Kinderfotos im Netz – Sharenting, Kinderrechte und Elternverantwortung“

21. Wahlperiode:

- Good Gaming Support
- Akademie #DigitalDemocracy – Nachhaltige Präventionsstrategien für ein demokratisches Netz
- J.I.M.: Jugend, Islam und Medienkompetenz
- Kritische Umweltbildung: Esoterische Weltbilder und antidemokratische Tendenzen

Geplante Maßnahmen:

Die im Jahr 2025 durchgeführte, gemeinsame Aktionswoche u. a. von SCHAU HIN!, UBSKM, BzKJ, klicksafe u. a. Institutionen mit dem #Kindersindkeincontent wird in 2026 wiederholt.

13. Wird die durch das Bundesministerium für Bildung, Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMBFSFJ) einberufene Expertenkommission „Kinder- und Jugendschutz in der digitalen Welt“ das Themenfeld „Influencing“ bearbeiten?
 - a) Wenn ja, wie, und mit welchen Schwerpunktsetzungen?
 - b) Wenn nein, warum nicht?

Die Fragen 13 bis 13b werden gemeinsam beantwortet.

Die Expertenkommission „Kinder- und Jugendschutz in der digitalen Welt“ wird den Themenbereich des „Influencing“ differenziert nach Phänomenbereichen in ihre Arbeit einbeziehen.

14. Hat sich die Bundesregierung eine Haltung zu den französischen Gesetzen mit den Nummern 2024-120 und 2020-1266, die im Zusammenhang zum „Influencing“ und zu Kindern stehen, erarbeitet, und wie lautet diese (siehe Vorbemerkung der Fragesteller; bitte ausführen)?

Die Prüfungen in der Bundesregierung laufen.

15. Ist die Bundesregierung der Auffassung, dass Elemente, z. B. Einrichtung eines Treuhandkontos, der in Frage 14 thematisierten Gesetze im Rahmen der deutschen Gesetzgebung adaptiert werden können?
 - a) Wenn ja, warum, und wie?
 - b) Wenn nein, warum nicht?

Die Fragen 15 bis 15b werden gemeinsam beantwortet.

Die Prüfungen der Bundesregierung laufen.

16. Hat sich die Bundesregierung eine Auffassung zu der Frage erarbeitet, ob die Veröffentlichung von Fotos oder Informationen (durch Eltern) in sozialen Netzwerken, welche die Identifizierung eines Kindes ermöglichen, grundsätzlich zu unterlassen sind, und wenn ja, wie lautet diese (siehe Vorbemerkung der Fragesteller)?
- Wenn die Bundesregierung dieser Auffassung ist, warum?
 - Wenn die Bundesregierung nicht dieser Auffassung ist, warum nicht?

Die Fragen 16 bis 16b werden gemeinsam beantwortet.

Die Prüfungen der Bundesregierung laufen.

17. Ist die Bundesregierung der Auffassung, dass es beim Jugendarbeitsschutzgesetz (JArbSchG) Nachbesserungen bedarf, um das „Influencing“ besser zu adressieren?
- Wenn ja, warum, und wie?
 - Wenn nein, warum nicht?

Die Fragen 17 bis 17b werden gemeinsam beantwortet.

Die Prüfungen der Bundesregierung sind noch nicht abgeschlossen. Für Kinder und vollzeitschulpflichtige Jugendliche gilt ein grundsätzliches Beschäftigungsverbot. Hiervon können behördliche Ausnahmen unter anderem für Werbeveranstaltungen sowie bei Film- und Fotoaufnahmen erteilt werden (§ 6 Absatz 1 Satz 1 Nummer 2 JArbSchG). Diese Regelungen können abhängig von Art und Ausmaß auch auf Tätigkeiten von Influencern im Kinder- und Jugendalter angewendet werden. Eine ausführliche Handlungsanleitung für derartige Bewilligung bei Kindern bzw. Jugendlichen im Kultur- und Medienbereich liegt auf Landesebene vor und wird fortlaufend aktualisiert.

18. Sind der Bundesregierung Fälle bekannt, bei denen Jugendämter wegen Kindeswohlgefährdung durch „Influencing“ aktiv geworden sind?

Der Bundesregierung liegen dazu keine Erkenntnisse vor.

19. Ist die Bundesregierung der Auffassung, dass Kinderrechte im Grundgesetz verankert werden sollen?
- Wenn ja, warum?
 - Wenn nein, warum nicht?

Die Fragen 19 bis 19b werden gemeinsam beantwortet.

Der Koalitionsvertrag der die Bundesregierung tragenden Parteien für die 21. Legislaturperiode sieht nicht vor, Kinderrechte ausdrücklich im Grundgesetz zu verankern.

20. In welchen Förderprogrammen haben die vorherigen Bundesregierungen ggf. die Medienkompetenz von Eltern, u. a. im Hinblick auf die Veröffentlichung von Kinderfotos, im digitalen Raum (bitte nach Bundesministerien und geförderten Projekten aufschlüsseln)
- in der 19. Wahlperiode,
 - in der 20. Wahlperiode
- thematisiert?

In den beiden vergangenen Legislaturperioden hat die Bundesregierung keine expliziten Maßnahmen aus Förderprogrammen im Hinblick auf die Veröffentlichung von Kinderfotos im digitalen Raum gefördert.

21. Fördert die Bundesregierung die Medienkompetenz von Eltern, u. a. im Hinblick auf die Veröffentlichung von Kinderfotos, im digitalen Raum, wenn ja, seit wann, und mit welchen Programmen (bitte nach Bundesministerien und geförderten Projekten aufschlüsseln)?

Der von der Bundesregierung (BMBFSFJ) geförderte Medienratgeber „SCHAU HIN! Was Dein Kind mit Medien macht.“ informiert auf seiner Website über die Risiken der Mediennutzung und zeigt die Handlungsoptionen zum verantwortungsvollen Teilen von Kinderfotos im Netz auf.

Das Deutsche Kinderhilfswerk hat 2025 eine von der Bundesregierung (BMBFSFJ) geförderte Broschüre mit dem Titel „Sharing ist not Caring“ zum Teilen von Kinderfotos im digitalen Raum veröffentlicht.

22. Ist die Bundesregierung der Auffassung, dass Schulen und Bibliotheken (auch in Kooperation) zur Ausbildung der Medienkompetenz von Kindern und Eltern im digitalen Raum eine wichtige Rolle einnehmen,
- wenn ja, warum, und
 - wenn nein, warum nicht
- (bitte ausführen)?

Schulen und Bibliotheken sind aufgrund Ihrer Struktur geeignete Einrichtungen, um in besonderem Maße die Breite der Gesellschaft zu erreichen und so zur Sensibilisierung zu dem Thema beitragen zu können.

23. Gibt es konkrete Projekte mit den in Frage 22 benannten Akteuren, welche die vorherigen Bundesregierungen seit der 19. Legislaturperiode im Hinblick auf das genannte Themenfeld gefördert haben (bitte nach Bundesministerium und geförderten Projekten aufschlüsseln)?

Die Initiative „Gutes Aufwachsen mit Medien“, gefördert durch das BMBFSFJ, unterstützt Eltern und pädagogische Fachkräfte bei der Wahrnehmung ihrer Erziehungsverantwortung im digitalen Zeitalter. Die Initiative ist ein bundesweiter Zusammenschluss verschiedener Akteure und wird durch ein Initiativbüro unterstützt. Informationen, sowie Fortbildungsmöglichkeiten werden auf der Website zur Verfügung gestellt.

Im Bundesprogramm „Demokratie leben!“ bearbeitet ein Großteil der Projekte immer auch das Thema Medienkompetenz insbesondere für Kinder und Jugendliche, gefördert durch das BMBFSFJ.

24. Gibt es konkrete Projekte mit den in Frage 22 benannten Akteuren, welche die Bundesregierung in der laufenden Legislaturperiode im Hinblick auf das genannte Themenfeld fördert (bitte ggf. nach Bundesministerium und geförderten Projekten aufschlüsseln)?

Es wird auf die Antwort zu Frage 23 verwiesen.

25. Welche Möglichkeiten sieht die Bundesregierung ggf., um Eltern und Gesellschaft für das Thema und die Folgen des „Sharentings“ und „Kinder-Influencings“ zu sensibilisieren (bitte ausführen)?

Möglichkeiten, um Eltern und die Gesellschaft für das Thema zu sensibilisieren, werden derzeit in der Bundesregierung geprüft.

26. Ist der Bundesregierung die Kampagne „Pause Before You Post“ der „Data Protection Commission“ bekannt (siehe Vorbemerkung der Fragesteller), wenn ja, ist die Bundesregierung der Auffassung, dass dies ein wirkungsvolles Instrument ist, um Eltern für das in Frage 25 benannte Thema zu sensibilisieren?

Die Kampagne ist der Bundesregierung bekannt. Breit angelegte Öffentlichkeitsarbeit kann ein geeignetes Mittel sein, um die gewünschte Zielgruppe zu erreichen.

27. Welche Erkenntnisse hat die Bundesregierung ggf. über die Erstellung und Verbreitung KI-generierter (KI = Künstliche Intelligenz) Bilder oder Videos von Minderjährigen – insbesondere im Zusammenhang mit „Deepfakes“ oder „Deep Nudes“ –, und welche Maßnahmen werden ergriffen, um Minderjährige auf Online-Plattformen zu schützen, einschließlich der Frage, welche bestehenden gesetzlichen Regelungen hierfür einschlägig sind (vgl. Vorbemerkung der Fragesteller)?

Der Bundesregierung liegen Erkenntnisse darüber vor, dass KI-generierte Bilder von Minderjährigen im Zusammenhang mit Deepfakes und Deep Nudes verbreitet werden.

Die KI-Verordnung (Verordnung (EU) 2024/1689) liefert in der EU einen regulatorischen Rahmen für den Einsatz von Künstlicher Intelligenz. Danach sind u. a. KI-Systeme verboten, die vulnerable Personen zu einem für sie schädlichen Verhalten bewegen sollen. Verstöße gegen die KI-Verordnung sind bußgeldbewehrt.

Der Digital Services Act (DSA) gewährt den Nutzerinnen und Nutzern von Online-Plattformen zusätzliche Verfahrensrechte, die helfen, Rechte gegenüber Plattformen besser durchzusetzen. Gemäß DSA müssen Plattformen ein effektives Melde- und Abhilfeverfahren bereitstellen, sodass Nutzer rechtswidrige Inhalte melden können. Darunter fällt auch bildbasierte sexualisierte Gewalt, soweit diese strafbar oder in sonstiger Weise rechtswidrig ist. Die Plattformen sind dazu verpflichtet, über die Meldungen zeitnah, sorgfältig, frei von Willkür und objektiv zu entscheiden (Artikel 16 Absatz 5 DSA).

28. Sieht die Bundesregierung im Hinblick auf „Deep Fakes“ und „Deep Nudes“ eine Notwendigkeit, den rechtlichen Rahmen für Künstliche Intelligenz anzupassen?
- Wenn ja, warum, und wie?
 - Wenn nein, warum nicht?

Die Fragen 28 bis 28b werden gemeinsam beantwortet.

Die Bundesregierung sieht zum jetzigen Zeitpunkt keine Notwendigkeit den rechtlichen Rahmen anzupassen. Der Geltungsbeginn der KI-Verordnung erfolgt schrittweise. Die Verbote gelten beispielsweise bereits seit dem 2. Februar 2025, während die Transparenzanforderungen ab dem 2. August 2026 gelten. Erste Evaluationen der Verbotstatbestände haben insoweit keinen Anpassungsbedarf erkennen lassen. Mit Blick auf die Transparenzanforderungen muss der Geltungsbeginn abgewartet werden, bevor die genannten Vorschriften der KI-Verordnung auf ihre praktischen Auswirkungen hin geprüft und ggf. Anpassungen vorgenommen werden sollten.

29. Inwiefern sieht die Bundesregierung ggf. Betreiber digitaler Plattformen verpflichtet, KI-generierte Inhalte Minderjähriger zu erkennen, zu kennzeichnen und zu entfernen, und welche Maßnahmen plant die Bundesregierung möglicherweise zur Sicherstellung dieser Pflichten?

Mit dem Inkrafttreten der KI-VO kommen Regelungen zur Kennzeichnung von KI-generierten Inhalten zum Tragen.

Für die Umsetzung der in Artikel 28 Absatz 1 DSA vorgesehenen Vorsorgemaßnahmen hat die Europäische Kommission Leitlinien zur Unterstützung der Anbieter herausgegeben, welche Gegenmaßnahmen zu einer Vielzahl von Risiken darstellen. Hierbei ist zu erwähnen, dass es sich um Empfehlungen und keine Verpflichtungen handelt. Auch die Risiken von KI-generierten Inhalten werden an mehreren Stellen adressiert.

30. Hat sich die Bundesregierung zur Verwendung von digitalen Bildinhalten Minderjähriger zur Entwicklung und zum Training von KI-Systemen eine Positionierung erarbeitet, wenn ja, welche, und welche gesetzlichen Regelungen gelten bzw. welche Maßnahmen werden bereits ergriffen, um eine solche Nutzung zu verhindern?

Die Prüfungen der Bundesregierung laufen.

31. Welche Erkenntnisse liegen der Bundesregierung darüber vor, inwieweit algorithmische Empfehlungssysteme auf Online-Plattformen dazu beitragen können, dass Nutzern wiederholt Inhalte angezeigt werden, die Minderjährige betreffen, und welche gesetzlichen Regelungen sowie aufsichtsrechtlichen Maßnahmen bestehen oder werden ergriffen, um eine Gefährdung Minderjähriger durch solche Empfehlungssysteme zu verhindern?

Der Bundesregierung ist bekannt, dass algorithmische Systeme von Online-Plattformen sowohl für die personalisierte Ausspielung von Inhalten als auch bei der Werbeausspielung eingesetzt werden (Programmatic Advertising).

Spezifische Erkenntnisse zu der Frage, inwieweit algorithmische Empfehlungssysteme auf Onlineplattformen dazu beitragen können, dass Nutzern wiederholt

Inhalte angezeigt werden, die Minderjährige betreffen, liegen der Bundesregierung nicht vor.

Der DSA verpflichtet darüber hinaus sehr große Online-Plattformen eine Risikobewertung vorzunehmen (Artikel 34 DSA). Die Anbieter müssen sogenannte „systemische Risiken“, die sich aus der Konzeption oder dem Betrieb ihrer Dienste und den damit verbundenen Diensten, einschließlich algorithmischer Dienste, oder der Nutzung ihrer Dienste ergeben, sorgfältig ermitteln, analysieren und bewerten. Sofern die Anbieter sehr großer Online-Plattformen solche systemischen Risiken ermitteln, ergreifen sie angemessene, verhältnismäßige und wirksame Risikominderungsmaßnahmen (Artikel 35 DSA). Des Weiteren müssen Online Plattformen gemäß Artikel 27 DSA die Funktionsweise ihrer Empfehlungssysteme transparent machen.