



PRAXIS INFO

Kinder in Social Media

Vom Wunsch zu zeigen, wer man ist, was man hat und
was man kann

Juni 2020



Kinder orientieren sich in ihrer Mediennutzung meist an Vorbildern wie Eltern, älteren Geschwistern oder Freundinnen und Freunden. So sind auch Soziale Medien inzwischen Teil der kindlichen Lebenswelt. Die reichweitenstarken und bekannten Plattformen wie YouTube und Instagram haben allerdings eine erwachsene und jugendliche Zielgruppe im Blick. Für Kinder sind sie nicht gemacht. Fast alle Anbieter Sozialer Medien legen in ihren AGB ein Mindestalter von 13 Jahren oder gar älter fest – Jüngeren ist die Nutzung somit nur erlaubt, wenn ihre Accounts von Erziehungsberechtigten geführt werden. Dennoch können sich Kinder dort einfach anmelden. Wie sie die Dienste nutzen, zeigt der vorliegende Bericht von jugendschutz.net, und wirft außerdem einen Blick auf die Risiken, die mit der kindlichen Selbstdarstellung in Social Media einhergehen können.

Kinder in Social Media: Mehr als nur Zuschauer

Kinder kennen und nutzen die großen Social-Media-Dienste wie YouTube, Instagram oder TikTok. Viele von ihnen verfolgen dort die Aktivitäten ihrer Idole. Da ist es nicht verwunderlich, dass einige von ihnen den Wunsch haben, nicht nur passiv zu konsumieren, sondern selbst aktiv zu produzieren – und damit Teil der Community zu werden. Im Sinne der Kinderrechte ist die aktive Teilhabe an der digitalen Welt ihr gutes Recht: Auch Kinder sollten von den Möglichkeiten zur Selbstentfaltung und zum kreativen Schaffen, die das Internet bietet, profitieren können. Gleichzeitig sind Kinder aufgrund ihrer Unerfahrenheit besonders schutzbedürftig.

Die meisten Social-Media-Anbieter schließen die Nutzung durch Kinder in ihren AGB zwar aus, wirklich schwer machen sie es ihnen allerdings nicht, sich trotzdem anzumelden: Effektive Alterskontrollen finden nicht statt. Meist reicht die Angabe eines falschen Geburtsdatums aus – schon haben sich Kinder eigene Accounts erstellt. Und das passiert nicht selten, denn sichere und gleichzeitig ausreichend attraktive Alternativen fehlen schlichtweg. Wollen Kinder von ihrem Recht auf digitale Teilhabe Gebrauch machen, sind sie durch das Mindestalter der Anbieter quasi zur Schummelei gezwungen und bewegen sich fortan im Dunkelfeld auf einer Plattform, die nicht ausreichend für ihre Belange gesichert ist.

jugendschutz.net hat auf YouTube, Instagram und TikTok gezielt nach Kinderprofilen gesucht und diese ausgewertet. Die Recherche galt speziell jenen Kindern unter 13 Jahren, die auf eigene Faust und mutmaßlich jenseits elterlicher Kontrolle Inhalte veröffentlichen – und damit nicht den sogenannten Kidfluencern¹, die mithilfe ihrer Eltern oft professionalisiert in Social Media unterwegs sind. Kinder, die sich ohne die Unterstützung von Erwachsenen auf den Plattformen bewegen, sind längst nicht so präsent wie die reichweitenstarken Kidfluencer oder andere aktive Nutzerinnen und Nutzer. Mit meist nur geringen Follower-Zahlen und weitestgehend unbedeutendem Content bleiben sie meist unter dem Radar sowohl der Anbieter, als auch der breiten Öffentlichkeit. Trotzdem zeigt die Recherche eindeutig: Kinder in Social Media sind keine Ausnahme.

Trotz der offiziellen Altersgrenzen war es auf allen drei untersuchten Plattformen möglich, mit einer auf den jeweiligen Dienst abgestimmten Suchstrategie auf eine Vielzahl von Kinderprofilen zu stoßen.

Die im Folgenden dargestellten Beobachtungen machte jugendschutz.net bei der Sichtung von rund 60 YouTube-Kanälen, 120 TikTok- und 30 Instagram-Profilen von Kindern. Zur Analyse ausgewählt wurden nur solche Auftritte, die augenscheinlich von deutschsprachigen Kindern unter 13 Jahren erstellt wurden und öffentlich zugänglich waren.

¹ Weiterführende Recherchen von jugendschutz.net zum Thema Kidfluencer auf YouTube: siehe [hier](#); zum Thema Kinderbilder auf Instagram siehe [hier](#)

Was tun Kinder in Social-Media-Diensten?

Gut vernetzt zu sein ist Kindern wichtig

Likes und Follower gelten in Social Media als Maßstab der Beliebtheit – auch bei Kindern. Trotzdem nutzen sie seltener dienstspezifische Strategien zur Steigerung der Reichweite, wie z. B. die Verwendung von Hashtags. Bei Instagram und TikTok konnte jugendschutz.net durch gängige Hashtags keine breite Masse an öffentlichen Kinderprofilen finden, da ein Großteil der kindlichen Nutzerinnen und Nutzer keine oder nur vereinzelte Hashtags unter ihren Bildern und Videos verwendet. Möglicherweise verstehen viele Kinder die Funktionsweise dieser Mittel zur Reichweitensteigerung noch nicht.



Kinder zeigen sich gern mit Freund, Freundin oder Geschwistern.

(Quelle: Instagram; Original unverpixelt)

Stattdessen folgen Kinder sich auf den Plattformen häufig gegenseitig und vernetzen sich über ihre Freundeslisten. Bei allen Diensten gibt es Kanäle und Profile, die gemeinsam von mehreren jungen Userinnen und Usern erstellt und betrieben werden, z. B. mit der besten Freundin oder einem Geschwisterteil. Auch sind manche Kinder regelmäßig in Videos anderer Kinder zu Gast. Außerdem bitten sie in ihren Beiträgen oftmals gezielt um Feedback.

YouTube (von Google)

Nutzer*innen: 2 Milliarden/Monat nutzen die Video-plattform

Alter: laut AGB ab 16, mit Erlaubnis der Eltern ab 13

Das kann man dort machen: (Live-)Videos von anderen anschauen, liken und kommentieren. Videos im eigenen Kanal veröffentlichen, den andere abonnieren können. Beliebt – auch bei Kindern: Let's Plays, Musikvideos, Pranks (Streiche), Challenges, Reaktionsvideos, Hauls (Präsentieren von Einkäufen), Vlogs (Videotagebücher), Tutorials, Unboxing-Videos (Auspack-Videos), Roomtour-en und Routinen.

TikTok (von TikTok Technology Limited)

Nutzer*innen: 1 Milliarde/Monat nutzen die Video-App

Alter: Laut AGB ab 18, mit Erlaubnis der Eltern ab 13. Einzelne Funktionen sind erst ab einem bestimmten Alter freigegeben, z. B. private Nachrichten ab 16.

Das kann man dort machen: Kurze Clips erstellen, mit Lieblingssong oder Zitat hinterlegen, bearbeiten und teilen. Clips von anderen anschauen, kommentieren und mit eigenem Video reagieren. Beliebt: Challenges, TikTok-Tänze (z. B. zu „Toosie Slide“), Reaktionsvideos und Duette.

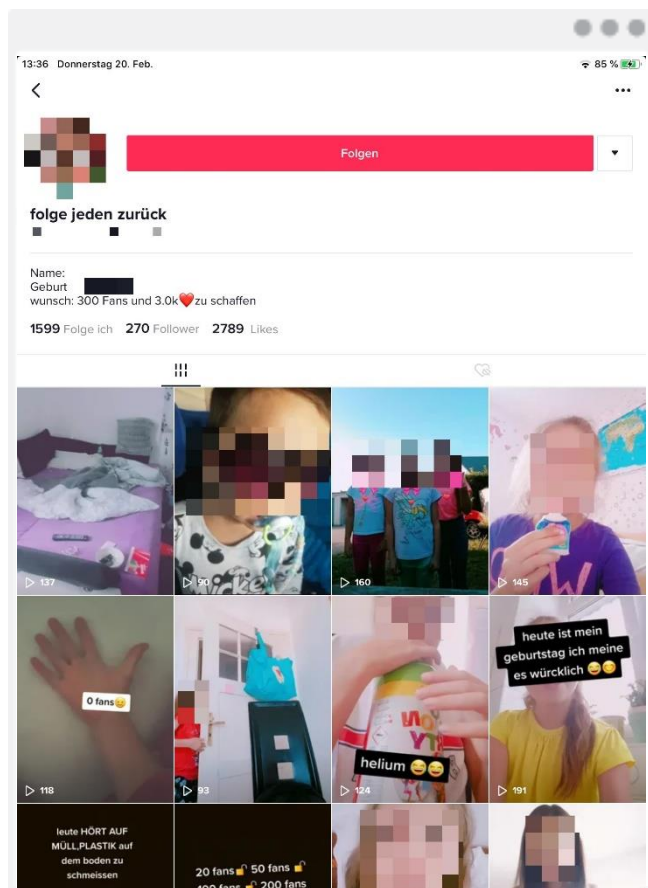
Instagram (von Facebook)

Nutzer*innen: 1 Milliarde/Monat nutzen die Foto-plattform

Alter: Laut AGB ab 13

Das kann man dort machen: Fotos und Videos mit Filtern bearbeiten und im eigenen Profil oder in einer 24-Stunden-Story teilen. Beiträge anderer anschauen, liken und kommentieren, anderen Personen folgen. Beliebt: Lifestyle, Mode, Beauty, Reisen, Basteln, Kochen, Innenausstattung, Stars.

Trotz der Vernetzung haben ihre Videos und Kanäle im Durchschnitt nur geringe Klick-Zahlen und sehr wenige Abonnentinnen und Abonnenten. Weil sie die vom Dienst angebotenen Mittel zur Reichweitensteigerung nicht richtig zu nutzen wissen, entwickeln Kinder eigene Vernetzungsstrategien, die sie sich von reichweitenstarken Nutzerinnen und Nutzern abgeschaut haben: Gerade in TikTok wird innerhalb der Beiträge häufig „Follow gegen Follow“ angeboten, das heißt, dass Kinder immer demjenigen folgen, der ihnen auch folgt. Oft definieren sie öffentlich Zielmarken für die Anzahl an Followerinnen und Followern, die sie gerne erreichen möchten und loben Belohnungen dafür aus. In Einzelfällen gelingt es auf diese Weise doch, einen vergleichsweise großen Follower-Stamm aufzubauen.



Um Reichweite zu erzielen, bieten Kinder in Profil und Beiträgen „Follow gegen Follow“ an. (Quelle: TikTok; Original unverpixelt)

Kinder eifern ihren Vorbildern nach

Nicht allein bei TikTok eifern Kinder ihren Idolen nach, auch bei YouTube übernehmen sie häufig deren Verhaltensmuster. Das schlägt sich vor allem in der Ausdrucksweise nieder. So werden die Videos bspw. mit typischen Begrüßungsfloskeln (z. B. „Hi und willkommen zu einem neuen Video von mir!“) eröffnet, gefolgt von der Möglichkeit „ein Like dazulassen“, den Kanal zu abonnieren oder „einen Kommi“ zu hinterlassen, also das Video zu kommentieren. Diese Floskel nutzen Kinder häufig, obwohl YouTube bereits seit einiger Zeit Kommentare unter Kindervideos generell unterbindet.

Während man bei Instagram ansonsten häufiger auf privatisierte Profile von Kindern stößt als auf den anderen Plattformen, sind es hier besonders die Mädchen an der Schwelle zum Jugendalter, die sich bereits mit Instagram-Schwerpunktthemen wie Lifestyle, Mode und Reisen identifizieren können, die sich öffentlich in typischen Influencer-Posen, z. B. mit einem Spiegel-Selfie, zeigen. Hier steht die Inszenierung des eigenen Körpers im Vordergrund: In Styling, Make-Up und Mimik (häufig mit Schmollmund) stellen sie die Fotos der bekannten Beauty-Instagrammerinnen nach.

Kinder zeigen, was ihnen Spaß macht

Kinder nutzen YouTube, Instagram und TikTok, um ihre Lebenswelt zu zeigen. Häufig thematisiert wird z. B. die Freundschaft zu anderen Kindern. So sind die gemeinsamen Auftritte mit Freund, Freundin oder Geschwistern nicht verwunderlich. Sie präsentieren außerdem ihre Haustiere oder zeigen, wie sie ihr Hobby ausüben: Im Handstand oder auf dem Trampolin, auf dem Rücken eines Pferdes, beim Spaziergang mit dem Hund oder der Katze auf dem Arm. Sie singen und tanzen, turnen, spielen Fußball oder treiben anderen Sport und spielen und thematisieren Videospiele.

Hierbei zeigen sich geschlechterspezifische Unterschiede bei der Nutzung: Jungs nutzen Instagram und TikTok oft für die Präsentation von Fußball- oder anderen Sport-Bildern und -Videos oder beschäftigen sich mit Onlinegames (z. B. Fortnite). Bei Instagram findet man z. B. eher wenige Portraitaufnahmen von Jungen – Selbstdarstellung funktioniert hier mehr über gezeigte Aktion, also weniger ein „Das bin ich!“ als ein „Das kann ich!“. Mädchen hingegen rücken häufiger ihr Erscheinungsbild in den Vordergrund. Bei TikTok sind es z. B. ausschließlich Mädchen, die sich mit Themen wie Mode und Lifestyle beschäftigen.

Dienste ermöglichen einfach Contenterstellung auch für Kinder

Technisch nutzen Kinder, was ihnen zur Verfügung steht und mit wessen Nutzung sie vertraut sind. Weil inzwischen nahezu alle Smartphones mit guter Kamera ausgestattet sind, haben die von Kindern veröffentlichten Aufnahmen zwar meist eine ordentliche Qualität – auch wenn diese insgesamt hinter den gewohnten Standards zurückbleibt. Auf Belichtung und Bildkomposition achten Kinder kaum und Fotos werden selten nachbearbeitet. Eine Choreographie oder ein Drehbuch sind selten erkennbar.

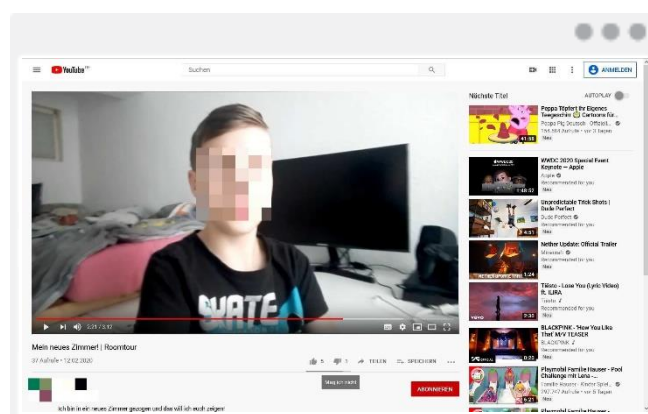
Stattdessen greifen Kinder, wenn vorhanden, auf die einfachen, vom Dienst angebotenen Bearbeitungsmöglichkeiten zurück. In TikTok z. B., wo den Nutzenden vom Dienst aus eine Reihe einfach handhabbarer Gestaltungsmöglichkeiten wie z. B. die Einbindung von Emojis oder die Nutzung verschiedener Filter angeboten wird, greifen Kinder häufiger zu den Mitteln zur Bearbeitung und setzen diese kreativ ein. Jenseits davon jedoch wurden während der Recherche kaum kreative Nutzungs- und Gestaltungsansätze gefunden.

Welche Probleme sich aus der Nutzung ergeben können

Ein Großteil der im Rahmen der gesichteten Inhalte, die Kinder auf den Social-Media-Plattformen veröffentlichen, ist im Grunde harmlos.

Auch wenn ihre Auftritte oftmals wenig kreativ und technisch defizitär sind, so tun sie doch meist nur das, was ihnen Jugendliche, Erwachsene und Kidfluencer auf den Plattformen vorleben. Dennoch ist die Tatsache allein, dass die Kinder dort mutmaßlich ohne elterliche Kontrolle und ohne besonderes Augenmerk der Anbieter unterwegs sind, problematisch: Kinder sind aufgrund ihrer Unerfahrenheit besonders schutzbedürftig, weil sie selbst nur schwerlich die Konsequenzen einer Veröffentlichung ermessen können.

Kinder befassen sich vermutlich nur selten mit den von den Diensten zum Privatsphäreschutz angebotenen Einstellungsmöglichkeiten, zumal die Informationen der Anbieter dazu für Kinder nicht ausreichend verständlich sind. Die vielen öffentlichen Auftritte vor allem auf TikTok und YouTube deuten darauf hin, dass Kinder dazu neigen, bei Account-Erstellung die unsicheren, weil auf öffentlich gesetzten Voreinstellungen der Dienste zu übernehmen. Ob ihnen hier schlicht das Bewusstsein darüber fehlt, dass sie ihre Inhalte damit im Grunde mit der ganzen Welt teilen, oder ob sie die damit verbundenen Risiken zugunsten der erhofften Aufmerksamkeit verdrängen oder unterschätzen, bleibt unklar. Zu beobachten ist aber: Selten gehen die Kinder tatsächlich reflektiert mit dem Thema Privatsphäre um.



Roomtour-Videos und Routinen geben Einblicke in Privates.

(Quelle: YouTube; Original unverpixelt)



Da sie durch ihre Influencer-Vorbilder nichts anderes vorgelebt bekommen, ist das nicht weiter verwunderlich. Ein Beispiel sind die auf YouTube so beliebten Roomtouren und die Morgen- und Abendroutinen. Diese sind auf der Plattform quasi zu einem eigenen Genre geworden. Videos geben intime Einblicke in das Leben der jeweiligen Erstellenden, machen private Rückzugsräume wie das eigene Zimmer und das Bad öffentlich. Der Produktionsaufwand solcher Videos ist gering, das Setting überall vorhanden. Deshalb finden sich in vielen Kinderkanälen solche Routinen und Roomtouren, in denen Kinder bedenkenlos z. B. ihr Kinderzimmer präsentieren. Ein Mädchen filmte sich sogar beim Toilettengang – das Video wurde nach Meldung von jugendschutz.net durch den Anbieter der Plattform entfernt.

Das allzu unbedachte „Drauflosfilmen“ ohne eingehende Prüfung des Inhalts im Anschluss, birgt die Gefahr, durch unbedachte Äußerungen oder Dinge, die ungewollt ins Sichtfeld der Kamera geraten, zu viel Privates von sich preiszugeben. Je mehr private Daten der Kinder aus ihren Videos ersichtlich werden, desto leichter sind sie zu identifizieren. Auf TikTok z. B. filmte ein Mädchen ihr Schulzeugnis ab und gab damit auf einen Schlag ihren vollständigen Namen, ihr Geburtsdatum sowie Name und Adresse ihrer Schule preis. Auf diese Weise veröffentlichte sensible Daten können missbräuchlich verwendet werden – schlimmstenfalls von Menschen mit sexuellem Interesse an Kindern, die das Kind somit offline ausfindig machen können.

Eine weitere Problematik unbedacht veröffentlichter Inhalte besteht in der Kombination mit der häufig schlechten technischen Qualität. Da Kinder z. B. Videos selten gut vor- oder nachbereiten, enthalten einige von ihnen auch Drehpannen, Versprecher, verwackelte Bilder und Unverständliches.

Die großen Social-Media-Dienste allerdings sind keine besonders fehlertolerante Umgebung. Der Kinder-Content steht in Konkurrenz zum oftmals hochgradig professionellen Content der Influencerinnen und Influencer. Entsprechen ihre Fotos und Videos nicht dem gewohnten Standard, werden Kinder unter Umständen zu einer Zielscheibe für den Spott anderer Userinnen und User, für Mobbing oder gar Hassbeiträge. Im Gegensatz zu Älteren verfügen sie meist nicht über Abwehr- und Schutzmechanismen, um negatives Feedback zu verarbeiten.

Kinder bei der sicheren Nutzung unterstützen

Bislang befassen sich die großen Social-Media-Dienste noch nicht in ausreichendem Maß mit der Fürsorge für ihre kindlichen Nutzer. Solange sie jedoch keine wirksamen Alterskontrollen durchführen, sichere und attraktive Alternativen zu Erwachsenangeboten fehlen, stehen Erziehende und pädagogische Fachpraxis vor einer Herausforderung. Ein generelles Verteufeln und entsprechende Verbote würden bedeuten, den hohen Stellenwert, den die Dienste in der kindlichen Lebenswelt einnehmen, zu verkennen und den Kindern ihr Recht auf Teilhabe an der digitalen Welt abzusprechen. Ein Sich-Ausprobieren, das Nachahmen von Idolen, die Suche nach Feedback sind Strategien zur Bewältigung von Entwicklungsaufgaben. Aber auch die Risiken, die eine aktive Nutzung der Dienste mit sich bringt, dürfen nicht unterschätzt werden. Ein möglichst unaufgeregter, aber informierter Umgang mit den Diensten ist geboten, um Kinder begleiten und vor Gefahren schützen zu können. Hierfür ist es ratsam, sich mit den Diensten zu beschäftigen und mit Kindern darüber ins Gespräch zu kommen.

Das können Eltern tun:

- **Begleiten statt überwachen:** Betrachten Sie sich gemeinsam mit Ihrem Kind seine Lieblingsangebote und sprechen Sie über Faszination und Risiken.
- **Regeln vereinbaren:** Kommunizieren Sie Ihrem Kind die Bedingungen, unter welchen Sie eine aktive Teilnahme erlauben.
- **Für eine sichere Nutzung sorgen:** Helfen Sie ihrem Kind, seinen Account sicher einzustellen und richtige Entscheidungen hinsichtlich der zu veröffentlichten Inhalte zu treffen.

Weitere Infos zu Risiken und Schutzmöglichkeiten in Social-Media:

- www.kompass.social.media – Social-Media-Dienste geprüft und bewertet durch jugendschutz.net
- www.klicksafe.de – u. a. Sicherheitseinstellungen der großen Dienste für Jugendliche aufbereitet, Unterrichtsmaterialien zu YouTube etc.
- www.schau-hin.info – Aktuelle Infos für Eltern zum Thema Medien

Das können Sie Kindern raten:

- **Privates schützen:** Teile nie Inhalte, die zu viel über dich verraten. Überlege vor jeder Veröffentlichung nochmal genau, ob du wirklich möchtest, dass andere sie sehen. Nutze die Einstellungsmöglichkeiten, um deine Inhalte zu schützen.
- **Fame ist nicht alles:** Versuche nicht um jeden Preis, Follower oder neue Online-Bekanntschaften zu gewinnen. Du kennst diese Leute nicht und weißt nicht, warum sie an dir interessiert sind.
- **Lass dir helfen:** Wenn dir online jemand dumm kommt, dann nutze die vom Dienst angebotenen Melde- und Blockierfunktionen. Such wenn nötig Rat bei einem Erwachsenen, der dich unterstützen kann.

Weitere Berichte von jugendschutz.net zum Thema Social Media:

- PraxisInfo „[TikTok](#)“
- Report „[Kinder als YouTube-Stars](#)“
- Report „[Kinderbilder auf Instagram](#)“
- Lagebericht „[Kinder im Netz](#)“

Weiterführende Informationen



www.jugendschutz.net

Meldemöglichkeiten



www.jugendschutz.net/hotline

Kindern und Jugendlichen ein gutes Aufwachsen mit Medien ermöglichen

jugendschutz.net ist das gemeinsame Kompetenzzentrum von Bund und Ländern für den Schutz von Kindern und Jugendlichen im Internet. Die Stelle recherchiert Gefahren und Risiken in jugendaffinen Diensten. Sie fordert Anbieter und Betreiber auf, ihre Angebote so zu gestalten, dass Kinder und Jugendliche sie unbeschwert nutzen können.

Die Jugendministerien haben jugendschutz.net 1997 gegründet. Die Stelle ist seit 2003 an die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) angebunden. jugendschutz.net wird finanziert von den Obersten Landesjugendbehörden, den Landesmedienanstalten und dem Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend.

jugendschutz.net nimmt über seine Online-Beschwerdestelle Hinweise auf Verstöße gegen den Jugendmedienschutz entgegen. Verstöße im Netz können gemeldet werden unter:
www.jugendschutz.net/hotline

Gefördert vom:



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend



Die Veröffentlichungen stellen keine Meinungsäußerung des BMFSFJ oder des BAFzA dar. Für inhaltliche Aussagen tragen die Autorinnen und Autoren die Verantwortung.

Kontakt

jugendschutz.net
Wallstraße 11, 55122 Mainz

Inhaltlich verantwortlich

Stefan Glaser
Wallstraße 11, 55122 Mainz

