

27.2.2026 - [Gesetzgebung](#)

Bundesregierung zum Handeln aufgefordert

Die Kinderkommission des Deutschen Bundestages hat eine Stellungnahme zum Thema „Sharenting und Kinderinfluencer – Kommerzialisierung von Kindheit“ veröffentlicht. Diese wurde in der 11. Sitzung am 25.2.2026 verabschiedet und benennt **Risiken für Kinder im digitalen Raum** sowie Vorschläge, wie Persönlichkeitsrechte und Schutz von Kindern online gestärkt werden können. Die Stellungnahme ist als PDF auf der [Website des Deutschen Bundestages](#) abrufbar.

Inszenierung und Vermarktung von Kindheit verhindern

Problematisch sei demnach vor allem, wenn das Privatleben von Kindern systematisch **öffentlich inszeniert, vermarktet und monetarisiert** wird. Als Beispiel wird genannt: die Veröffentlichung von (auch sensiblen) Alltagsszenen bis hin zu Darstellungen von Scham, Krankheit oder Verletzlichkeit, die zugleich einer breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht und mit Werbung verknüpft werden. Die Kommission sieht dadurch u. a. Beeinträchtigungen der Privatsphäre und Persönlichkeitsentwicklung, ein erhöhtes **Sexualisierungsrisiko** sowie – bei regelmäßiger Einbindung in Produktionsprozesse – auch Anknüpfungspunkte an **Kinderarbeit** und sogar eine mögliche **Kindeswohlgefährdung**.

Maßnahmen prüfen

Zur Stärkung des Kinderschutzes fordert die Kinderkommission die Bundesregierung auf zu prüfen, welche **Maßnahmen auf EU-, Bundes-, Landes- und Kommunalebene** erforderlich sind. Genannt werden insbesondere:

- eine Altersgrenze für ein Verbot identifizierender Darstellungen auf kommerziellen Accounts,
- ein Verbot intimer/bloßstellender Inhalte (z. B. Nacktheit, Krankheit, Weinen),
- effektive Widerrufs- und Löschrechte für Kinder,
- eine finanzielle Beteiligung (z. B. Treuhandkonten) bei monetarisierten Inhalten sowie
- eine wirksame Durchsetzung bestehender bzw. neuer Regeln.

Auch die FamRZ hat das Thema bereits aufgegriffen: In der [FamRZ-Podcastfolge 27 \(„Kinder als Influencer“\)](#) sprechen wir mit Prof. Dr. Isabell Götz u. a. über die Abgrenzung zwischen Sharenting und kommerziellem Kinder-Influencing, Einwilligungsfragen, Kinderarbeit und die Rolle von Plattformen.

