

Trotz aller vollmundigen Bekundungen zum Kinderschutz aus Politik und Gesellschaft: Wer auf Youtube, Instagram oder Facebook unterwegs ist, muss den Eindruck bekommen, dass Kinder im Netz digitales Freiwild sind. Die Online-Welt ist voll an verstörenden Beispielen dafür, wie Kinder von ihren Eltern in die Öffentlichkeit gezerrt werden, allen voran in der Welt der sogenannten Familienblogger. Die Dimensionen dieser digitalen Entblößung sind gewaltig: Den „Stars“ der Szene wie Team Harrison, den Wolfs, den Koslowskis, Mamiseelen, Saskias Family Blog oder Isabeau folgen auf Youtube bis zu 1,25 Millionen Menschen, besonders populäre Videos erzielen Aufrufzahlen von bis zu vier Millionen.

Keine Information scheint diesen Eltern zu sensibel, um sie auf der Jagd nach möglichst vielen Klicks der wissbegierigen Online-Community nicht zu unterbreiten. Wir werden darüber in Kenntnis gesetzt, wie es um die Sprachentwicklung von Emilia steht, und wir erfahren, dass Ava wegen ihres zu engen Kiefers eine lose Zahnspanne tragen muss, mit der sie nicht richtig sprechen kann. Von der kleinen Juna wissen wir, dass bei ihr nicht die Zähne das Problem sind, sondern sie „wegen dem Popo“ zum Onkel Doktor muss. Und der kleinen Mia sehen wir dabei zu, wie höchst vergnügte Eltern ihr die „Kotze wegputzen“, das alles gefilmt in der Badewanne und Mia leicht bekleidet mit einem weißen, im Wasser fast durchsichtigen Tuch.

All diese Aufnahmen von Mia, Ava und viel zu vielen anderen Kindern erfolgen zumeist unverbildet, sie zeigen die Kinder ungeschützt in mitunter intimsten Situationen und führen sie in ihren privaten Rückzugsräumen vor. Je sensibler die Informationen, desto größer das Mitteilungsbedürfnis der Familienblogger und die Neugier der Follower. Krankheiten sind offensichtlich ein besonders beliebtes Thema: Hunderttausende Menschen täglich verfolgen auf Insta-Stories und in Youtube-Videos live den Gesundheitszustand von Bloggerkindern und informieren sich darüber, ob diese gerade ein Bäumchen machen, fiebern oder Durchfall haben. Auch Kinderschlafzimmer sind ein prominenter Präsentierteller. Auf Youtube finden sich Hunderte Videos, die in diesen Rückzugsort für Kinder einbrechen und detaillierte „Roomtouren“ im Angebot haben – bis hin zum Öffnen jeder einzelnen Schublade und der Information, in welcher Schublade sich nun die Unterwäsche der fünfjährigen Tochter befindet.

Damit nicht genug, geben die Videos so viel an weiteren persönlichen Informationen preis, dass daraus der gesamte Lebenslauf eines Kindes zusammengestellt werden kann. Hierfür genügt es, dass Eltern die Vornamen ihrer Kinder verraten. Für Nachnamen und Wohnort reicht der Blick ins Impressum, und alle weiteren Informationen lassen sich dann regelmäßig den zahlreichen Videos entnehmen, die von fleißigen Eltern zu allen denkbaren Ereignissen hochgeladen werden und Aufschluss darüber geben, wann die Kinder Geburtstag haben, dass sie eingeschult werden und was ihre Hobbys sind. Mit ein bisschen Kombination aus Google-Suche und Google Maps kann dann ohne Weiteres auch ausfindig gemacht werden, wo die Schule der Kinder ist und wo diese ihren Sportaktivitäten nachgehen. Schöne neue Welt, auch für Stalker und Pädophile.

Was soll man von einer Gesellschaft halten, die ihre schutzbedürftigsten Mitglieder derart hemmungslos vermarktet und deren öffentliches Zurschaustellen nicht nur tatenlos hinnimmt, sondern sogar noch mit millionenfachen Klicks und großzügigen

Manche Elternblogger zeigen von ihrem Baby zu viel.

Foto Westend61

Kinder auf dem Präsentierteller

Bei Instagram und Youtube zeigen sogenannte „Elternblogger“ ihren Nachwuchs. Sie geben Intimstes preis, um der Vermarktung willen. Was leisten die Aufsichtsbehörden? Nichts.

Von Alicia Joe und Benedikt Buchner

Werbeeinnahmen honoriert? Es hilft nicht weiter, wenn die verantwortlichen Akteure gutmeinende Ankündigungen und Absichtsbekundungen verbreiten oder die Ampelkoalition wie schon ihre Vorgänger wieder einmal den Kinderschutz im Grundgesetz verankern möchte. Kindern auf Youtube und Instagram mangelt es nicht an einem neuen Grundrecht, sondern daran, dass ihr seit jeher existierendes Grund- und Menschenrecht auf Persönlichkeits- und Datenschutz ignoriert wird. Anstatt klare rechtliche Grenzen aufzuzeigen und durchzusetzen, rufen staatliche Behörden lieber ein weiteres Jahr des Kinderschutzes aus, führen wohlklingende Projekte zur „Sensibilisierung“ von Kindern und Eltern durch oder werben für eine „Netiquette“ zum Umgang mit Kindern im Netz. Bislang haben solche Appelle und Sensibilisierungsmaßnahmen aber offensichtlich nicht geholfen, und es ist nicht ersichtlich, weshalb Blogger und deren Fans ihr Verständnis von Freiheit und Eigenverantwortung

künftig ändern sollten. „Was geht dich an, was andere machen? Leben und leben lassen!“ So oder so ähnlich lautet das schlichte Credo der Fangemeinde. Wenn nicht gleich gegenüber kritischen Stimmen die Neid- oder Paternalismuskarte gezogen wird: „Ihr seid die neuen Veganer, die allen ihre Meinung aufs Auge drücken müssen.“

Das Interesse, Kinder notfalls vor ihren eigenen Eltern zu schützen, scheint auch aufseiten der Aufsichtsbehörden nicht sonderlich groß. Ernüchternd ist jedenfalls der Versuch, Behörden zu einem Einschreiten gegenüber Bloggern zu bewegen, die auf Instagram ihre Kinder als Werbeträger instrumentalisieren. Von vier Datenschutzaufsichtsbehörden, die auf konkrete Beispiele in ihrem Zuständigkeitsbereich hingewiesen wurden, haben zwei überhaupt nicht reagiert, und eine weitere hat in besser deutscher Beamtenmanier eine Zuständigkeitsprüfung angekündigt – ohne dass danach noch irgendetwas geschehen wäre. Nur eine Behörde hat sich überhaupt mit

dem konkreten Fall inhaltlich befasst, von der Einleitung eines Bußgeldverfahrens dann jedoch aus sogenannten „Opportunitätsgründen“ abgesehen. Nicht opportun ist aus Sicht dieser Behörde ein Einschreiten unter anderem deshalb, weil die im konkreten Fall benannte Bloggerin mit „nur“ 20 000 Followern im Vergleich zu anderen Bloggern relativ wenig Reichweite habe. Auch sei rechtlich gar nicht klar, ob ihr Instagram-Auftritt mit Kindern nicht doch vielleicht als privat einzuordnen und daher rechtlich nicht relevant sei. Mit anderen Worten: Wenn eine Mutter ihre Kinder zur Steigerung des eigenen Marktwerts auf Instagram einer Fangemeinde präsentiert, die immerhin ein halbes Fußballstadion füllen würde, soll das ihre Privatsache sein. Ist das allen Ernstes hierzulande das Verständnis der Aufsichtsbehörden von Daten- und Kinderschutz?

Der Freibrief, der Eltern im Umgang mit ihren Kindern so großzügig ausgestellt wird, hat seinen Grund auch in einem weit verbreiteten Irrtum über das elterliche Sorgerecht. Um noch einmal die treue Follower-Gemeinde zu zitieren: „Wenn sich die Eltern dazu entschieden haben, geht das keinen etwas an. Mind your own business.“ Richtig daran ist, dass „die Pflicht und das Recht, für das minderjährige Kind zu sorgen“ (Paragraph 1626 BGB), zuallererst bei den Eltern liegt. Dieses elterliche Sorgerecht gilt allerdings keineswegs grenzenlos, und vor allem gilt es dann nicht, wenn sich Eltern bei der Ausübung des Sorgerechts selbst in einem Interessenkonflikt befinden. Ebendies ist bei der öffentlichen Zurschaustellung der eigenen Kinder der Fall: Vater und Mutter sind für die Verbreitung der Bildnisse ihrer Kinder im Netz die rechtlich Verantwortlichen. In dieser Rolle als Verantwortliche bedürfen sie – in der Sprache des Datenschutzrechts – eines Erlaubnistatbestands für die damit einhergehende Datenverarbeitung, und hierfür kommt allein die Einwilligung der betroffenen Person in Betracht. Die von der Datenverarbeitung betroffene Person, das Kind, kann allerdings altersbedingt eine Einwilligung gar nicht rechtswirksam abgeben; die Wirksamkeit einer solchen Einwilligung käme – frühestens – ab dem Alter von 13 Jahren in Betracht. Aber auch die Eltern können nicht stellvertretend für ihr Kind einwilligen, weil sie sich damit im Ergebnis selbst eine Erlaubnis zum Eingriff in die Rechte ihrer Kinder erteilen würden. Sie würden damit ein sogenanntes „Insichgeschäft“ vornehmen, welches unser Familienrecht ausdrücklich untersagt.

Was folgt aus alledem? Zunächst einmal, dass Eltern, die auf Kosten ihrer Kinder auf Youtube, Instagram und Co. Aufmerksamkeit generieren wollen, schlicht und einfach rechtswidrig handeln. Sie können sich hierfür weder selbst die Erlaubnis erteilen noch sich darauf berufen, dass ihre Kinder damit einverstanden wären. Sollten es Eltern gleichwohl nicht lassen können, ihre Kinder in die Online-Welt zu zerren, hat das Recht jedoch auch für diesen Fall eine Lösung vorgesehen. Eltern müssen sich dann um eine sogenannte Ergänzungspflegschaft bemühen und dies dem Familiengericht unverzüglich anzeigen. Ein Ergänzungspfleger kann dann entscheiden, ob es dem Kindeswohl tatsächlich dienlich ist, wenn Eltern die Krankheitsgeschichten ihrer Kinder in der Öffentlichkeit ausbreiten, Roomtouren durch deren Schlafzimmer anbieten oder ihre Kinder vor aller Augen leicht bekleidet in der Badewanne präsentieren.

Alicia Joe ist Youtuberin und Videoproduzentin. **Benedikt Buchner** lehrt Datenschutzrecht an der Universität Augsburg.