Berufsverband Deutscher Psychologinnen und Psychologen

Stellungnahme des Berufsverbandes Deutscher Psychologinnen und Psychologen e. V. (BDP) zur Stellungnahme der Kinderkommission des Deutschen Bundestages vom 26. Februar 2026 zum Thema „Sharenting und Kinderinfluencer – Kommerzialisierung von Kindheit"

Berlin, 26.3.2026

Der Berufsverband Deutscher Psychologinnen und Psychologen e. V. (BDP) begrüßt die Stellungnahme der Kinderkommission des Bundestages vom 25. Februar 2026. Im Fokus steht das als „Sharenting" oder „Family Influencing" bezeichnete Phänomen der systematischen Veröffentlichung und kommerziellen Verwertung von Informationen und Bildmaterial Minderjähriger durch ihre Erziehungsberechtigten in sozialen Medien. Als Ziel formuliert die Kommission, „Kinder wirksam vor digitaler Ausbeutung zu schützen, ihre Persönlichkeitsrechte zu stärken und eine gesellschaftliche Debatte über Verantwortung im digitalen Familienleben anzustoßen."

Aus psychologischer Perspektive ergeben sich hierbei spezifische Herausforderungen hinsichtlich der Persönlichkeitsrechte, der Identitäts- und Autonomieentwicklung sowie des Schutzes der informationellen Selbstbestimmung von Kindern. Die digitale Dokumentation kindlicher Entwicklungsphasen oder Verhaltensweisen durch die Eltern tangiert das Recht des Kindes auf Privatsphäre, welches unter anderem in Art. 16 der UN-Kinderrechtskonvention verankert ist.

Mögliche Auswirkungen auf die Identitäts- und Persönlichkeitsentwicklung

Die Kindheit und Adoleszenz sind entscheidende Phasen für die Entwicklung eines autonomen, in sich gefestigten Selbstbildes. Psychologische Modelle der Identitätsentwicklung (Erikson, Marcia) verdeutlichen, dass Heranwachsende geschützte Räume benötigen, um ihre eigenen Rollen zu erproben, auch im digitalen Raum.

Wenn Eltern über Jahre hinweg den digitalen Fußabdruck ihres Kindes vorprägen, steigt das Risiko einer fremdbestimmten Identität (Foreclosure), bei der das Kind in ein vorgegebenes öffentliches Bild hineinwächst oder sich mühsam davon abgrenzen muss. Die Selbstwahrnehmung kann sich dann übermäßig an sozialen Rückmeldungen und am elterlichen kuratierten Online-Bild ausrichten, wodurch die Entwicklung einer authentischen, von externer Bewertung weniger abhängigen Identität beeinträchtig werden kann.

Psychosoziale Sichtweise und Eltern-Kind-Beziehung

Viele Eltern handeln beim „Sharenting" nicht in schädigender Absicht, sondern häufiger aus sozial eingebetteten Motiven, wie Austausch mit anderen oder Stolz auf das eigene Kind. Forschungen zum „Impression Management" und zum „Privacy Paradox by Proxy" zeigen, dass selbst datenschutzbewusste Eltern häufig die Reichweite, Persistenz und kumulative Wirkung digitaler Inhalte unterschätzen und Kinder mitunter gar nicht um Einwilligung bitten. Hieraus kann eine „Interfamiliar privacy divide" entstehen, also eine innerfamiliäre Diskrepanz zwischen elterlichem Mitteilungs- und Selbstdarstellungsbedürfnis und dem kindlichen Bedürfnis und Recht nach Privatsphäre, Schutz und informationeller Selbstbestimmung. Entwicklungspsychologisch ist diese Diskrepanz bedeutsam, da Kinder die langfristige Tragweite von Veröffentlichungen in sozialen Medien je nach Alter und Entwicklungsstand nicht voll erfassen und negative Emotionen, wie Scham, Bloßstellung oder Kontrollverlust erleben können.

Im kommerziellen Kontext („Kidfluencing") verschärfen sich diese Spannungen. Wird ein Kind

Berufsverband Deutscher
Psychologinnen und Psychologen e. V.
Bundesgeschäftsstelle
Am Köllnischen Park 2
10179 Berlin

Präsidentin: Dipl.-Psych. Thordis Bethlehem
Vizepräsidentin: Ivon Ames, M.Sc.
Vizepräsidentin: Dipl.-Psych. Susanne Berwanger
Hauptgeschäftsführung: N.N.

Registergericht
Amtsgericht Charlottenburg

www.bdp-verband.de

regelmäßig in monetarisierte Inhalte eingebunden, dann kann es lernen, vor allem jene Emotionen und Verhaltensweisen zu zeigen, die mit Klicks, Likes und Einkommen verstärkt werden; eine Form „performativer Authentizität". Dies kann das grundlegende Bedürfnis nach bedingungsloser elterlicher Akzeptanz und nach Autonomie (Selbstbestimmungstheorie nach Deci & Ryan) unterminieren und das Risiko für psychische Belastungen erhöhen. Gleichzeitig kann ein struktureller Interessenkonflikt entstehen. Wenn Eltern als Sorgeberichtige über die Bildrechte, Datenverarbeitung und Arbeitszeiten entscheiden, profitieren sie zugleich wirtschaftlich von der Sichtbarkeit des Kindes. Bestehende arbeits- und jugendschutzrechtliche Regelungen erfassen diese Konstellationen bislang nur lückenhaft.

Aus psychologischer Sicht sind dabei präventive Aufklärung, elterliche Sensibilisierung und die Stärkung verantwortlicher Medienerziehung vorrangig. Wo Kinder jedoch systematisch sichtbar gemacht, gegen ihren mutmaßlichen Willen exponiert oder wirtschaftlich verwertet werden, bedarf es ergänzend verbindlicher rechtlicher Schutzmechanismen.

Vor diesem Hintergrund empfiehlt der BDP folgende Maßnahmen im Sinne von Kinderrechten, Kindeswohl und Kinderschutz:

1. **Nationale präventive Aufklärungskampagne**

   Es bedarf einer flächendeckenden, wissenschaftlich fundierten Aufklärung über die Risiken des Sharentings und des kommerzialisierten Family Influencing. Analog zu anderen erfolgreichen Präventionskampagnen sollte in der Öffentlichkeit ein Bewusstsein dafür geschaffen werden, dass die Veröffentlichung kindlicher Daten, Bilder und intimer Alltagsszenen nicht nur Sicherheitsrisiken birgt, sondern auch Auswirkungen auf die Persönlichkeitsentwicklung, das Schamerleben, die Autonomieentwicklung und die spätere Identitätsbildung haben kann. Ziel muss es sein, Erziehungsverantwortliche frühzeitig für die Tragweite digitaler Sichtbarkeit von Kindern zu sensibilisieren und sie in ihrer Verantwortung zu stärken.

2. **Leitlinien für verantwortungsbewusstes „Mindful Sharenting" und professionelle Beratung**

   Ergänzend braucht es eine bundeseinheitliche Leitlinie für einen verantwortungsvollen Umgang mit Kinderdaten in sozialen Medien. Diese sollten Eltern, Fachkräften und Institutionen Orientierung geben, welche Inhalte aus kinderrechtlicher und entwicklungspsychologischer Sicht besonders sensibel sind und wo Zurückhaltung geboten ist. Zugleich sollten niedrigschwellige Beratungsangebote in Frühen Hilfen, Erziehungsberatung, Schulen und anderen familiennahen Kontexten ausgebaut werden, um Eltern in ihrer Medien- und Erziehungsverantwortung fachlich zu unterstützen.

3. **Monitoring, Forschung und kindgerechte Beschwerdestrukturen**

   Es bedarf eines systematischen Monitorings von Sharenting- und Kidfluencing-Praktiken sowie der Förderung interdisziplinärer Forschung zu psychischen Langzeitfolgen, um regulatorische Maßnahmen evidenzbasiert weiterzuentwickeln. Ergänzend sollten kindgerechte, unabhängige Beschwerdewege geschaffen werden, über die Kinder und Jugendliche problematische Veröffentlichungen oder Übergriffe vertraulich melden können.

4. **Altersabhängige Einwilligungs- und Widerspruchsrechte stärken**

   Für identifizierbares Bild- und Videomaterial von Kindern sind altersabhängige Einwilligungsmodelle vorzusehen, die ab einem bestimmten Entwicklungsniveau eine

eigenständige, dokumentierte Zustimmung des Kindes verlangen sowie ein jederzeitiges Widerspruchsrecht gegenüber Plattformen absichern.

5. **Verankerung eines effektiven „Rechts auf Vergessenwerden"**

   Junge Erwachsene müssen eine rechtliche Handhabe bekommen, detaillierte kindliche Daten und Bilder, die ursprünglich durch die Eltern geteilt wurden, aus Suchmaschinen-Ergebnissen (wie Google) und von Plattformen (Instagram, Facebook) entfernen zu lassen.

6. **Klare Einbeziehung von Family Influencing in das Jugendarbeitsschutzrecht**

   Soweit Kinder regelmäßig und systematisch in monetarisierte Inhalte eingebunden werden, sollte dies ausdrücklich als schutzbedürftige Form von Beschäftigung eingeordnet werden. Für diese Fälle braucht es verbindliche Regelungen zu Mitwirkungszeiten, Ruhezeiten, Aufsicht und Kontrollzuständigkeiten. Wo Kinder nicht nur beiläufig sichtbar werden, sondern wiederkehrend Teil eines kommerzialisierten Geschäftsmodells sind, reichen freiwillige Selbstverpflichtungen nicht aus.

7. **Wirtschaftliche Absicherung durch Treuhandlösungen**

   Soweit Einkünfte ganz oder überwiegend auf der Mitwirkung eines Kindes beruhen, sollte gesetzlich sichergestellt werden, dass ein angemessener Anteil dieser Einnahmen zweckgebunden zugunsten des Kindes zurückgelegt wird. Treuhand- oder Sperrkonten können hier ein geeignetes Instrument sein. Eine solche Regelung darf die Kommerzialisierung von Kindheit nicht legitimieren, sie kann jedoch dort, wo wirtschaftliche Verwertung faktisch stattfindet, einen zusätzlichen Schutz vor einseitiger Ausnutzung schaffen.

Für Ihre Fragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Ihre Ansprechpersonen:

Thordis Bethlehem

Präsidentin Berufsverband Deutscher Psychologinnen und Psychologen e. V. (BDP)

E-Mail: t.bethlehem@bdp-verband.de

Caroline Bechmann

Psychologin M.Sc., systemische Familientherapeutin
Team Kindeswohl und Kinderrechte des BDP

E-Mail: caro.bechmann@gmail.com

Der Berufsverband Deutscher Psychologinnen und Psychologen e. V. (BDP) vertritt die beruflichen Interessen über 10.000 niedergelassener, selbstständiger und angestellter/beamteter Psychologinnen und Psychologen aus allen Tätigkeitsbereichen. Als der anerkannte Berufs- und Fachverband der Psychologinnen und Psychologen ist der BDP Ansprechpartner und Informant für Politik, Medien und die Öffentlichkeit.

Unter der Registernummer R003897 ist der BDP im Lobbyregister für die Interessenvertretung gegenüber dem Deutschen Bundestag und der Bundesregierung eingetragen.

Quellen

Alig, O. (2021). Sharenting, Mama-Blogger, Kinderinfluencer & Co. – Eine rechtliche Betrachtung. In *BPJMAKTUELL* (Vol. 4, pp. 9–10). https://www.bzkj.de/resource/blob/187302/d4d36492d4fd527cbafd76e13ae3ea05/20214-sharenting-mama-blogger-kinderinfluencer-data.pdf

Bhroin, N. N., Dinh, T., Thiel, K., Lampert, C., Staksrud, E., & Ólafsson, K. (2022). The Privacy Paradox by Proxy: Considering predictors of sharenting. *Media and Communication*, *10*(1), 371–383. https://doi.org/10.17645/mac.v10i1.4858

Brosch, A. (2016). When the child is born into the internet: sharenting as a growing trend among parents on facebook. *The New Educational Review*, *43*(1), 225–235. https://doi.org/10.15804/tner.2016.43.1.19

Clark, D. R., & Jno-Charles, A. B. (2025). The child labor in social media: kidfluencers, ethics of care, and exploitation. *Journal of Business Ethics*, *201*(1), 35–62. https://doi.org/10.1007/s10551-025-05953-7

Claßen, J., Schwob, L., Kindling, R., BROST CLAßEN Rechtsanwälte PartG mbB, Campact e.V., & Deutsches Kinderhilfswerk e.V. (2022). *Kindeswohlgefährdung durch kommerzielle Veröffentlichung von Kinderfotos und -videos im Internet*.

Ouvrein, G., & Verswijvel, K. (2019). Sharenting: Parental adoration or public humiliation? A focus group study on adolescents' experiences with sharenting against the background of their own impression management. *Children and Youth Services Review*, *99*, 319–327. https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2019.02.011

Keith, B. E., & Steinberg, S. (2017). Parental sharing on the internet. *JAMA Pediatrics*, *171*(5), 413. https://doi.org/10.1001/jamapediatrics.2016.5059

Kutscher, N. (2021). Schwerpunkt Kinderfotos im Netz – Sharenting, Kinderrechte und Elternverantwortung. In *BPJMAKTUELL* (Vol. 4, Issue 4). https://www.bzkj.de/resource/blob/187300/3a0c8011b9bc75d89ba28cd78a717b6f/20214-kinderfotos-im-netz-data.pdf

Marcia, J. E. (1966). Development and validation of ego-identity status. *Journal of Personality and Social Psychology*, *3*(5), 551–558. https://doi.org/10.1037/h0023281

Michel, M. (2023). Kinder, Eltern, digitale bilder. *Merz | Medien + Erziehung*, *67*(6), 36–48. https://doi.org/10.21240/merz/2023.6.4

Sarkadi, A., Dahlberg, A., Fängström, K., & Warner, G. (2020). Children want parents to ask for permission before 'sharenting.' *Journal of Paediatrics and Child Health*, *56*(6), 981–983. https://doi.org/10.1111/jpc.14945

Siibak, A., & Traks, K. (2019). The dark sides of sharenting. *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*, *11*(1), 115–121. https://doi.org/10.1386/cjcs.11.1.115_1

Tosuntaş, Ş. B., & Griffiths, M. D. (2024). Sharenting: A systematic review of the empirical literature. *Journal of Family Theory & Review*, *16*(3), 525–562. https://doi.org/10.1111/jftr.12566

UNICEF. (2022, May 14). *UN-Kinderrechtskonvention ► inkl. PDF-Download | UNICEF*. Deutsches Komitee Für UNICEF e.V. https://www.unicef.de/informieren/ueber-uns/fuer-kinderrechte/un-kinderrechtskonvention

Verswijvel, K., Walrave, M., Hardies, K., & Heirman, W. (2019). Sharenting, is it a good or a bad thing? Understanding how adolescents think and feel about sharenting on social network sites. *Children and Youth Services Review*, *104*, 104401. https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2019.104401