



Einfluss von Influencer*innen auf Kinder und Jugendliche – Chancen, Risiken



Welche Wirkung haben Influencer*innen auf unsere Kinder? – Von gefährlich bis ermutigend

Stefan Schaper

#Vater

#35Jahre_Internet

#Streaming

#Gamer

#was_mit_Medien

#80er_Jahre_Nerd



Was sind Influencer*innen?

Personen, die über soziale Medien wie YouTube, TikTok, Instagram oder Twitch Inhalte veröffentlichen.

Einfluss auf Meinungen, Konsumverhalten und Selbstbild junger Menschen.

Reichweite und Nähe schaffen Vertrauen: „Wie eine große Schwester“ oder „ein guter Freund“.

Rechtlich spielt sich vieles im Rahmen des Jugendmedienschutzstaatsvertrages (JMStV), nicht im Jugendschutzgesetz (JuSchG).

Heute der Schwerpunkt auf: Körper & Style

You Tube

TikTok



Wenn Influencer*innen positiv wirken #Sinnfluencer*innen

Förderung von Selbstbewusstsein, Kreativität und Engagement.

- Aufklärung über soziale Themen wie Umwelt, Gleichberechtigung, mentale Gesundheit.
- Inspiration zu Selbstverwirklichung und Hobbys.

Beispiele aus Deutschland:

Louisa Dellert – spricht offen über Politik, mentale Gesundheit und Verantwortung.

Rezo – regt politische Bildung und kritisches Denken an.



#BodyPositivity

64

Prozent
der Jugendlichen gehen davon
aus, dass Werbung bei
Influencer*innen immer
gekennzeichnet ist

35

Prozent
haben schon einmal etwas
gekauft, weil es ihnen von einer/-
m Influencer*in empfohlen wurde

18

Prozent
möchten selbst gern Influencer*in
werden
(Quelle: JIM-Studie 2023)

Sind Influencer*innen eine Gefahr für Kinder und Jugendliche?



Nein, aber da Influencer*innen in ihrer Community eine hohe Glaubwürdigkeit und eher den Status von Freund*innen haben, können ihre Botschaften besonders gut verfangen. Kinder und Jugendliche sind gefährdeter als Erwachsene, die versteckten Botschaften nicht als solche zu erkennen und können einfacher manipuliert werden. Sie haben die Verantwortung, dafür zu sorgen, dass ihre jungen Follower*innen nicht mit Inhalten konfrontiert werden, die ihre Entwicklung behindern.

Risiken – Wenn Influencer*innen eher kritisch wirken

Körper- und Schönheitsideale: Vergleichsdruck, Essstörungen, Unzufriedenheit.

#Filter

Versteckte Werbung & Konsumdruck: Product Placements ohne Kennzeichnung.

#Überkommendes_Rollenbild

Desinformation: Halbwahrheiten zu Gesundheit, Politik oder Lifestyle.

#Gesundheitsversprechen

Cybermobbing & Hate Speech: Einfluss auf Kommunikation und Werte.

#Stereotypen

FakeNews & Menschen-/Frauenfeindlichkeit: Einfluss auf politischen Diskurs.

Beispiele aus Deutschland:

AnnKathrin.Martin – Werbung von Nahrungsergänzungsmittel.

MontanaBlack – sexualisierte oder frauenabwertende Aussagen.

Der deutsche Jugendschutz – Rechtlicher Rahmen

#Kein_Schutz_bei_ "Meinung"

Jugendschutzgesetz (JuSchG) &
Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV):
→ Schutz vor entwicklungsbeeinträchtigenden
Inhalten.

Kennzeichnungspflicht von Werbung (UWG, RstV
und TMG).

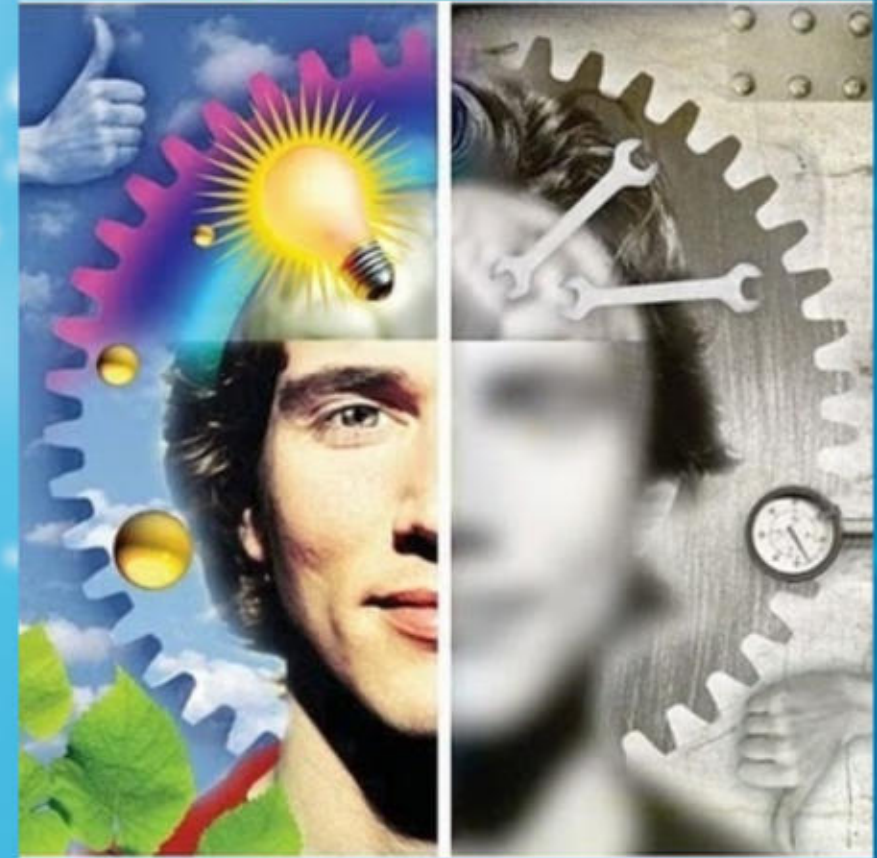
USK-System greift bei Plattformen/Apss, aber
ungeeignet für dynamische Inhalte.

Landesmedienanstalten kontrollieren Influencer-
Werbung und Inhalte.



Medienkompetenz als Schutzstrategie

- Förderung durch Jugendarbeit, Schule, Eltern und Medienbildungseinrichtungen.
- Programme wie:
 - "SCHAU HIN! Was dein Kind mit Medien macht" oder klicksafe.de
- Ziel: Jugendliche sollen Reflexionsfähigkeit entwickeln
"Was steckt hinter dem, was ich sehe?" "



Problem: *Pauschale* Smartphone- oder Handyverbote verhindern den Aufbau von Kompetenz und die Entwicklung von Schutzstrategien.

"Schwimmenlernen ohne Wasser klappt eben nicht."

<https://www.dkhw.de/informieren/im-ueberblick/aktuelles/nachricht/verbotsdebatten-zur-smartphonennutzung-junger-menschen-sind- augenwischerei/>

<https://www.gmk-net.de/2024/12/16/medienkompetenz-foerdern-statt- soziale-medien-verbieten/>



Vielen
Dank und
Zeit für
Fragen.

Zum Mitnehmen. Jederzeit wieder abrufbar.

Sie haben etwas vergessen? Möchten ein wenig tiefer eintauchen? Scannen oder klicken Sie unten, um diese Präsentation zu öffnen. Jederzeit, überall.

[Präsentation ansehen](#)

