

Inhaltsverzeichnis

A. Einleitung	11
B. Der Hintergrund: Soziale Netzwerke und Influencer-Marketing	17
I. Soziale Medien und Netzwerke	17
II. Allgemeines zum Influencer-Marketing	18
III. Formen des Auftritts von Kindern	22
C. Betroffene Rechtsgüter	28
I. Das Recht des Kindes auf (digitale) Entwicklung	28
II. Das Recht des Kindes auf Privatleben	30
III. Das Verbot von Kinderarbeit und dem Kindeswohl abträglicher Ausbeutung	36
IV. Gefahren für das Vermögen des Kindes	43
V. Zwischenfazit	44
D. Der normative Rahmen	46
I. Völkerrecht und Unionsrecht	46
II. Verfassungsrecht und Familienrecht	48
1. Die Grundrechtsposition des Kindes	48
2. Das Elternrecht	49
3. Das Wächteramt des Staates	54
a. Im Allgemeinen	54
b. Im Speziellen: Das Recht auf gewaltfreie Erziehung	56
c. Im Speziellen: Die elterliche Sorge bei kindlichem Erwerbsgeschäft und Vermögen	57
d. Das Recht auf einen „lastenfreien“ Start sowie das Verhältnis von Feststellungen von Kindeswohlgefährdungen im Einzelfall und aufgrund spezieller Normierungen	61

III. Das Recht am eigenen Bild	63
1. §§ 22 ff. KUG	63
a. Bildnis	64
b. Handlungsalternativen	64
c. Einwilligung	66
aa. Rechtsnatur	66
bb. Einwilligungszuständigkeit bei Minderjährigen	67
(1) Einordnung als Realakt	67
(2) Einordnung als Willenserklärung bzw. Anwendbarkeit deren Regelungen	70
(a) Allgemeine Kompetenz	70
(b) Kompetenz beim Sharenting	73
2. § 201a StGB	78
IV. Der Datenschutz	79
V. Der Jugendarbeitsschutz	83
1. Jugendarbeitsschutz im internationalen Recht	83
2. Das Gesetz zum Schutz der arbeitenden Jugend (JArbSchG)	84
a. Allgemeines	84
b. Kinderarbeit ist verboten; hiervon gibt es Ausnahmen. (Nicht: „Kinder dürfen arbeiten; es gibt aber Beschränkungen.“)	87
c. Behördliche Ausnahmen von dem Verbot der Kinderarbeit für Veranstaltungen	88
aa. Allgemeines	88
bb. Das Problem der „Beschäftigung“	90
(1) Gestellte Szene oder doch natürliches Verhalten?	90
(2) Vorliegen einer arbeitnehmerähnlichen Stellung	91
(3) Private Postings	94
d. Zwischenergebnis	95
3. Haltung der Behörden	95
a. Die (fehlende) Relevanz im behördlichen Alltag	96
b. Die Anwendbarkeit des JArbSchG	97
c. Praktische Probleme	98
d. Zwischenergebnis	100
4. Zusammenfassung	101
VI. Jugendmedienschutzstaatsvertrag	101

VII. Selbstverpflichtungen	102
E. Fazit: Es besteht Regulierungsbedarf.	105
F. Ausblick und Zusammenfassung	110
I. Ein rechtsvergleichender Blick nach Portugal und Frankreich	110
1. Portugal: Verbot des <i>Sharenting</i>	110
2. Frankreich: Regulierung der Kinder-Influencer	111
II. Regulierung der Internet-Präsenz von Kindern in Deutschland <i>de lege ferenda</i> (zugleich: Zusammenfassung der wesentlichen Erkenntnisse dieser Arbeit)	113
1. Die Rechte des Kindes auf Schutz und auf Entwicklung als Ausgangspunkt	115
2. Die Differenzierung zwischen kommerziellen und privaten Internetauftritten als Basis	116
3. Das bestehende JArbSchG als Vorbild – aber nicht als Grenze	117
4. <i>Sharenting</i> im Familienrecht	121
5. Keine Arbeit ohne Lohn	122
6. Verantwortung der Plattformbetreiber	124
Anhang	125
Literaturverzeichnis	133
Rechtsprechungsverzeichnis	143