ISSN: 2190-4790

LBzM Ludwigsburger Beiträge zur Medienpädagogik

Online-Magazin des Interdisziplinären Zentrums für Medienpädagogik und Medienforschung an der PH Ludwigsburg

Wenn Kindheit zum Content wird: Psychosoziale Auswirkungen der Monetarisierung von Kindheit und Jugend im Kontext von Kidfluencing

Lara-Marie Bungers

Zusammenfassung

Das Phänomen Kidfluencing markiert eine neue Qualität der digitalen Präsenz von Kindern, bei der die Grenze zwischen privater Selbstdarstellung und kommerzieller Verwertung zunehmend verschwimmt. Kinder und Jugendliche treten weltweit als Akteur*innen in monetarisierten Social-Media-Formaten auf, wobei die psychosozialen Konsequenzen dieser frühen Exposition oft im Schatten ökonomischer Erfolgsgeschichten bleiben. Im Fokus dieses Beitrags stehen ebendiese psychosozialen Auswirkungen auf diejenigen Kinder und Jugendlichen, die selbst in monetarisierten Social-Media-Inhalten auftreten oder unmittelbar daran beteiligt sind.

Der Artikel präsentiert die Ergebnisse eines Scoping Reviews, das den aktuellen Forschungsstand zu den Auswirkungen dieser Entwicklung systematisch kartiert. Unter Anwendung des PCC-Schemas (Population, Concept, Context) und orientiert an den PRISMA-ScR-Richtlinien wurden 22 Primärquellen aus dem Zeitraum 2014 bis 2025 analysiert. Die Synthese der Befunde identifiziert fünf zentrale Belastungskategorien: (1) Einschränkungen von Autonomie und Privatsphäre, (2) Leistungsdruck-Dynamiken und familiäre Rollenkonflikte, (3) emotionale und psychische Belastungen, (4) Beeinträchtigungen der kindlichen Identitätsentwicklung sowie (5) soziale Isolation und Stigmatisierung innerhalb der Peer-Beziehungen. Die Befunde werden anschließend eingeordnet und bieten so eine Grundlage für spätere Implikationen für Familien, pädagogische Akteur*innen, Plattformbetreiber*innen und Gesetzgeber.

Schlüsselbegriffe: ● *Kidfluencing* ● *Social-Media* ● *psychosoziale Auswirkungen* ● *Monetarisierung* ● *Medienpädagogik*

Einleitung: Aufwachsen im Licht des Algorithmus

Die Digitalisierung hat die Lebenswelt von vielen Kindern und Jugendlichen grundlegend transformiert (vgl. Autenrieth 2017). Social-Media-Plattformen fungieren nicht mehr lediglich als Werkzeuge der Kommunikation, sondern als zentrale Orte der Sozialisation. Aktuelle Daten belegen, dass im Februar 2025 etwa 5,24 Milliarden Menschen – rund 63,9 % der Weltbevölkerung – aktiv Social-Media-Accounts nutzen (vgl. We Are Social/Meltwater 2025). In dieser Umgebung wachsen Kinder heute von Geburt an mit mobilen Endgeräten auf, wobei soziale Medien zu einem integralen Bestandteil der familiären Habitualisierung werden (vgl. Autenrieth 2017).

Im Zuge dieser Entwicklung ist das Berufsbild der Kidfluencer*innen entstanden. Insbesondere bei jüngeren Kindern wird die mediale Präsenz dabei häufig durch die Eltern hergestellt und verwaltet. Die Eltern übernehmen die Arbeit im Hintergrund, während die Kinder vor der Kamera stehen (vgl. Knabenschuh/Schülke 2020). Kidfluencing ist daher nicht ausschließlich als Form kindlicher Mediennutzung, sondern zugleich als elterlich mitgestaltete Medienpraxis zu verstehen.

Kidfluencer*innen sind im vorliegenden Beitrag Kinder und Jugendliche unter 18 Jahren, die in Social-Media-Inhalten auftreten, mit denen Reichweite generiert und kommerzielle Absichten verfolgt werden. Der Begriff wird bewusst weit gefasst und schließt auch Kinder ein, die Teil von Familien-Accounts oder elterlichen Social-Media-Aktivitäten sind, sofern die Darstellung reichweitenorientierten und/oder kommerziellen Zwecken dient. Monetarisierung bezeichnet in dem Zusammenhang die wirtschaftliche Verwertung digitaler Inhalte, beispielsweise durch den Verkauf eigener Produkte (vgl. Hua et al. 2022).

Prominente Beispiele wie Ryan Kaji illustrieren das enorme ökonomische Potenzial: Seine Eltern starteten den ursprünglich als Familienchronik geplanten YouTube-Kanal, als er gerade mal drei Jahre alt war. Bereits vier Monate später stiegen die Klickzahlen seiner Videos in die Millionenhöhe und die Eltern begannen, den Content zusätzlich zu monetarisieren (vgl. Gagne 2024). Im Jahr 2024 erzielte der Kanal ein geschätztes Einkommen von rund 35 Millionen US-Doller durch Werbeeinahmen, Lizenzprodukte und Merchandising (vgl. Bertoni 2024). Neben dem kommerziellen Potenzial verweisen Berichte heute erwachsener ehemaliger Kidfluencer*innen auf die möglichen negativen Folgen der öffentlichen Darstellung. Cam Barrett, eine ehemalige Kidfluencerin, berichtet rückblickend von massiven Eingriffen in die Privatsphäre und einer Objektivierung durch sexualisierte Kommentare, da intime Details ohne echte Widerspruchsmöglichkeit veröffentlicht wurden (vgl. Yoo et al. 2023). Diese Entwicklungen verdeutlichen, wie stark wirtschaftliches Interesse und das Aufwachsen von Kindern im Netz miteinander verknüpft sind.

Die öffentliche und kommerzialisierte Darstellung von Kindern berührt zugleich zentrale kinderrechtliche Schutz- und Beteiligungsansprüche. Die UN-Kinderrechtskonvention bildet hierfür den internationalen normativen Referenzrahmen, der für den digitalen Raum durch den General Comment No. 25 konkretisiert wurde. Von besonderer Bedeutung sind das vorrangig zu berücksichtigende Kindeswohl nach Art. 3, der Schutz der Privatsphäre nach Art. 16 sowie der Schutz vor wirtschaftlicher Ausbeutung und vor Arbeit, die Erziehung, Gesundheit oder Entwicklung beeinträchtigen kann, nach Art. 32 (vgl. United Nations 1989; Committee

on the Rights oft he Child 2021). Zudem gelten Kinder online als besonders schutzbedürftig, da sie aufgrund mangelnder Erfahrung die langfristigen Risiken einer digitalen Präsenz noch gar nicht vollumfänglich begreifen können (vgl. United Nations Childrens Fund 2017).[1]

Die Entwicklung von Social Media in den letzten Jahren wirft mit Blick auf die frühe Exposition von Kindern auf diversen Plattformen und das damit verbundene monetäre Potenzial neue wissenschaftliche Fragestellungen auf. Vorangegangene Studien zu Kidfluencing und angrenzenden Phänomenen behandelten insbesondere Fragen des Datenschutzes sowie die Rolle der Eltern bei der medialen Inszenierung der eigenen Kinder (vgl. Blum-Ross/Livingstone 2017; Dreyer et al. 2019). Relevante Aspekte wie die frühe mediale Exposition, die fehlende Trennung von Arbeit und Privatleben durch die Monetarisierung der geführten Accounts (vgl. Blum-Ross/Livingstone 2017) sowie ein möglicherweise entstehender Leistungsdruck durch die mediale Darstellung der eigenen Person wurden hinsichtlich Kidfluencer*innen bislang nur unzureichend zusammengeführt. Obwohl Kidfluencing ein wachsendes ökonomisches Potenzial und damit auch zunehmendes gesellschaftliches und wissenschaftliches Interesse mit sich bringt, ist der Forschungsstand zu den psychosozialen Auswirkungen auf die betroffenen Kinder bislang fragmentiert. Bisherige Studien untersuchen unter anderem die Auswirkungen von Kidfluencer*innen auf Kinder, die entsprechende Inhalte konsumieren (vgl. Freeman/Dardis 2022; Rasmussen et al. 2022), während die Perspektive der selbst auf Social Media dargestellten Kinder bislang weniger systematisch betrachtet wird. Gleichzeitig liegen bereits verschiedene Arbeiten vor, die einzelne psychosoziale Aspekte dieser medialen und kommerziellen Exposition thematisieren. Die Forschungslücke besteht damit nicht in einem grundsätzlichen Fehlen wissenschaftlicher Arbeiten zu Kidfluencing, sondern in der bislang fehlenden systematischen Zusammenführung der (z. T. heterogenen) Erkenntnisse zu den psychosozialen Auswirkungen auf die betroffenen Kinder selbst. Gerade aufgrund des bereits bestehenden, jedoch über unterschiedliche disziplinäre und methodische Zugänge verteilten Forschungsstandes eignet sich ein Scoping Review, um die vorhandene Evidenz systematisch zu kartieren, zentrale Themenbereiche herauszuarbeiten und bestehende Wissenslücken zu identifizieren. Auf dieser Grundlage können zugleich Ansatzpunkte für zukünftige Forschung und erste praktische Implikationen abgeleitet werden. Ziel des vorliegenden Scoping Reviews ist es daher, den aktuellen Forschungsstand zu den psychosozialen Auswirkungen der frühen Social-Media-Exposition und der monetarisierten Online-Präsenz von Kindern systematisch darzustellen. Im Fokus steht die deskriptive Kartierung der in der bestehenden Literatur berichteten Phänomene. Wirkungs- oder Prävalenzschätzungen werden nicht vorgenommen.

Die zentrale Forschungsfrage lautet: Welche psychosozialen Auswirkungen der frühen Social-Media-Exposition und der monetarisierten Online-Präsenz von Kindern werden in der aktuellen forschungsbasierten Literatur beschrieben?

[1] Die Kinderrechte dienen in meiner Untersuchung nicht als Grundlage für die Identifikation der psychosozialen Auswirkungen, sondern als normativer Bezugsrahmen für die spätere Einordnung derer und die Ableitung von Schutz- und Beteiligungsimplikationen.

Methodik des Scoping Review

Ziel des Scoping Review ist es, den aktuellen Forschungsstand zu den psychosozialen Auswirkungen der frühen Social-Media-Exposition und Monetarisierung von Kindheit und Jugend systematisch darzustellen, unabhängig davon, ob es sich um aktive Kidfluencer oder passiv eingebundene Kinder handelt. Im Fokus steht die deskriptive Kartierung berichteter Phänomene. Zentral soll herausgearbeitet werden, welche Risiken und potenziellen Belastungen für die kindliche Entwicklung bisher identifiziert wurden, während mögliche Implikationen erst in der Diskussion kontextualisiert werden. Zur Konkretisierung der Forschungsfrage wurde nach den Empfehlungen der JBI-Guidance (vgl. Peters et al. 2020) das Population-Concept-Context (PCC)-Schema verwendet. Tabelle 1 gibt einen Überblick über die nach dem Schema definierten Schwerpunkte.

Komponente	Definition
Population	Kinder und Jugendliche, die in monetarisierten Social-Media-Inhalten auftreten oder direkt daran beteiligt sind.
Concept	Psychosoziale Auswirkungen (emotional, sozial, kognitiv) der Social-Media-Exposition und Monetarisierung.
Context	Öffentlich sichtbare Social-Media-Plattformen und digitale Inhalte weltweit.

Tabelle 1: Eigene Darstellung des PCC-Schemas in Anlehnung an Peters et al. (2020).

Die Suchstrategie folgte dem dreistufigen Verfahren gemäß JBI (vgl. Peters et al. 2020). Zunächst wurde eine explorative Vorabrecherche in Google Scholar und DeepDyve durchgeführt, um zentrale Schlüsselbegriffe zu identifizieren. Anschließend wurden Synonyme für die PCC-Komponenten mithilfe logischer Operatoren kombiniert. Zu den zentralen Suchbegriffen gehörten *kidfluencer*, *child influencer* und *family blog* für die Population, *monetization*, *commercialization* und *sponsoring* für die Monetarisierung sowie *psychosocial*, *psychological*, *mental health*, *well-being* und *identity development* für psychosoziale Auswirkungen. Als Kontextbegriffe wurden *social media*, *YouTube*, *TikTok* und *Instagram* verwendet.

Die systematische Literatursuche wurde in Google Scholar, APA PsycInfo, APA PsycArticles, PsycBooks und Business Source Premier durchgeführt. Ergänzend erfolgte eine Handsuche in den Literaturverzeichnissen relevanter Quellen sowie auf der Website des Deutschen Kinderhilfswerkes. Der letzte Suchstichtag war der 7. August 2025.

Eingeschlossen wurden deutsch- und englischsprachige Quellen aus den Jahren 2014 bis einschließlich 2025. Berücksichtigt wurden wissenschaftliche Arbeiten empirischer und theoretischer Natur, rechtliche Analysen, Berichte von Nichtregierungsorganisationen, Policy Papers sowie qualitativ hochwertige Medienberichte großer Medienhäuser (z. B. The New York Times; The Guardian). Thematisch wurden Quellen eingeschlossen, wenn sie sich mit Kindern oder Jugendlichen befassten, die selbst als Kidfluencer auf Social Media auftreten, und psychosoziale Auswirkungen der Monetarisierung dieser Inhalte untersuchten oder beschrieben.

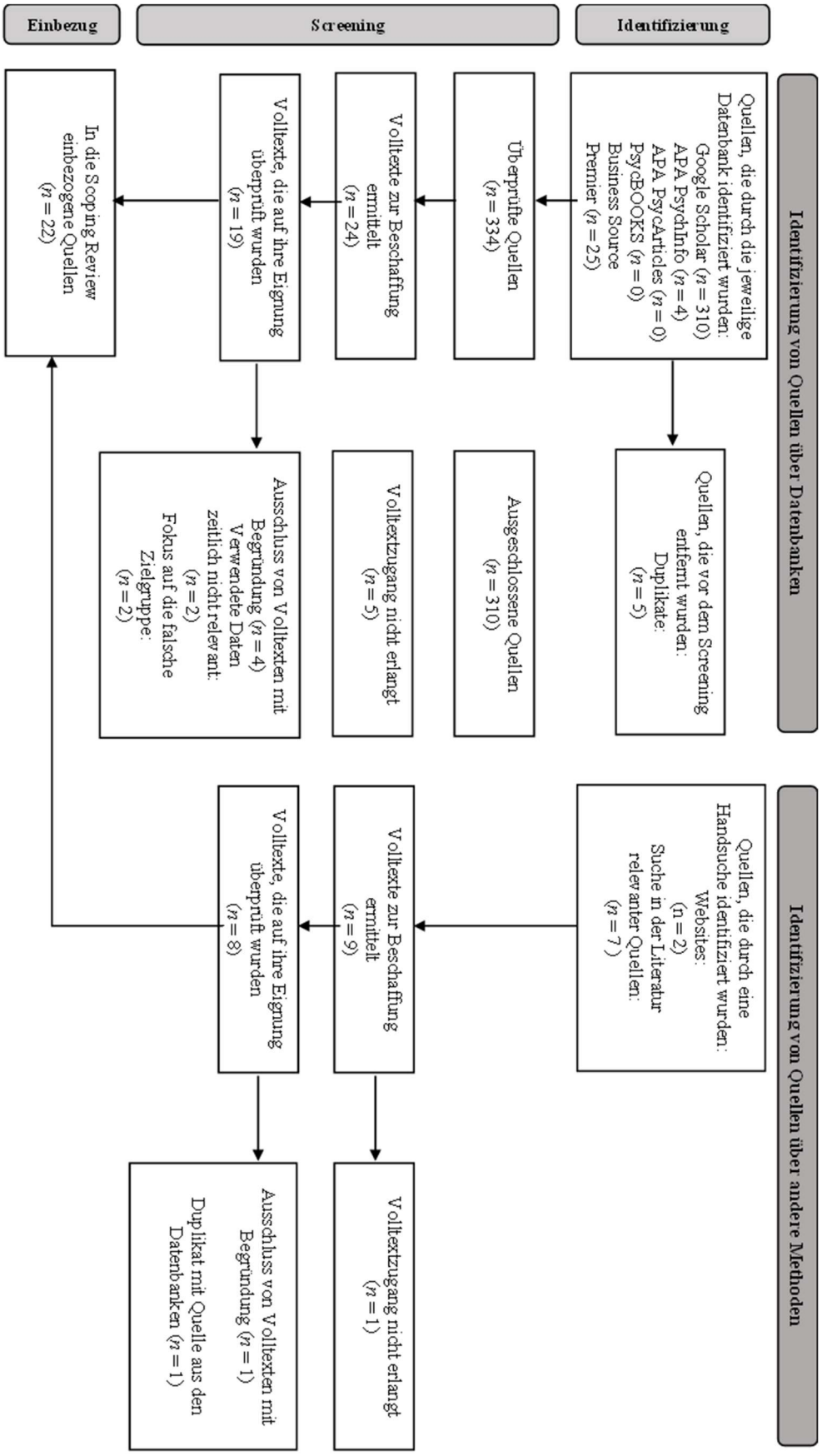


Abbildung 1: PRISMA-Flussdiagramm zur Identifikation und Auswahl der Evidenz – Eigene Darstellung in Anlehnung an Page et al. (2021).

Ausgeschlossen wurden Beiträge, die sich ausschließlich auf Kinder als Rezipientinnen von Kidfluencer-Content, nicht monetarisierte Social-Media-Aktivitäten oder allgemeine Mediennutzung ohne Bezug zu sozialen Medien bezogen. Titel-, Abstract- und Volltextscreening habe ich eigenständig durchgeführt; ein formales Doppel-Screening fand nicht statt. Der Suchprozess identifizierte insgesamt 348 Datensätze. Nach dem mehrstufigen Screening sowie der Entfernung von Duplikaten wurden 22 Quellen in die Synthese eingeschlossen.

In einer standardisierten Extraktionstabelle wurden Autor*in, Erscheinungsjahr, Titel, Publikationsart, Land, Sprache, Methodik, Zielsetzung und die für die Forschungsfrage relevanten Erkenntnisse erfasst.Die Analyse erfolgte als deskriptive Datenerfassung gemäß JBI mit anschließender thematischer Bündelung. Zur Orientierung wurden Grundprinzipien der thematischen Analyse nach Virginia Braun und Victoria Clarke (2006) herangezogen. Eine vollumfängliche thematische Analyse wurde nicht durchgeführt, da das Ziel des Scoping Reviews in der deskriptiven Kartierung und systematischen Bündelung der in der Literatur berichteten psychosozialen Auswirkungen und nicht in einer vertiefenden interpretativen Analyse des Datenmaterials lag. Die extrahierten Informationen wurden zunächst offen kodiert und wiederkehrende Aussagen identifiziert. Die daraus abgeleiteten Codes wurden anschließend zu thematischen Kategorien zusammengeführt.

Ein formaler Reliabilitätsvergleich erfolgte aufgrund der Solo-Kodierung nicht. Ebenso wurde keine formale kritische Qualitätsbewertung der eingeschlossenen Quellen vorgenommen, da bei Scoping Reviews primär die Breite und Struktur der vorhandenen Evidenz erfasst werden und eine formale Qualitätsbewertung nicht zwingend Bestandteil des Vorgehens ist (vgl. Peters et al., 2020). Zur Sicherung der Nachvollziehbarkeit wurde ein Audit-Trail aus Suchprotokoll, Screening-Übersicht, Extraktionstabelle und Codebook geführt.

Ergebnisse: Psychosoziale Auswirkungen der frühen Social-Media-Exposition

Die eingeschlossenen Evidenzquellen wurden zwischen 2019 und 2025 veröffentlicht. Geografisch liegen die Quellen vor allem in Nordamerika und Europa. Zusätzlich sind Beiträge aus Indonesien, Israel und Südkorea vertreten. Hinsichtlich der Publikationsarten überwiegen Fachartikel, ergänzt durch Masterarbeiten, journalistische Online-Artikel, empirische qualitative Studien, ein Konferenzband, eine ethnografische qualitative Studie, eine normative Literaturrecherche, ein Dossier und ein Rechtsgutachten. Methodisch dominieren qualitative Designs, ergänzt durch juristisch-normative und weitere theoretisch-analytische Zugänge.

Die thematische Analyse identifizierte fünf Hauptkategorien psychosozialer Auswirkungen: Einschränkung von Autonomie und Privatsphäre (20/22), Leistungsdruck und familiäre Rollenkonflikte (19/22), emotionale und psychische Belastungen (14/22), Beeinträchtigungen der kindlichen Entwicklung (14/22) sowie soziale Isolation und Stigmatisierung (10/22). Die Häufigkeiten basieren auf einer Präsenzkodierung pro Quelle und Hauptkategorie mit maximal einer Zählung je Quelle und Kategorie.

1. Einschränkung von Autonomie und Privatsphäre (20/22 Quellen)

Die Mehrheit der eingeschlossenen Quellen thematisiert den Verlust von Privatsphäre und mangelnde Autonomie als zentrale psychosoziale Auswirkungen der Tätigkeit als Kidfluencer*innen. Wiederholt wird betont, dass die veröffentlichten Inhalte dauerhaft online

verfügbar bleiben und somit der Kontrolle der Kinder entzogen werden (vgl. Masterson 2021; Shomai/Unwin/Sealey 2024). Dabei handelt es sich teilweise auch um intime oder potenziell beschämende Momente, die öffentlich zugänglich gemacht werden (vgl. Amalia et al. 2024; Clark/Jno-Charles 2025; Rees 2025).

Mehrere Quellen berichten zudem von Fremdbestimmung durch die Eltern. Die frühe Exposition erfolgt teilweise ohne ausdrückliche Zustimmung der betroffenen Kinder; selbst bei geäußertem Widerspruch werden Kinder weiterhin in Inhalten gezeigt (vgl. Astuti 2023; Maheshwari 2019). Auch wenn die Eltern Inhaber*innen der Accounts sind, tragen Kinder die Last einer dauerhaften öffentlichen Identität, ohne über diese umfassend mitbestimmen zu können (vgl. Amalia et al. 2024).

Besonders hervorgehoben wird das Ungleichgewicht zwischen der Inszenierung durch die Eltern und der eigenen Selbstdarstellung der Kinder, das als *parental authenticity paradox* bezeichnet wird (vgl. Van den Abeele/Hudders/Vanwesenbeeck 2024). Kinder reagieren darauf teilweise mit eigenen privaten Profilen unter Pseudonym, um dort nach ihrer eigenen Selbstauffassung posten zu können.

Mehrere Arbeiten weisen zudem auf die Unumkehrbarkeit viraler Inhalte und die Gefahr des Identitätsdiebstahls hin (vgl. Claßen/Schwob/Kindling 2024; Harrington 2025; Rees 2025). Kidfluencing kann darüber hinaus mit mangelnder Spontanität und starker elterlicher Kontrolle verbunden sein, wodurch die Selbstbestimmung ebenfalls eingeschränkt wird (vgl. Freitas et al. 2024; Morley 2021).

2. Leistungsdruck und familiäre Rollenkonflikte (19/22 Quellen)

Mehrere Quellen dokumentieren anhaltenden Leistungsdruck, der mit der Schnelllebigkeit sozialer Medien und den dort vorherrschenden Erwartungshaltungen verbunden ist (vgl. Dreyer et al. 2022; Fineman 2023; Hern 2019; McGrath 2023; Shomai/Unwin/Sealey 2024). Kinder übernehmen teilweise bereits in jungen Jahren eine aktive Rolle in der Content-Produktion und zunehmend Verantwortung dafür (vgl. Carrêlo 2022). Der Übergang von einer beiläufigen Beteiligung zu dauerhafter Präsenz wird als potenziell belastend beschrieben, da Kinder in arbeitsähnliche Routinen eingebunden werden.

Ein zentrales Thema ist der familiäre Erwartungsdruck. Dawn Clark und Aliana Jno-Charles (2025) beschreiben die Doppelrolle der Eltern als Bezugspersonen und faktische Arbeitgeber*innen. Sarah Morley (2021) und Faye Rees (2025) heben hervor, dass die Hemmschwelle, den eigenen Eltern zu widersprechen, dazu führen kann, dass Kinder sich der Mitwirkung nur schwer entziehen können.

Mehrere Quellen berichten zudem von Konflikten zwischen monetären Interessen und Kindeswohl (vgl. Freitas et al. 2024; Van den Abeele/Hudders/Vanwesenbeeck 2024). Finanzielle Abhängigkeiten innerhalb der Familie können den Druck verstärken; teilweise fungieren die Kinder als wesentliche Einkommensquelle der Familie (vgl. Freitas et al. 2024; Maheshwari 2019; Permanasari 2021). Auch lange Arbeitszeiten, die Inszenierung kindlicher Emotionen und kontinuierlicher Content-Druck werden beschrieben (vgl. Divon/Annabell/Goanta 2025; Lee/Leaver/Abidin 2024; McGrath 2023).

3. Emotionale und psychische Belastung (14/22 Quellen)

Mehrere Quellen berichten von Stress und Erschöpfung im Zusammenhang mit kontinuierlicher Inhaltserstellung und den damit verbundenen Erwartungshaltungen (vgl. Lee/Leaver/Abidin 2024; Masterson 2021; Morley 2021; Shomai/Unwin/Sealey 2024). Beschrieben wird ein Gefühl anhaltender Spannung sowie die Angst vor Irrelevanz, wenn Kidfluencer*innen ihre gewohnte Leistung nicht mehr erbringen.

Darüber hinaus wird psychologischer Druck durch externe Erwartungen beschrieben. Kidfluencer*innen passen Inhalte teilweise entgegen eigenen Präferenzen an, um Eltern oder Kooperationspartner aus der Wirtschaft zufriedenzustellen (vgl. Van den Abeele/Hudders/Vanwesenbeeck 2024). Auch wertende oder aggressive Kommentare sowie übergriffiges Verhalten werden als emotional belastend beschrieben (vgl. De Veirman et al. 2020; Dreyer et al. 2022).

Martha Fineman (2023) berichtet von Scham, Entwürdigung und Hilflosigkeit im Kontext öffentlicher Exposition. Rees (2025) beschreibt einen besonders schwerwiegenden Fall, in dem ein Kind nach einem viral verbreiteten beschämenden Moment verspottet und mit suizidbezogenen Kommentaren konfrontiert wurde. Das betroffene Kind berichtete von Wertlosigkeitsgefühlen und Suizidgedanken.

Mehrere Quellen beschreiben zudem eingeschränkte Rückzugsmöglichkeiten und eine wahrgenommene Dauerpräsenz (vgl. Harrington 2025; Permanasari 2021).

4. Beeinträchtigung der kindlichen Entwicklung (14/22 Quellen)

Ein wiederkehrendes Thema ist die Verschmelzung des medialen mit dem persönlichen Selbstbild (vgl. Shomai/Unwin/Sealey 2024; Van den Abeele/Hudders/Vanwesenbeeck 2024). Mehrere Quellen berichten von Schwierigkeiten, zwischen öffentlicher Online-Identität und tatsächlichem Selbst zu unterscheiden. Die öffentliche Identität kann dabei von der eigenen Selbstwahrnehmung abweichen (vgl. Morley 2021; Van den Abeele/Hudders/Vanwesenbeeck 2024).

Dieses Erleben wird von einzelnen Betroffenen mit dem Gefühl beschrieben, ein Produkt zu sein (vgl. Fineman 2023; Shomai/Unwin/Sealey 2024). Mehrere Quellen verweisen auf eine Kommodifizierung der Kinder, also deren Behandlung als Ware oder Arbeitskraft (vgl. Astuti 2023; Dreyer et al. 2022; Lee/Leaver/Abidin 2024) bzw. eine Objektivierung als Werbefigur, welche wiederum mit Risiken für die Persönlichkeitsentwicklung verbunden ist (vgl. Claßen/Schwob/Kindling 2024).

Zudem werden Beeinträchtigungen von Bildungswegen und Bildungserfolg thematisiert. Rees (2025) sowie Jihye Lee, Tama Leaver und Crystal Abidin (2024) berichten von einer Vernachlässigung schulischer Verpflichtungen zugunsten der Content-Produktion. Shani Shomai, Peter Unwin und Catherine Sealey (2024) beschreiben Schwierigkeiten, die zeitaufwendige Tätigkeit als Kidfluencer*in mit schulischen Verpflichtungen in Einklang zu bringen.

5. Soziale Isolation und Stigmatisierung (10/22 Quellen)

Mehrere Quellen dokumentieren Beeinträchtigungen von Peer-Beziehungen und Gefühle sozialer Entfremdung (vgl. Clark/Jno-Charles 2025; Shomai/Unwin/Sealey 2024). Shomai, Unwin und Sealey (2024) berichten von Schwierigkeiten, zwischen vertrauensbasierten und nut-

zenorientierten Freundschaften zu unterscheiden, sowie von Einsamkeit trotz hoher Followerzahlen. Weitere Quellen beschreiben Cybermobbing, aggressive Kommentare und Online-Bedrohungen (vgl. Clark/Jno-Charles 2025; McGinnis 2022; Rees 2025). Ein zusätzliches Risiko besteht darin, dass Inhalte von Kidfluencer*innen in sexualisierten beziehungsweise pädokriminellen Kontexten verwendet werden oder Kinder gezielt kontaktiert werden (vgl. Shomai/Unwin/Sealey 2024; Van den Abeele/Hudders/Vanwesenbeeck 2024). Auch Permanasari (2021) weist auf Risiken sexueller Darstellung und des Missbrauchs von Inhalten hin.

Diskussion

Autonomie, Privatsphäre und kontextuelle Integrität

Die Ergebnisse des Scoping Reviews zeigen fünf miteinander verbundene Bereiche psychosozialer Auswirkungen. Besonders häufig werden Einschränkungen von Autonomie und Privatsphäre sowie Leistungsdruck und familiäre Rollenkonflikte beschrieben.

Die Befunde zu Autonomie und Privatsphäre lassen sich über Helen Nissenbaums (2010) Konzept der kontextuellen Integrität einordnen. Privatheit basiert danach nicht ausschließlich auf Geheimhaltung, sondern auf der Einhaltung kontextspezifischer Informationsnormen. Die Reviewbefunde zeigen, dass die Kontrolle der Kinder über die eigene Selbstdarstellung insbesondere dann eingeschränkt wird, wenn familiäre Inhalte dauerhaft öffentlich verfügbar und durch Plattformmechanismen in neue Kontexte überführt werden. Ein ursprünglich im familiären Zusammenhang erstellter Inhalt kann dadurch eine andere soziale Bedeutung erhalten.

Diese Perspektive bietet zugleich einen Erklärungsrahmen für die Zusammenhänge zwischen dauerhafter Sichtbarkeit, eingeschränkter Autonomie, Stigmatisierung und belasteten Peer-Beziehungen.

Mediensozialisation und Partizipation

Die Ergebnisse sind zugleich aus einer Perspektive der Mediensozialisation relevant. Kinder und Jugendliche bewegen sich in einer Partizipationskultur, in der Produzieren, Weiterverbreiten und Teilen zentrale Praktiken darstellen und Anerkennung sowie Sichtbarkeit fortlaufend über Peer-Feedback, Likes und Kommentare ausgehandelt werden (vgl. Jenkins et al. 2009). Forschung zu Kindern, Daten und Privatsphäre verweist ergänzend auf frühe digitale Datenspuren, elterliche Vermittlungsprozesse und ungleiche Kompetenzlagen im Umgang mit plattformseitigen Anforderungen (vgl. Livingstone et al. 2019).

Vor diesem Hintergrund lassen sich mehrere der kartierten Muster gemeinsam einordnen. Die Aushandlung von Sichtbarkeit kann Leistungsdruck und familiäre Rollenanforderungen verstärken, während frühe elterlich mitgeprägte digitale Fußabdrücke und Plattformdesigns Autonomie und Privatsphäre strukturell begrenzen. Gleichzeitig zeigen die Ergebnisse emotionale Belastungen sowie peerbezogene Spannungen bis hin zu Stigmatisierung.

Plattformökonomie, Leistungsanforderungen und Selbstbestimmung

Die beschriebenen Leistungs- und Rollenkonflikte sowie emotionalen Belastungen lassen sich zusätzlich vor dem Hintergrund plattformökonomischer Anreizstrukturen betrachten. Unter Rückgriff auf das Job-Demands-Resources-Modell (vgl. Bakker/Demerouti/Sanz-Vergel 2023) treffen hohe Anforderungen wie kontinuierliche Content-Produktion, Interaktionslast

und Sichtbarkeitsanforderungen auf teilweise geringe Ressourcen wie mangelnde Autonomie und fehlende Trennung zwischen privatem Rückzugsraum und Produktionsort.

Ergänzend bietet die Selbstbestimmungstheorie nach Edward Deci und Richard Ryan (2000) einen Erklärungsrahmen für die beschriebenen Autonomie- und Motivationskonflikte. Die Befunde zu Fremdbestimmung, elterlichem Erwartungsdruck und der Anpassung von Inhalten an Marken oder Publikum weisen auf Kontexte hin, in denen die psychischen Grundbedürfnisse nach Autonomie, Kompetenzerleben und sozialer Eingebundenheit (vgl. ebd.) unter Druck geraten können.

Die herangezogenen theoretischen Modelle belegen dabei nicht selbst die psychosozialen Auswirkungen, sondern dienen der Interpretation der im Review kartierten Befunde. Dadurch werden theoretische Fundierung und empirische Ergebnisse miteinander verbunden, ohne theoretische Annahmen als Review-Befunde auszugeben.

Implikationen für Forschung und Praxis

Aus der Kartierung der Befunde ergeben sich dringende Handlungsbedarfe, um die psychosoziale Integrität von Kindern trotz der Creator-Ökonomie langfristig zu sichern.

Praktische Empfehlungen

Für die Familien der Kidfluencer sind prozessuale Absicherungen des Produktionsalltags unerlässlich, um die kindliche Autonomie systematisch zu schützen (vgl. Committee on the Rights of the Child 2021). Ein zentrales Instrument bildet der *Child-First-Check* vor jeder Veröffentlichung: Hierbei sollten Eltern kritisch nach dem Zweck, der Notwendigkeit sowie der potenziellen künftigen Blamage oder Stigmatisierung durch den Inhalt fragen (vgl. Hajok/Wüstefeld 2020; Polster 2021). Ergänzend sind prozessuale *Assent-Verfahren* zu etablieren, die eine regelmäßig überprüfte und jederzeit widerrufbare Zustimmung des Kindes vorsehen und somit weit über eine einmalige Einwilligung hinausgehen (vgl. Harrington 2025).

Um den häuslichen Schutzraum zu bewahren, sollten Familien klare *No-Go-Zonen* für intime Inhalte sowie verlässliche kamerafreie Zeiten definieren (vgl. Masterson 2021). Da Eltern in diesem Kontext zugleich als Erziehende und faktische Arbeitgeber*innen agieren, ist eine Sensibilisierung für Belastungssymptome wie Gereiztheit oder sozialen Rückzug notwendig (vgl. Polster 2021). Dabei ist zu berücksichtigen, dass problematische Praktiken im Bereich des Kidfluencings möglicherweise nicht ausschließlich aus dem Gewinnstreben der Eltern entstehen, sondern auch auf Unwissenheit über mögliche Folgen und eine fehlende (Medien-)Kompetenz zurückzuführen sein können. Eine entsprechende Aufklärung und Sensibilisierung der Eltern kann daher präventiv dazu beitragen, mögliche Belastungen für die betroffenen Kinder frühzeitig zu erkennen und zu reduzieren.

In finanzieller Hinsicht wird eine transparente Dokumentation der Einnahmen sowie deren anteilige, treuhänderische Sicherung auf zweckgebundenen Konten empfohlen. Dadurch soll gewährleistet werden, dass die durch die Mitwirkung des Kindes generierten Einnahmen nicht vollständig durch die Eltern verwaltet oder bereits frühzeitig aufgebraucht werden, bevor das Kind hierfür ein Bewusstsein für die eigene wirtschaftliche Beteiligung entwickelt. Vertei-

lungskonflikte können insbesondere dann entstehen, wenn im späteren Verlauf unklar ist, welcher Anteil der erzielten Einnahmen dem Kind zusteht oder bereits für familiäre Zwecke verwendet wurde (vgl. Masterson 2021; Stenner 2021). Aus pädagogischer Perspektive ist dabei besonders zu berücksichtigen, dass Kinder entsprechend ihres Alters und Entwicklungsstandes über die wirtschaftlichen Zusammenhänge ihrer medialen Tätigkeit aufgeklärt und zunehmend in die sie betreffenden Entscheidungen einbezogen werden sollten. Dadurch kann neben dem finanziellen Schutz auch ein kritisches Verständnis der kommerziellen Strukturen und Interessen hinter der eigenen Social-Media-Präsenz gefördert werden (vgl. Livingstone/Stoilova/Nadagiri 2019; Committee on the Rights of the Child 2021).

Plattformen und Politik

Auf technischer Ebene ist eine konsequente Umsetzung von *Privacy-by-Default*-Einstellungen für Minderjährige zu fordern, um Datenflüsse und Sichtbarkeiten präventiv zu begrenzen (vgl. European Commission 2025). Plattformen sollten zudem spezifische *Takedown-Shortcuts* für Content mit Kindern, kontextbezogene Warnhinweise beim Upload sensibler Inhalte sowie automatisierte *Pausen-Prompts* implementieren, um algorithmischen Leistungsdruck abzumildern (vgl. Information Commissioner's Office 2020).

Rechtlich bietet das französische Modell (vgl. Loi n° 2020-1266) eine maßgebliche Orientierung für nationale Gesetzgebungen: Es ordnet die kommerzielle Online-Tätigkeit von Kindern unter 16 Jahren arbeitsrechtlich ein, legt Genehmigungspflichten fest und sichert Einnahmen verbindlich auf Treuhandkonten bis zur Volljährigkeit (vgl. Loi n° 2020-1266 2020). Ergänzend verdeutlichen internationale Ansätze, wie etwa die Regelungen in Illinois, die Notwendigkeit einer treuhänderischen Absicherung kindlicher Einkünfte aus monetarisiertem Content (vgl. Illinois General Assembly 2024).

Forschungsbedarfe

Die zukünftige Forschung muss den Übergang von der deskriptiven Kartierung hin zu kausalen Analysen vollziehen (vgl. Munn et al. 2018). Vorrangig ist der Aufbau belastbarer Evidenz durch längsschnittliche Designs, die Stress, Erschöpfung und die Angst vor Irrelevanz in wiederkehrenden Produktionsroutinen erfassen (vgl. Peters et al. 2020). Hierbei gilt es insbesondere zu klären, in welchem Ausmaß die öffentliche Online-Identität in das Selbstkonzept hineinwirkt und welche Formen der Mitbestimmung das Risiko einer *Selbstobjektivierung* zuverlässig mindern können (vgl. Van den Abeele/Hudders/Vanwesenbeeck 2024). Methodisch bieten sich hierfür alltagsnahe Messprogramme wie Experience Sampling an, um Belastungsmuster unmittelbar im familiären Produktionskontext sichtbar zu machen (vgl. Shomai/Unwin/Sealey 2024).

Limitationen

Die Aussagekraft des Reviews ist vor dem Hintergrund mehrerer Limitationen zu betrachten. Die eingeschlossenen Evidenzquellen sind hinsichtlich Publikationsart, methodischem Vorgehen und wissenschaftlicher Qualität heterogen. Neben empirischen Studien wurden entsprechend dem Scoping-Review-Ansatz auch theoretische und rechtswissenschaftliche Arbeiten sowie graue Literatur berücksichtigt. Die dargestellten Häufigkeiten der fünf Kategorien sind

daher nicht als Prävalenzschätzungen psychosozialer Auswirkungen zu interpretieren. Eine formale Qualitätsbewertung der eingeschlossenen Quellen wurde nicht durchgeführt. Titel-, Abstract- und Volltextscreening sowie die Kodierung erfolgten durch eine Person, sodass kein formaler Interrater-Reliabilitätsvergleich vorgenommen werden konnte. Darüber hinaus weist insbesondere Google Scholar aufgrund seiner Such- und Rankinglogik Grenzen hinsichtlich der vollständigen Reproduzierbarkeit von Suchergebnissen auf. Zur Erhöhung der Transparenz wurden die methodischen Schritte a priori festgelegt und ein Audit-Trail aus Suchprotokoll, Screening-Übersicht, Extraktionstabelle und Codebook geführt. Dennoch können selektive Entscheidungen im Such- und Kodierungsprozess nicht vollständig ausgeschlossen werden.

Fazit

Das Scoping Review kartiert den bestehenden Forschungsstand zu den psychosozialen Auswirkungen früher Social-Media-Exposition und der monetarisierten Online-Präsenz von Kindern. Die Synthese der 22 eingeschlossenen Quellen zeigt fünf wiederkehrende Kategorien: Einschränkungen von Autonomie und Privatsphäre, Leistungsdruck und familiäre Rollenkonflikte, emotionale und psychische Belastungen, Beeinträchtigungen der kindlichen Entwicklung sowie soziale Isolation und Stigmatisierung.

Die Ergebnisse verdeutlichen dabei nicht nur individuelle Belastungserfahrungen. Ihre Einordnung zeigt vielmehr, dass die berichteten psychosozialen Auswirkungen in einem Zusammenspiel aus familiären Aushandlungsprozessen, öffentlicher Sichtbarkeit und plattformökonomischen Steuerungslogiken stehen. Insbesondere die dauerhafte Verschiebung privater Inhalte in neue Öffentlichkeiten, arbeitsähnliche Produktionsanforderungen und eingeschränkte Mitbestimmung können die Handlungsspielräume der betroffenen Kinder begrenzen.

Für die Medienpädagogik folgt daraus ein Spannungsfeld zwischen Teilhabe und Schutz. Kinder sind in digitalen Kulturen nicht ausschließlich als schutzbedürftige Personen, sondern zugleich als handelnde und beteiligungsberechtigte Subjekte zu betrachten. Im Kontext des Kidfluencing findet diese Teilhabe jedoch häufig unter Bedingungen statt, die wesentlich durch Eltern, Plattformen und kommerzielle Interessen strukturiert werden. Medienpädagogisches Handeln muss daher neben der Förderung individueller Medienkompetenz auch die sozialen, familiären und ökonomischen Bedingungen digitaler Sichtbarkeit kritisch reflektieren.

Aus den kartierten Befunden ergibt sich deshalb sowohl weiterer Forschungs- als auch konkreter Handlungsbedarf. Schutz- und Beteiligungsmaßnahmen sollten nicht ausschließlich auf die individuelle Kompetenz oder Zustimmung des Kindes verlagert werden, sondern Eltern, Plattformbetreiber*innen, Kooperationspartner*innen und gesetzgeberische Akteur*innen gleichermaßen einbeziehen. Darüber hinaus erscheint auch eine Sensibilisierung der Rezipient*innen sinnvoll. Insbesondere sollte ein Bewusstsein dafür geschaffen werden, dass die Interaktion und Verbreitung entsprechender Inhalte zu deren Reichweite beiträgt und damit die kommerzielle Darstellung von Kindern begünstigen kann. Langfristig erfordert der Schutz von Kindern im Kontext des Kidfluencings damit ein Zusammenspiel aller beteiligten Akteur*innen. Nur so kann gewährleistet werden, dass die wirtschaftlichen Möglichkeiten sozialer Medien nicht zulasten der psychosozialen Entwicklung, der Privatsphäre und der Selbstbestimmung der betroffenen Kinder gehen.

Literatur

Amalia, Dyah/Warto, Warto/Pitana, Teresia S./Habsari, Sri K. (2024): Kidfluencers: The rise of capitalizing kids as Instagram microcelebrities in Indonesia. In: Proceedings of the Third International Conference on Communication, Language, Literature, and Culture (IC-CoLliC 2024), pp. 62–76. Atlantis Press. doi.org/10.2991/978-2-38476-321-4_6.

Astuti, Indah D. (2023): Reality and Hyperreality Behind the Kidfluencer Phenomenon. In: Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi, 14(2), pp. 251–266. https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v14i2.2743

Autenrieth, Ulla (2017): Die Visualisierung von Kindheit und Familie im Social Web als Forschungsfeld einer mediatisierten Gesellschaft. In: Hoffmann, Dagmar/Krotz, Friedrich/Reißmann, Wolfgang (Hrsg.): Mediatisierung und Mediensozialisation: Prozesse – Räume – Praktiken. Wiesbaden: Springer VS, S. 137–151. doi.org/10.1007/978-3-658-14937-6_8.

Bakker, Arnold B./Demerouti, Evangelia/Sanz-Vergel, Ana (2023): Job demands–resources theory: Ten years later. In: Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior, 10, pp. 25–53. doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-120920-053933.

Bertoni, Steven (2024): Top creators 2024: The influencers turning buzz into billions. In: Forbes, 28. Oktober 2024. forbes.com/sites/stevenbertoni/2024/10/28/top-creators-2024-the-influencers-turning-buzz-into-billions/.

Blum-Ross, Alicia/Livingstone, Sonia (2017): "Sharenting," parent blogging, and the boundaries of the digital self. In: Popular Communication, 15(2), pp. 110–125. doi.org/10.1080/15405702.2016.1223300.

Braun, Virginia/Clarke, Victoria (2006): Using thematic analysis in psychology. In: Qualitative Research in Psychology, 3(2), pp. 77–101. doi.org/10.1191/1478088706qp063oa.

Carrêlo, Catarina (2022): YouTube family vlogging as a promoter of digital child labour: A case study on 'The Bucket List Family' [Master's thesis, Malmö University]. DiVA portal. urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:mau:diva-52674.

Clark, Dawn R./Jno-Charles, Aliana B. (2025): The child labor in social media: Kidfluencers, ethics of care, and exploitation. In: Journal of Business Ethics. Advance online publication. doi.org/10.1007/s10551-025-05953-7.

Claßen, Jörg/Schwob, Lea/Kindling, Robin (2024): Kindeswohlgefährdung durch kommerzielle Veröffentlichung von Kinderfotos und -videos im Internet: Rechtsgutachten. Deutsches Kinderhilfswerk e. V./Campact e. V.

Committee on the Rights of the Child (2021): General comment No. 25 (2021) on children's rights in relation to the digital environment (CRC/C/GC/25). Office of the United Nations High Commissioner for Human Rights.

De Veirman, Marijke/De Jans, Steffi/Van den Abeele, Elise/Hudders, Liselot (2020): Unravelling the power of social media influencers: A qualitative study on teenage influencers as commercial content creators on social media. In: Goanta, Catalina/Ranchordás, Sofia (Eds.): The regulation of social media influencers. Edward Elgar Publishing, pp. 126–166. doi.org/10.4337/9781788978286.00015.

Deci, Edward L./Ryan, Richard M. (2000): The "what" and "why" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. In: Psychological Inquiry, 11 (4), pp. 227–268. doi.org/10.1207/S15327965PLI1104_01.

Divon, Tom/Annabell, Trisha/Goanta, Catalina (2025): Children as concealed commodities: Ethnographic nuances and legal implications of kidfluencers' monetisation on TikTok. In: New Media & Society. Advance online publication. doi.org/10.1177/14614448241304657.

Dreyer, Stephan/Lampert, Claudia/Gabel, Sarah/Zauchner, Sebastian (2019): Risiken für Kinder und Jugendliche in sozialen Medien – und was Eltern tun (können). In: Dreyer, Stephan/Lampert,

Claudia/von Gottberg, Joachim (Hrsg.): Zwischen Datenschutz und Selbstdatenschutz: Kinder und Jugendliche im Internet. München: kopaed, S. 41–56.

Dreyer, Stephan/Lampert, Claudia/Meergans, Luise/Rosenstock, Roland/Yilmaz, Orhan (2022): Zwischen Spielzeug, Kamera und YouTube – Wenn Kinder zu Influencern (gemacht) werden. Deutsches Kinderhilfswerk e. V.

European Commission (2025): Guidelines on the protection of minors under the Digital Services Act. 14. Juli 2025. digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/commission-publishes-guidelines-protection-minors.

Fineman, Martha N. (2023): Honey, I monetized the kids: Commercial sharenting and protecting the rights of consumers and the internet's child stars. In: The Georgetown Law Journal, 111 (4), S. 847–890.

Freeman, Jennifer/Dardis, Frank (2022): Kidfluencing: The role of calls to action, logo presence, and disclosure modality on parental appraisals. In: Journal of Current Issues & Research in Advertising, 43 (3), pp. 256–273. doi.org/10.1080/10641734.2022.2037111.

Freitas, Bruna M. S./Fernandes, Natália/Gaudenzi, Paula/Andrada, Bruna C. (2024): Between Play and Exploitation: What Is the Place of the Rights of Child YouTubers? In: European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education, 14 (5), pp. 1197–1213. doi.org/10.3390/ejihpe14050079.

Gagne, Yasmin (2024): Inside the business of YouTube child star Ryan Kaji. In: Fast Company. fastcompany.com/91202440/inside-ryan-kaji-business-child-youtube-star.

Hajok, Daniel/Wüstefeld, Lisa (2020): Momblogs auf Instagram: Ergebnisse einer Analyse von Kinderfotos und darauf bezogenen Kommentaren. In: JMS-Report, 43 (2), S. 2–5.

Harrington, Rebecca M. (2025): Breadwinner babies: Policy options for protecting child influencers in Canada [Master's thesis, Simon Fraser University]. Summit Research Repository.

Hern, Alex (2019): 'When I'm 16, my baby brother will take over': The rise of the kidfluencer. In: The Guardian, 23. März 2019. theguardian.com/media/2019/mar/23/rise-of-the-kidfluencer-tekkerz-kid-mcclure-twins.

Hua, Yiqing/Horta Ribeiro, Manoel/Ristenpart, Thomas/West, Robert/Naaman, Mor (2022): Characterizing alternative monetization strategies on YouTube. In: Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction, 6(CSCW2), Article 283. doi.org/10.1145/3555174.

Illinois General Assembly (2024): Public Act 103-0556 (SB 1782): Minors featured in vlogs. ilga.gov/Legislation/publicacts/view/103-0556.

Information Commissioner's Office (2020): Age-appropriate design: A code of practice for online services (Children's Code).

Jenkins, Henry/Purushotma, Ravi/Weigel, Margaret/Clinton, Katie/Robison, Alice J. (2009): Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century. MIT Press.

Knabenschuh, Sarah/Schülke, Bettina (2020): Kidfluencer*innen: Arbeit oder Kinderspiel? In: AJS FORUM, 44 (1), S. 4–5.

Lee, Jihye/Leaver, Tama/Abidin, Crystal (2024): Child idols in South Korea and beyond: Manufacturing young stars at the intersection of the K-pop and influencer industries. In: New Media & Society. Advance online publication. doi.org/10.1177/14614448241295718.

Livingstone, Sonia/Stoilova, Mariya/Nandagiri, Rishita (2019): Children's data and privacy online: Growing up in a digital age. An evidence review. London School of Economics and Political Science.

Loi n° 2020-1266 (2020): Loi n° 2020-1266 du 19 octobre 2020 visant à encadrer l'exploitation commerciale de l'image d'enfants de moins de seize ans sur les plateformes en ligne, JORF n° 0255 du 20 octobre 2020, texte n° 1.

Maheshwari, Sapna (2019): Online and making thousands, at age 4: Meet the kidfluencers. In: The New York Times, 1. März 2019. nytimes.com/2019/03/01/business/media/social-media-influencers-kids.html.

Masterson, Mary A. (2021): When play becomes work: Child labor laws in the era of "kidfluencers." In: University of Pennsylvania Law Review, 169(2), pp. 577–607.

McGinnis, Nolan (2022): "They're just playing": Why child social media stars need enhanced Coogan protections to save them from their parents. In: Missouri Law Review, 87(1), Article 10.

McGrath, Shannon K. (2023): Hollywood at home: Applying federal child labor laws to traditional and modern child performers. In: Washington and Lee Journal of Civil Rights and Social Justice, 29(3), pp. 291–328.

Morley, Sarah (2021): Advertainers and their audience: Power relations and promotionalism in HobbyKidsTV. In: Journal of Children and Media, 15 (4), pp. 510–526. doi.org/10.1080/17482798.2021.1882517.

Munn, Zachary/Peters, Micah D. J./Stern, Cindy/Tufanaru, Catalin/McArthur, Alexa/Aromataris, Edoardo (2018): Systematic review or scoping review? Guidance for authors when choosing between a systematic or scoping review approach. In: BMC Medical Research Methodology, 18(1), p. 143. doi.org/10.1186/s12874-018-0611-x.

Nissenbaum, Helen (2010): Privacy in context: Technology, policy, and the integrity of social life. Stanford University Press.

Page, Matthew J./McKenzie, Joanne E./Bossuyt, Patrick M./Boutron, Isabelle/Hoffmann, Tammy C./Mulrow, Cynthia D./Shamseer, Larissa/Tetzlaff, Jennifer M./Akl, Elie A./Brennan, Sue E./Chou, Roger/Glanville, Julie/Grimshaw, Jeremy M./Hróbjartsson, Asbjørn/Lalu, Manoj M./Li, Tianjing/Loder, Elizabeth W./Mayo-Wilson, Evan/McDonald, Steve/McGuinness, Luke A./Stewart, Lesley A./Thomas, James/Tricco, Andrea C./Welch, Vivian A./Whiting, Penny/Moher, David (2021): The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. In: Journal of Clinical Epidemiology, 134, pp. 178–189. doi.org/10.1016/j.jclinepi.2021.03.001

Permanasari, Ana (2021): The urgency of child labor rights protection as an influencer. In: ICEHHA 2021: Proceedings of the 4th International Conference on Economics, Humanities and Social Sciences, pp. 139–160. EAI. doi.org/10.4108/eai.3-6-2021.2310834.

Peters, Micah D. J./Marnie, C./Tricco, Andrea C./Pollock, D./Munn, Z./Alexander, L./McInerney, P./Godfrey, C. M./Khalil, H. (2020): Updated methodological guidance for the conduct of scoping reviews. In: JBI Evidence Synthesis, 18 (10), pp. 2119–2126. doi.org/10.11124/JBIES-20-00167.

Polster, Anna-Katharina (2021): Kinderstars 2.0: Junge Medienpersönlichkeiten im Internet. Risiken für Entwicklung und Integrität, rechtliche Grenzen und die Rolle elterlicher Verantwortung für das Kindeswohl. In: JMS-Report, 44 (2), S. 2–6. doi.org/10.5771/0170-5067-2021-2-2.

Rasmussen, Eric E./Riggs, Rachel E./Sauermilch, William S. (2022): Kidfluencer exposure, materialism, and U.S. tweens' purchase of sponsored products. In: Journal of Children and Media, 16 (1), pp. 68–77. doi.org/10.1080/17482798.2021.1910053.

Rees, Faye (2025): Famous at five: risk assessing digital child labour. In: Information & Communications Technology Law, 34 (3), pp. 219–240. doi.org/10.1080/13600834.2025.2452699.

Shomai, Shani/Unwin, Peter/Sealey, Catherine (2024): Kidfluencers' lived experiences of influencer culture: A time for regulation? In: International Journal of Sociology and Social Policy, 44 (11/12), pp. 1109–1122. doi.org/10.1108/IJSSP-03-2024-0109.

Stenner, P. (2021): Kinder als Influencer:innen: Aufwachsen vor Millionenpublikum. In: netzpoli-

tik.org, 14. Juli 2021. netzpolitik.org/2021/kinder-als-influencerinnen-aufwachsen-vor-millionen-publikum/.

Tricco, Andrea C./Lillie, Erin/Zarin, Wasifa/O'Brien, Kelly K./Colquhoun, Heather/Levac, Danielle/Moher, David/Peters, Micah D. J./Horsley, Tanya/Weeks, Laura/Hempel, Susanne/Akl, Elie A./Chang, Christine/McGowan, Jessie/Stewart, Lesley/Hartling, Lisa/Aldcroft, Adrian/Wilson, Michael G./Garritty, Chantelle/.../Straus, Sharon E. (2018): PRISMA Extension for Scoping Reviews (PRISMA-ScR): Checklist and explanation. In: Annals of Internal Medicine, 169 (7), pp. 467–473. doi.org/10.7326/M18-0850.

United Nations (1989): Convention on the Rights of the Child. In: United Nations Treaty Series, 1577, 3.

United Nations Children's Fund (2017): The State of the World's Children 2017: Children in a digital world.

Van den Abeele, Elise/Hudders, Liselot/Vanwesenbeeck, Ine (2024): Managing authenticity in a kidfluencers' world: A qualitative study with kidfluencers and their parents. In: New Media & Society. Advance online publication. doi.org/10.1177/14614448231222558.

We Are Social/Meltwater (2025): Digital 2025: Global overview report. DataReportal. datareportal.com/reports/digital-2025-global-overview-report.

Yoo, Jacqueline/Gehlen, Bobby/Lopez, Penelope/Weintraub, Allie (2023): Social media posts by parents bring concerns for children's privacy, safety. In: ABC News, 6. Juli 2023. abcnews.go.com/US/social-media-posts-parents-bring-concerns-childrens-privacy/story?id=100706825.

Informationen zur Autorin



Lara-Marie Bungers studierte Interkulturelle Wirtschaftspsychologie an der Hochschule Hamm-Lippstadt. Ihr Interessenschwerpunkt liegt im Bereich der Medienpsychologie. Nach ihrem Studium ist sie als Referentin für Prozessoptimierung tätig und strebt perspektivisch ein weiterführendes Masterstudium an.

lara.bungers@web.de

Zitationshinweis:
Bungers, Lara-Marie (2026): Wenn Kindheit zum Content wird: Psychosoziale Auswirkungen der Monetarisierung von Kindheit und Jugend im Kontext von Kidfluencing. In: *Ludwigsburger Beiträge zur Medienpädagogik – LBzM*, 26, S. 1–16. doi.org/10.21240/lbzm/26/18.