



# Weiterführende Informationsangebote



## Online-Angebote

### Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM): Werbung: Was geht – und was nicht.

➔ [www.blm.de](http://www.blm.de)

Die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) ist als Landesmedienanstalt für die Regulierung von Werbung im privaten Rundfunk zuständig. Sie nimmt Beschwerden entgegen und verhängt Sanktionen bei Werbeverstößen. Auf der Seite wird erläutert, welche Regulierungen zur Werbung es gibt und wie Sanktionen bei Verstößen gegen die Werberegulierungen aussehen. Die rechtlichen Grundlagen zu den Regulierungen – der Medienstaatsvertrag (MStV) und die Werbesatzung (WerbeS) – sind auf der Seite eingebunden.

### klicksafe:

#### Influencer. Wichtige Vorbilder oder schlechter Einfluss?

➔ [www.klicksafe.de](http://www.klicksafe.de)

Die Seite erklärt, was Influencer sind und was sie tun, zeigt ihre Funktion als Werbepartner und ihre Wirkung auf Jugendliche auf. Eltern erhalten Tipps, wie sie ihr Kind im Umgang mit Influencern unterstützen können.

### klicksafe:

#### Problematische Inhalte bei Influencer\*innen

➔ [www.klicksafe.de](http://www.klicksafe.de)

Der Beitrag von klicksafe befasst sich mit schwierigen Inhalten und problematischen Tendenzen bei Influencern, z. B. Hetze und Verschwörungserzählungen, extremistische Ansichten, Vorleben und Zuschauertendenzen von überholten Rollenbildern oder die Darstellung von extremen, schwer zu erreichenden bzw. ungesunden Körperbildern. Es wird erklärt, dass es für Jugendliche schwierig ist, sich von Ansichten oder Inhalten zu distanzieren, die sie von Idolen und Vorbildern wie Influencern gezeigt bekommen.

## **mediasmart:**

### **Handlungsempfehlungen Kinder-Influencing**

➔ [www.mediasmart.de](http://www.mediasmart.de)

Für Eltern, die zusammen mit ihrem Kind Inhalte wie z. B. Videos erstellen und diese auf YouTube oder Social Media veröffentlichen, wird in den Handlungsempfehlungen erklärt, worauf zu achten ist, etwa welche rechtlichen Rahmenbedingungen es gibt. Die Handlungsempfehlungen wurden erstellt von der Arbeitsgruppe „Kinder-Influencing“, bestehend aus unterschiedlichen Institutionen, im Jugendschutz und der Medienkompetenzförderung tätig sind.

### **SCHAU HIN! Was dein Kind mit Medien macht: InfluencerInnen – Das verbirgt sich hinter den Idolen aus dem Internet**

➔ [www.schau-hin.info](http://www.schau-hin.info)

Auf der Seite wird erläutert, welche Rolle und Bedeutung Influencer für Jugendliche haben können, wie Influencer Werbung in ihre Videos einbauen und wie Jugendliche diese Art von Werbung einschätzen. Es werden Chancen und Risiken aufgezeigt, die sich aus der Faszination für Influencer ergeben.

### **SCHAU HIN! Was dein Kind mit Medien macht: Online-Werbung – ein Risiko für Kinder?**

➔ [www.schau-hin.info](http://www.schau-hin.info)

Die Seite erläutert, warum Werbung besonders für Kinder problematisch sein kann, welche Formate von Online-Werbung es gibt und welche Rolle Influencer im Bereich Werbung spielen. Eltern bekommen Tipps, wie sie ihr Kind in Sachen Online-Werbung unterstützen können.

### **SCHAU HIN! Was dein Kind mit Medien macht: Werbung bei YouTube – für Kinder oft ein Rätsel**

➔ [www.schau-hin.info](http://www.schau-hin.info)

Der Beitrag erklärt, wie Influencer mit Werbung Geld verdienen und auf welche Weise diese in Kanäle oder Videos eingebaut wird.

### **Verbraucherzentrale Bayern: Influencer:in oder nicht? Wann ein Beitrag Werbung ist**

➔ [www.verbraucherzentrale-bayern.de](http://www.verbraucherzentrale-bayern.de)

Der Beitrag zeigt auf, wann und wie Postings als Werbung gekennzeichnet werden müssen und wie die Kennzeichnungspflicht für Influencer bzw. deren Beiträge aussieht.



# Studien

## **Gefährdungsatlas. Digitales Aufwachsen. Vom Kind aus denken. Zukunftssicher handeln.**

➔ [www.bzkg.de](http://www.bzkg.de)

Publikation der Bundeszentrale für Kinder- und Jugendmedienschutz (aktualisierte und erweiterte 2. Auflage, März 2022).

## **JIM-Studie 2022. Jugend, Information, Medien**

➔ [www.mpfs.de](http://www.mpfs.de)

Jährlich erscheinende Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger des Medienpädagogischen Forschungsverbands Südwest.

## **KIM-Studie 2020. Kindheit, Internet, Medien**

➔ [www.mpfs.de](http://www.mpfs.de)

Zweijährlich erscheinende Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger des Medienpädagogischen Forschungsverbands Südwest.

## **Report: Influencing und Verschwörungspropaganda. Andocken an Mediengewohnheiten stellt Risiko für Kinder und Jugendliche dar**

➔ [www.jugendschutz.net](http://www.jugendschutz.net)

Report von jugendschutz.net (2022).

## **Report: Kinder als YouTube-Stars. Wann werden dabei Persönlichkeitsrechte verletzt?**

➔ [www.jugendschutz.net](http://www.jugendschutz.net)

Report von jugendschutz.net (2019).

## **Studie zu Werbepraktiken und direkten Kaufapellen an Kinder in sozialen Medien. Ein Forschungsprojekt im Auftrag der KJM**

➔ [www.kjm.de](http://www.kjm.de)

Studie im Auftrag der Kommission für Jugendmedienschutz (2021).

## **Dossier: Zwischen Spielzeug, Kamera und YouTube. Wenn Kinder zu Influencern (gemacht) werden**

➔ [www.dkhw.de](http://www.dkhw.de)

Dossier des Deutschen Kinderhilfswerks e. V. (2019).



# Broschüren und Informationsmaterial

## Kinder und Onlinewerbung. Ein Ratgeber für Eltern

Infobroschüre des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend

➔ [www.bmfsfj.de](http://www.bmfsfj.de)

## Leitfaden der Medienanstalten: Werbekennzeichnung bei Online-Medien

Leitfaden der Landesmedienanstalten Deutschlands

➔ [www.die-medienanstalten.de](http://www.die-medienanstalten.de)

## Sicherheit im Medienalltag. Onlinetipps für Groß und Klein

Infobroschüre der Polizeilichen Kriminalprävention der Länder und des Bundes (ProPK) – Zentrale Geschäftsstelle

➔ [www.polizei-beratung.de](http://www.polizei-beratung.de)

## Wie verdienen YouTube-Stars Geld?

Infografik von klicksafe

➔ [www.klicksafe.de](http://www.klicksafe.de)

## #Elterninformiert

Videoreihe von klicksafe zum Thema Influencer

➔ [www.klicksafe.de](http://www.klicksafe.de)