

## Anfrage

**der Abgeordneten Katharina Kucharowits,  
Genossinnen und Genossen,  
an den Bundesminister für Arbeit und Wirtschaft**

**betreffend „Dreijähriges Mädchen als TikTok- und Instagramstar der Österreich Werbung“**

Zeitgerecht vor dem Start der Semesterferien in Niederösterreich, Wien und Vorarlberg und dem nächsten Peak in der Wintersaison machte die Österreich Werbung mit einer neuen Social-Media-Kampagne auf sich aufmerksam. Testimonial dieser Kampagne ist ein dreijähriges Mädchen, das als „Austria's Youngest Ski Instructor“ in mehreren kurzen Videos alles Wichtige über das Skifahren erklärt. Auf TikTok und Instagram haben die Videos der Dreijährigen mehr als 50 Millionen Views. (Stand laut Österreich Werbung Ende Jänner)<sup>1</sup>.

„Influencer:innen-Marketing“ ist momentan einer der am rasantesten wachsenden Geschäftsbereiche der globalen Wirtschaft. Unter den bekannten Plattformen wie Instagram, TikTok, Snapchat oder Youtube finden sich allerdings auch immer wieder Minderjährige, was besondere Probleme mit sich bringt. So genannte Kinder-Influencer:innen (Kidfluencer:innen) werden in ihrem Alltag präsentiert, werben für Produkte oder dienen Eltern als Mittel, um ihre Follower:innenschaft zu vergrößern.

Bei allen positiven Aspekten, die das Internet ermöglicht, bietet es auch Raum für Gefahren, vor allem für Kinder. Um sicher zu gehen, dass Kinder aufgrund derartiger Aktivitäten keine dramatischen Auswirkungen davon nehmen - sei es gesundheitlicher, psychischer Natur oder durch Beeinträchtigung beispielsweise ihrer schulischen Entwicklung -, braucht es dringend ein von der SPÖ und NGOs schon lange gefordertes Maßnahmenpaket, um Kinder vor Ausbeutung im Netz zu schützen. Derzeit sind Kidfluencer:innen aktuell weder vom Kinder- und Jugendbeschäftigungsgesetz umfasst, noch ist der notwendige und umfassende Schutz vor Ausbeutung von Kindern im Netz gewährleistet.

Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher folgende

### Anfrage

1. Seit wann setzt „Österreich Werbung“ auf Influencer:innen-Marketing?
  - a. Wie viele Kampagnen im Netz haben mittels Influencer:innen bereits stattgefunden?
2. Wie kam es zur Kampagne: „Austria's Youngest Ski Instructor“?
3. Wieso entschied man sich im Kontext des Influencer:innen-Marketings für ein dreijähriges Kleinkind, gerade unter dem Aspekt des Schutzes von Kindern im Internet und in den Sozialen Medien?
4. Wie viel hat die gesamte Werbekampagne gekostet? (Bitte um genaue Auflistung der einzelnen Kostenpunkte.)
5. Wie hoch fiel das Honorar für das dreijährige Mädchen aus?
  - a. Wie kam man zu diesem Betrag? Wurde sich hier an anderen, ähnlichen Arbeitsverhältnissen orientiert?

---

<sup>1</sup><https://www.austriatourism.com/newsroom/oesterreichs-juengste-skilehrerin-dreijaehrige-charlotte-wird-zum-tiktok-star/>, Zugriff am 8. Februar 2024

6. Wurde zwischen der Österreich Werbung und den Erziehungsberechtigten des dreijährigen Mädchens ein Arbeitsvertrag aufgesetzt?
  - a. Wenn ja, nennen Sie bitte die wichtigsten Eckpunkte des aufgesetzten Vertrags.
  - b. Wenn nein, wieso nicht?
7. Wie viele Drehtage wurden für die Werbekampagne „Austria's Youngest Ski Instructor“ in Anspruch genommen?
8. Wurden Ruhezeiten während der Dreharbeiten für die Dreijährige eingehalten?
  - a. Wenn ja, wie sahen diese Ruhezeiten genau aus?
  - b. Wenn nein, wieso nicht?
9. Wurde ein Kinderschutzkonzept im Vorfeld erarbeitet?
  - a. Wenn ja, von wem?
  - b. Wenn nein, warum nicht?
  - c. Welche Inhalte hat das Kinderschutzkonzept?
  - d. Wurden Inhalte des Kinderschutzkonzeptes veröffentlicht?

fel K/S  
(HUBER II)

J. Ewert  
(ERTSIO)

Michael  
OXONITSCH

Michael Kain  
(KAIN)

Meister  
(Dorodo)

