Christina Rose

Kinder im Internet:
Wenn blinde Kühe die Welt erklären

Bis zum Alter von etwa zehn Jahren führt der Weg der Kids ins Netz über die Eltern.

Die Web-Profis von morgen sind die Zielgruppe von heute. Der Onlinemarkt für Kinder ist noch eine Nische, aber auf dem Weg in die Normalität. Denn die „Generation Internet" wächst ganz selbstverständlich mit dem Web auf und benötigt sehr zielgruppengenaue Inhalte. Profis zeigen, wie diese auszusehen haben und wie Anbieter die Kids erreichen.

www.eoa.de
www.wdrmaus.de
www.spongebob.de
www.labbe.de/zzzebra
www.grimme-institut.de/html/index.php?id=953
www.labbe.de
blog.labbe.de
www.seitenstark.de
www.mediengewalt.de
www.youtube.com
www.wikipedia.de
www.blinde-kuh.de
www.google.de

Die sechsjährige Miriam sitzt am Computer und soll eine E-Card verschicken. Das Motiv ist eine Geburtstagstorte mit blinkenden Kerzen. Nach einer Weile vergisst sie ihre Aufgabe, weil die Torte spannender ist: Sie beugt sich am PC nach vorne und versucht, die Kerzen auszublasen.

In zwei Jahren wird Miriam auf diese Idee wohl nicht mehr kommen. Dann wird sie sogar selbstständig Lernspiele spielen und Wikipedia-Artikel lesen, hat eine qualitative Studie zur Nutzung des Internets von Kindern ergeben.

Elements of Art, Onlineagentur für Kinder- und Familienmarketing, hat Verhaltensmuster, Bedürfnisse und Wünsche von Kindern und Jugendlichen zwischen sechs und 16 Jahren untersucht. Zentrales Ergebnis: Die Jüngsten (Sechs- bis Siebenjährige) gehen vorwiegend zum Spielen ins.Netz, während Ältere (ab acht Jahre) Infos suchen und Freunde treffen.

Die Nutzungsmuster ändern sich laut Studie innerhalb eines Altersunterschiedes von nur zwei Jahren grundlegend. So ist der zielgruppengerechte Aufbau eines Webangebots für Kinder Dreh- und Angelpunkt für Anbieter, betont Stefan Warth, Leiter Marketing und Vertrieb. Denn im gleichen Maß, wie sich Interessen und Ansprüche der Kinder mit zunehmendem Alter verändern, wechseln auch die Einflussnehmer.

Mit zunehmender Internetkompetenz ändern sich Interessen und Einflussnehmer

Der Weg der Kleinsten ins Web führt nur über die Eltern. Denn wie Miriams Reaktion zeigt, stellen die kleinen Web-Neulinge noch keine Zusammenhänge zwischen Technik und Funktionen her. Sie sind völlig unselbstständig im Umgang mit PC und Internet und auf ihre Eltern als Gatekeeper und Vermittler von Internetkompetenz angewiesen.

Miriam und ihre Altersgenossen besuchen ausschließlich bunt gestaltete Spieleseiten und in der Regel nicht mehr als ein bis zwei davon. Die Freude ist besonders groß, wenn sie dann auch noch Figuren im Web wiedertreffen, die sie beispielsweise aus Film und Fernsehen kennen.

„Ohne Gewalt, Krach und Blink"

Um abseits von Fernsehgrößen wie der WDR-Maus oder Spongebob in den Kreis genutzter Websites zu kommen, gibt es für Publisher nur ein Konzept: Qualitativ hochwertige und seriöse Seiten anbieten, die sinnvolle Inhalte mit Spaß verknüpfen und alles auf eine auch optisch ansprechende Weise.

Schließlich wollen alle Eltern nur das Beste für ihr Kind. Sie wissen um die Wichtigkeit des Web: *„Das ist ja quasi das wichtigste Medium seit Erfindung der Glühbirne"*, zitiert die Studie den Vater von Till, 10. Zudem sind Eltern - zumindest bei den Kleinsten - extrem kritisch bei der Auswahl dessen, was ihre Sprösslinge online nutzen. Damit es ein Angebot in den Olymp der von Eltern als geeignet geadelten Sites schafft, muss es werbefrei sein, ein gesichertes Umfeld bieten - sprich: keine Verlinkungen zu externen Sites enthalten und Spaß mit Lernen kombinieren.

Zzzebra hat den Olymp bereits erklommen. Den Ritterschlag gabs in diesem Jahr von der Jury des Grimme Online Awards, die das Web-Magazin des Labbé Verlags mit dem begehrten Preis auszeichnete und als *„bewussten Rückzug aus der digitalen Reizüberflutung in eine eigene, kindgerechte Welt"* lobte. Zzzebra ist ein Kinder- und damit auch ein Elternparadies. Als Mutter kann ich selber nur zustimmend nicken, wenn die Jury urteilt: Zzzebra ist eine *„im besten Sinne unmoderne Seite"*, die *„ohne Gewalt, Werbung, Krach und Blink auskommt"*. Die fünf Kinderseiten laden zum Stöbern, Spielen, Singen und Träumen ein. Das Design ist wohltuend uncomichaft: Die Figuren und Bilder sind fein und geschmackvoll gestaltet.

Man spürt, welchen Hintergrund Verlagschef und Gründer Micha Labbé mitbringt. Er stammt aus einer Künstlerfamilie, die Eltern hatten einen Bastelladen. Das im Blog geschilderte Familienleben zeichnet ein alternatives, ökologisch und kreativ orientiertes Bild mit eigener Windturbine zur Stromerzeugung und frisch gemolkener Ziegenmilch. Es liegt ein Hauch von Makramee-Geruch über den Zzzebra-Seiten.

Gleichzeitig schöpft das Angebot alle Optionen des Web aus. Es gibt ein Forum, Umfragen und User Votes, die brennende Fragen des Alltags lösen können, wie bei Manu, 14 Jahre alt: *„Von mir wollen drei Mädels was. Ich weiß nicht, welche ich nehmen soll. A) Ella, B) Susi, C) Lissy."* Neben aktuellen Problemen sind die Inhalte zeitlos spannend. Denn Stockbrot am Lagerfeuer habe ich selbst schon gerne gebacken, und das Online-Rezept begeistert nun auch meine Tochter.

Mundpropaganda und SEO

Da Zzzebra außer Suchmaschinenoptimierung und Pressearbeit kein Marketing betreibt, kommt ein Großteil der zwei Millionen Nutzer monatlich über Mundpropaganda auf die Site, erklärt Labbé-Redakteurin Kathrin Amend. Angebote für Sechs- bis Siebenjährige, die nur von den Eltern vorselektierte Spieleseiten nutzen, profitieren von Portalen wie Seitenstark.de und Mediengewalt.de, die empfehlenswerte Kinderangebote listen.

Einen erheblichen Entwicklungsschub erleben die Kinder mit den ersten Lese- und Schreibkompetenzen. Mit acht bis zehn Jahren sind sie schon deutlich selbstständiger im Umgang mit dem PC, sodass der Einfluss der Eltern zurückgeht und diese nur bei Bedarf helfend zur Seite stehen, wie die EoA-Studie zeigt: *„Mama, komm mal, das ist Englisch. ... Ach, ich versuch es einfach mal so."* (Daniel, 9)

Die wachsende Selbstständigkeit führt aber auch dazu, dass die Eltern weniger über die Onlineaktivitäten ihrer Kinder wissen und weniger Einfluss darauf haben. Kinder und Jugendliche lernen das reale Leben und die virtuelle Welt gleichzeitig kennen - im Gegensatz zur Erwachsenengeneration. Zusammen mit der Internetkompetenz erwerben sie grundlegende Kommunikations- und Medienkompetenzen, was die digitale Kluft zwischen Eltern und Kindern vergrößert.

Im Alter zwischen elf und 13 Jahren stehen die Kids am Übergang zwischen verspieltem Kind und jungem Erwachsenen. Der *„Scharniercharakter"* zeigt sich laut EoA-Studie auch beim Surfen: Wesentliche Kompetenzen haben sie sich angeeignet. Freunde und Geschwister üben einen stärkeren Einfluss aus als die Eltern, die fast nur noch für Recherche-Aufgaben für die Schule hinzugezogen werden.

Screenshot: Zzzebra

Stimmiges Gesamtkonzept: Zzzebra überzeugt Eltern und Kinder gleichermaßen

Inhaltlich stehen neben Videos noch Spiele und schon Chats hoch im Kurs. Dabei beherrschen sie die Parallelnutzung mehrerer Seiten: Während des Spielens und Chattens läuft YouTube-Musik im Hintergrund. Auch bei den Designvorlieben grenzen sich die Fast-Teens schon deutlich von den Kleinen ab: Spieleseiten sind etwas nüchterner gestaltet, es werden zunehmend textlastige Seiten wie Wikipedia genutzt. Recherchen über Suchmaschinen - kindgerechte wie Blinde-Kuh.de und Google gleichermaßen - gehören bereits ebenso zum Web-Alltag.

Mit beginnender Pubertät entwickeln sich auch die Online-Vorlieben von Jungen und Mädchen auseinander. Während Jungen sich auf Strategiespiele konzentrieren, entdecken Mädchen das Web 2.0 für sich und machen erste Community-Erfahrungen.

Analog zur Entwicklung des Kindes, das sich seine Welt schrittweise über Spiel-, Lern- und soziale Austauschprozesse erschließt, verändert sich auch das Erleben und die Nutzung des Internets. Websites sollten so gestaltet sein, dass sie Kinder und Jugendliche in ihrem jeweiligen Entwicklungsstadium dabei unterstützen, ihren Bedürfnissen und Zielen im Internet nachzukommen.

Das bedeutet, für die Jüngsten Websites mit ganzheitlichen, emotionalen Welten zu schaffen, die natürliche Interaktionen erlauben. Erst mit einem kompetenteren Umgang werden Usability-Kriterien relevant, wie sie für Erwachsene gelten.

Wie Kinder das Internet nutzen

Quelle: Elements of Art; Grafik: Highfive Verlag

DER TREND

Der Umgang mit dem Internet gehört auch für die ganz Kleinen zunehmend zum Alltag. Da sich mit zunehmender Internetkompetenz auch Interessen und Einflussnehmer verändern, müssen Onlineinhalte und Ansprache sehr genau auf die jeweiligen Zielgruppen abgestimmt werden.

TRENDINDIKATOREN

Kinder wachsen inzwischen ganz selbstverständlich mit dem Internet auf. Zwischen dem sechsten und 16. Lebensjahr ändern sich Internetkompetenzen und Nutzungsgewohnheiten grundlegend etwa im Zweijahrestakt.