



elements of art

phaydon

research+
consulting

KINDER IM INTERNET – VOM VIRTUELLEN SPIELPLATZ ZUM ALLTAGSBEGLEITER

EINE QUALITATIVE STUDIE ÜBER ANEIGNUNG,
NUTZUNG UND KOMPETENZ VON KINDERN
UND JUGENDLICHEN IM INTERNET

Kinder und Jugendliche bewegen sich in einer Welt, in der das Internet eine Selbstverständlichkeit ist. Diese so genannten „digital natives“ werden mit dem Medium groß und müssen es sich nicht erst im Erwachsenenalter aneignen.¹ Das Wissen darüber, wie Kinder und Jugendliche mit dem Internet umgehen und über welche Fähigkeiten sie verfügen, ist Voraussetzung, um sie bei einem kompetenten Umgang mit dem Medium zu unterstützen.

Anfang 2009 haben sich Elements of Art und SynthiCon entschieden, gemeinsam mit dem Kölner Forschungs- und Beratungsunternehmen phaydon | research+consulting eine Grundlagenstudie zur Medienkompetenz von Kindern und Jugendlichen mit dem Titel „Kinder im Internet – vom virtuellen Spielplatz zum Alltagsbegleiter“ durchzuführen.

Die Studie soll auf folgende Fragen Antworten liefern:

- Verständnis: Wie nehmen Kinder & Jugendliche das Medium Internet wahr?
- Inhalte: Was interessiert Kinder & Jugendliche? Wie nutzen sie das Internet?
- Kompetenz: Was können Kinder & Jugendliche in welchen Altersstufen?
- Umfeld: Welchen Einfluss haben Eltern auf die Nutzung? Welchen Freunde und Lehrer?

Die Beobachtungen und Befragungen der Kinder und Jugendlichen liefern zahlreiche neue Erkenntnisse über die Verhaltensmuster, Bedürfnisse und Wünsche der jungen Zielgruppe. Zugleich werden Best Practices und Empfehlungen identifiziert, um Websites altersgerecht und entsprechend der Bedürfnisse der Kinder und Jugendlichen zu gestalten.

¹Vgl. MediaPerspektiven 10/2007



Inhalte der Studie

- I. Untersuchungsdesign**
- II. Was ist das Internet?**
Verständnis des Mediums Internet
- III. Wie sieht es zu Hause aus?**
Mediale Ausstattung im Haushalt
- IV. Welchen Einfluss haben Eltern, Freunde und Schule?**
Regelungen und Einflüsse des sozialen Umfelds
- V. Was tun Kinder & Jugendliche?**
Nutzungsmuster der einzelnen Altersstufen
- VI. Was wollen Kinder & Jugendliche?**
Bedürfnisse und Wünsche an Inhalte & Design
- VII. Was können Kinder & Jugendliche?**
Bewältigung von Internet-typischen Aufgaben
- VIII. Was lernen wir aus den Ergebnissen?**
Learnings für die Gestaltung von altersgerechten Websites
- IX. Management Summary**
- X. Anhang**

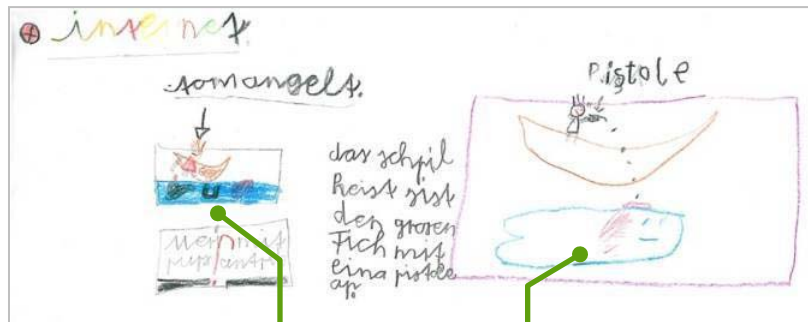
Methode	▪ 40 Leitfaden-gestützte Einzelinterviews mit Kindern & Jugendlichen von ca. 60 Minuten Dauer • 20 In-Home-Interviews, 20 Interviews im Usability-Lab • Teilnehmende Beobachtung während der UseCases • Methode des lauten Denkens • Halboffene Befragung ▪ 40 Kurzfragebögen mit Eltern der befragten Kinder & Jugendlichen
Zielgruppe / Stichprobe	▪ 40 Mädchen und Jungen im Alter von 6-16 Jahren • Je 10 Kinder in den Altersgruppen 6-7 Jahre, 8-10 Jahre, 11-13 Jahre, 14-16 Jahre • Geschlecht gleichverteilt pro Altersgruppe ▪ Alle nutzen das Internet seit mindestens 6 Monaten • 50% mindestens wöchentlich • 50% mindestens viermal wöchentlich ▪ Gleichmäßige Streuung über Stadt/Land, Anzahl der Geschwister, Schultypen
Testort / Feldzeit	▪ Testort: Köln und Umgebung ▪ Feldphase: 19.03. bis 31.03.2009 ▪ Interviews und Felddurchführung: phaydon research+consulting

BEISPIELSEITEN AUS DER STUDIE

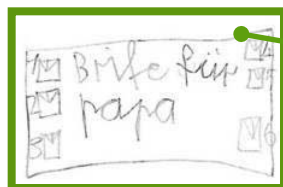
Spontane Wahrnehmung: Internet ist für die Jüngeren eindimensional – Jugendliche erkennen die Multifunktionalität

Aufgabe: „Male bitte auf, was dir einfällt, wenn du an das Internet denkst.“

Christian, 8 Jahre

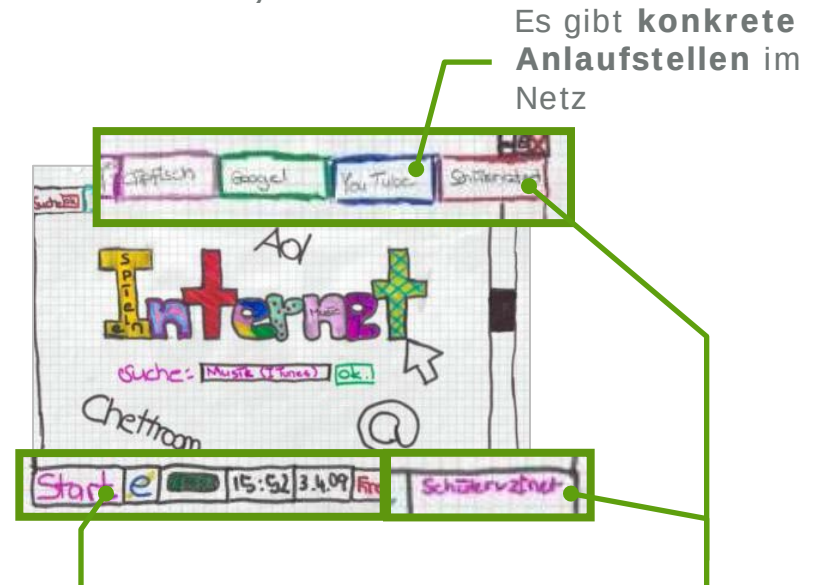


Das Internet wird mit **Spiele**n gleich gesetzt



Die Kleinen wissen von anderen Funktionen, diese sind aber (noch) klar den **Eltern vorbehalten**

Tabea, 12 Jahre



Es gibt **konkrete Anlaufstellen** im Netz

Benutzeroberfläche und grundlegende Funktionen sind selbstverständlich

Community-Aspekte sind wichtig (s. doppelte Nennung „schülerVZ“)

Was ist das genau, das Internet? Je jünger, desto diffuser sind die Vorstellungen

Kognitive Fähigkeiten



6-7 Jahre



8-10 Jahre



11-13 Jahre



14-16 Jahre

- Komplexität des Internets kognitiv nicht fassbar
- „Internet“ ist ein abstrakter Begriff, der v.a. mit Spielen in Verbindung gebracht wird
- Grenzen zwischen Realität und Virtualität sind fließend

„Manchmal muss man ins Internet gehen, damit man auf TOGGO kommt.“ (Miriam, 6)

- Kognitive Weiterentwicklung ermöglicht, Teilaspekte des Internets zu verstehen
- einige Bereiche liegen weiterhin außerhalb des Erfahrungshorizonts

„Ich geh' ins Internet, um bei Wikipedia was für die Schule zu suchen. Aber ein Profil habe ich nicht; was ist das denn?“ (Carlo, 8)

- Die Älteren haben klar(er)e Vorstellungen
- Internet und seine (multi-)funktionalen Möglichkeiten sind bekannt und weitgehend erschlossen

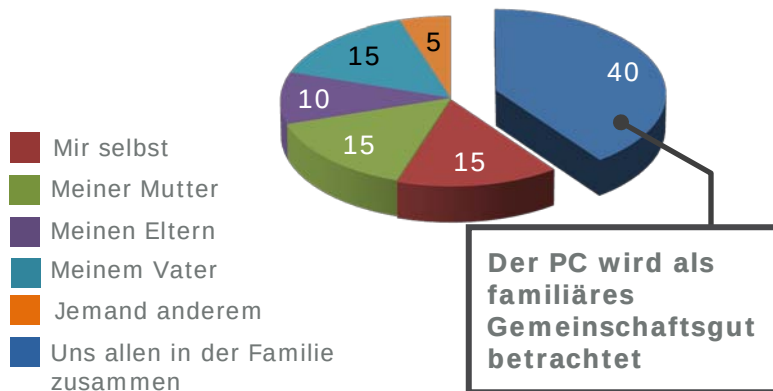
„Da kann man alles über die Welt erfahren, mit anderen kommunizieren, die weit entfernt sind – und Sachen bestellen.“ (Michael, 11)

Klare Altersunterschiede beim PC-Besitz: Die Kleinsten sehen ihn als Familiengut, die Großen als ihr Eigentum

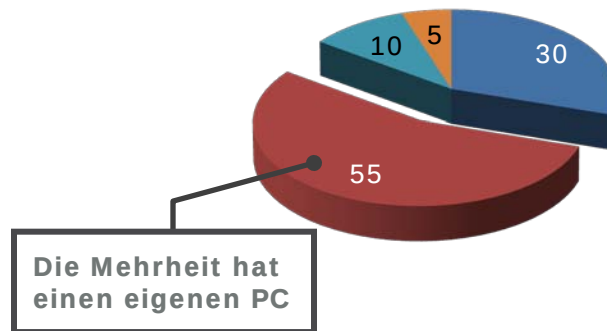
Frage: „Wem gehört der PC, den du zu Hause nutzen darfst?“
(n=40; Angaben in Prozent)



Die **Jüngeren (6-10 Jahre)** nutzen überwiegend den PC / Laptop der Eltern – meist in deren Arbeitszimmer oder im Wohnzimmer



Die **Älteren (11-16 Jahre)** haben häufig einen eigenen PC / Laptop mit Internetverbindung im eigenen Zimmer – dort findet auch die Nutzung statt



Je älter der Nachwuchs, desto weniger müssen die Eltern bei der PC- und Internetnutzung helfen

Handlungsorientierte Fähigkeiten



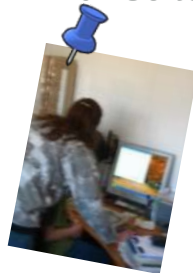
6-7 Jahre

- vollkommen unselbständig im Umgang mit PC – Eltern daher unverzichtbar
- Eltern als
 - Gatekeeper zur „Internet-Welt“
 - Helfer aus „ausweglosen“ Situationen



8-10 Jahre

- etwas selbstständiger im Umgang mit PC
- Eltern stehen – bei Bedarf – helfend zur Seite



11-13 Jahre

- wesentliche Kompetenzen angeeignet (z.B. mit Freunden, Geschwistern)
- Eltern unterstützen fast nur noch bei Recherche-Aufgaben für die Schule



14-16 Jahre

- vollkommen selbstständig im Umgang mit PC
- Eltern ohne Bedeutung für Internetnutzung (eher Freunde)

- ➔ Je älter die Kinder, desto weniger müssen die Eltern (technische) Hilfestellung leisten
- ➔ Die wachsende Selbständigkeit des Nachwuchses führt aber auch dazu, dass die Eltern weniger über die Internetnutzung ihrer Kinder wissen und ihnen die Transparenz fehlt



6-7 Jahre

Die jüngsten „User“ werden stets von den Eltern begleitet und entdecken das Internet durchs Spielen



elements of art

phaydon

research+
consulting

Learning by Klicking

Schnelles Lernen
der Hardware-
Bedienung

Wichtigste Funktion
des Internets ist
das **Spiele**n



Erste **gemeinsame**
Gehversuche im
Internet mit den
Eltern

Kindlich-naives
Entdecken des
Internets

Faszination und
Begeisterungsfähigkeit



6-7 Jahre

Learning: Eltern führen durch das Internet und überwinden Nutzungsbarrieren für die Kleinsten



elements of art

phaydon

research+
consulting

Wie eignen sich Kinder das Web an?

- Auf unbekannten Seiten sind die Befragten noch unbeholfen, neue Spiele werden nicht ohne Eltern ausprobiert; hier sind die **Eltern als Vermittler von Internetkompetenz**, vor allem hinsichtlich handlungsorientierten und kognitiven Fähigkeiten, gefragt
- Auf **bekannten Seiten** mit erlernten Spielen sind die Jüngsten relativ **schnell**, sicher und geschickt
- Sobald etwas Unvorhergesehenes geschieht, wird ein „**Hilferuf**“ **nach Eltern** getätigt (z.B. bei Fehlermeldungen und Pop-up-Fenstern)
- Aufgrund **fehlender Lese- und Schreibkompetenzen** werden Spieleseiten eher klickend erschlossen
- Texteingaben sind **Nutzungsbarrieren**



Virtuelle Kerzen ausblasen

Die 6-jährige Miriam 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



8-10 Jahre

8-10-Jährige entwickeln Ansprüche an sich selbst und handeln unter elterlicher Obhut eigenständiger



elements of art

phaydon | research+consulting

Stolz auf erste
Versuche ohne Hilfe

**Selbstwirksamkeits-
erfahrung** begeistert

Lern- und
wissbegierig



Selbständiges
Herantasten ans
Internet

Elterliche **Obhut**
immer vorhanden

Ansprüche an sich
selbst: geistige
Herausforderung &
Geschicklichkeit



11-13 Jahre

11-13-Jährige sind bereits routiniert und ziehen vermehrt Freunde und Geschwister zu Rate



elements of art

phaydon | research+consulting

Eigenständige Vertiefung der Grundkompetenzen am PC

Freunde und Geschwister als Ratgeber

Schnelles **Learning by Doing**

Neuland: **YouTube** und Communities



Abnabelung von den Eltern

Elterliche Unterstützung nur noch im Einzelfall

Routinierter Internetgebrauch

Parallelnutzung mehrerer Seiten gleichzeitig



14-16 Jahre

Für 14-16-Jährige ist das Internet Alltagsmedium, um es für soziale Kontakte zu nutzen

Selbstständiger und
routinierter
Umgang mit PC
und Internet

Eltern ohne Relevanz

Communities dienen der
Kontaktpflege



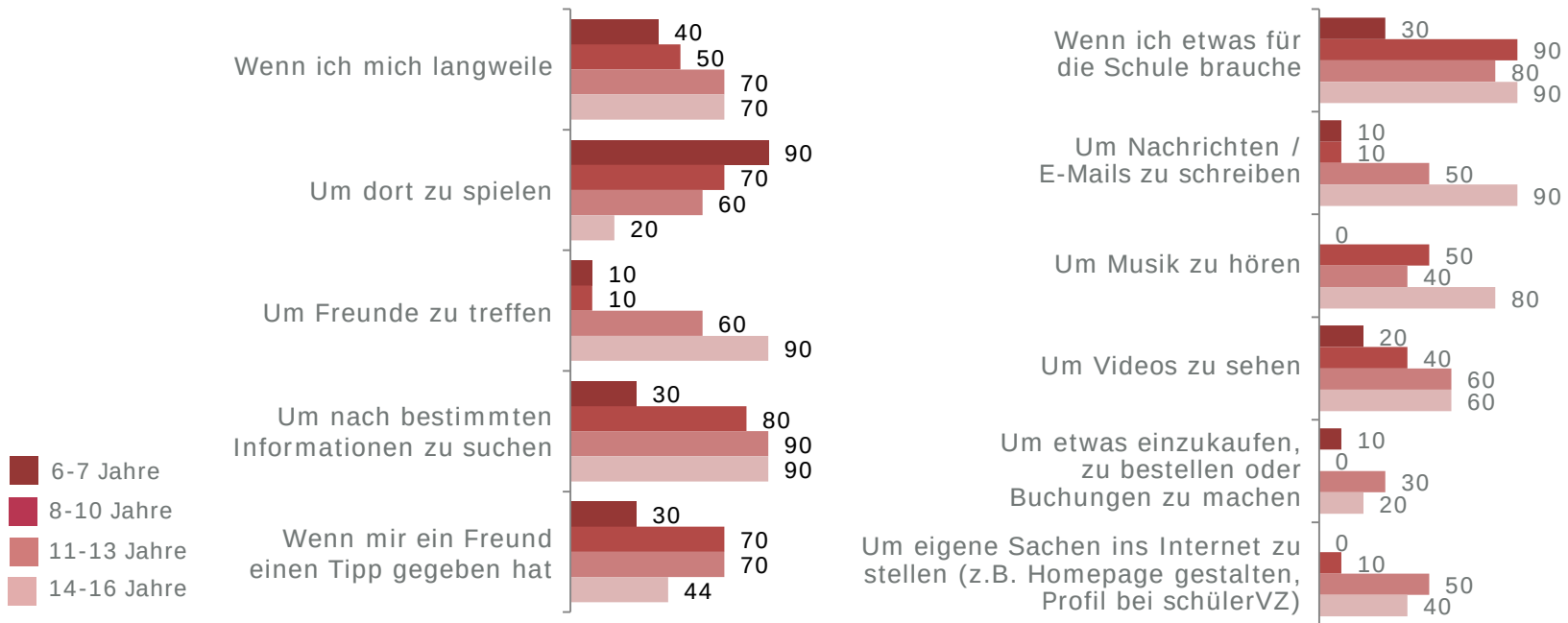
Internet zur
Selbstdarstellung
und Positionierung
unter Freunden

Ausprobieren
verschiedener Iden-
titäten in Chatrooms



Die Jüngsten gehen vorwiegend zum Spielen ins Netz; Ältere suchen Infos und treffen Freunde

Frage: „Es gibt ja verschiedene Gelegenheiten, wann man ins Internet geht. Bitte sage mir, wie das bei dir ist?“ (Gesamt n=40; n=10 je Altersgruppe; Angaben in Prozent; Top 11 der genannten Antworten)



- ➔ Speziell die Kleinsten sehen das Internet als einen virtuellen Spielplatz
- ➔ Je älter die Kinder werden, desto eher werden auch die sozialen Aspekte (wie Communities, Profile) des Netzes sowie Informations- und Unterhaltungsmöglichkeiten im Alltag genutzt

Kinder unterscheiden nicht redaktionelle und kommerzielle Inhalte – Jugendliche gehen mit Werbung differenzierter um

Werbung



6-7 Jahre



8-10 Jahre



11-13 Jahre



14-16 Jahre

Die Jüngeren erkennen die Werbeabsicht nicht. Sie freuen sich über die **bekannten „Gesichter“**

„Oh FruchtTiger! Das Trinken ist lecker.“
(Verena, 6)

„Ich mag den FruchtTiger. Das kann man trinken und das schmeckt gut.“ (Marie, 8)

Die Älteren sehen die kommerzielle Absicht und nehmen daher eine eher **zurückhaltende Haltung** ein

„Wer geht schon auf ´ne HARIBO-Seite?! Was soll ich da denn?“ (Kerim, 12)

„Da ist viel zu viel Werbung drauf. Ich mag die Werbung nicht, da stehen nur falsche Sachen.“ (Thorsten, 11)



elements of art

phaydon | research+consulting

Es bestehen – je nach Alter – spezifische Verhaltensmuster und Bedürfnisse bezüglich des Internets



6-7 Jahre



8-10 Jahre



11-13 Jahre



14-16 Jahre

Umgang mit dem Internet

- | | | | |
|--|---|--|--|
| ▪ selbstvergessen
▪ staunend
▪ passiv-aufnehmend | ▪ interessiert / neugierig
▪ z.T. geübt
▪ passiv-aufnehmend | ▪ lernbereit
▪ routiniert
▪ überwiegend passiv | ▪ selbstbewusst-versiert
▪ (scheinbar) abgeklärt
▪ aktiv und selbst-darstellerisch |
|--|---|--|--|

Ansprüche an das Internet

- | | | | |
|--|--|--|--|
| ▪ (einfache) Spiele
▪ bunte und idyllische Welten
▪ aus TV bekannte Charaktere | ▪ anspruchsvollere Spiele
▪ spielerische Wissensaufbereitung
▪ bunte und idyllische Welten | ▪ Unterhaltung (z.B. Videos, Spiele)
▪ Websites mit klaren Strukturen
▪ abwechslungsreiches Design | ▪ Plattformen zur Selbstdarstellung und zum Austausch mit anderen
▪ jugendliches Design |
|--|--|--|--|

Das „Relevant Set“ der einzelnen Altersgruppen



6-7 Jahre

Inhalte:

- Einfache Spiele

Anzahl der Seiten:

**Bis 2
Seiten**

Einfluss:

- Eltern



8-10 Jahre

- Anspruchsvollere Spiele, Videos, Lern- und Wissensinhalte

2-3 Seiten

- Eltern, evtl. Geschwister



11-13 Jahre

- Videos, Lern- und Wissensinhalte, Communities

3-5 Seiten

- Geschwister, Freunde, evtl. Eltern



14-16 Jahre

- Communities, Plattformen zur Selbstdarstellung

5 oder mehr Seiten

- Freunde



elements of art

phaydon | research+consulting

UseCase „Registrierungsprozess“: Einmal den Einstieg entdeckt, kommen ältere Kinder gut mit der Registrierung zurecht

„Wie war die Aufgabe für dich,
dich zu registrieren?“

1=sehr einfach / 4=sehr schwer

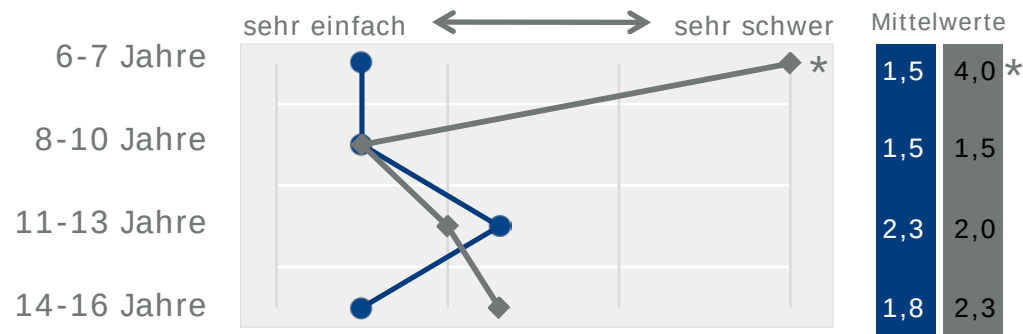
Gesamt $\bar{x}$ 1,8
n=12 $\bar{x}$ 2,3*

*Interviewerbeobachtung



„Ich hab da ja direkt alles
gefunden.“ (Stefanie, 13)

Beobachtung: Kleine Kinder
verstehen den Sinn einer
Registrierung nicht und
haben zudem Schwierigkeiten
beim Tippen



UseCase „Registrierungsprozess“: Unterschied zwischen Anmeldung und Registrierung ist unklar

**Jugend-foren.de
Startseite**
DAS KINDER- UND JUGENDFORUM

Anmelden
Registrieren

„Ich hab' statt ‚Registrieren‘ auf
‚Anmelden‘ geklickt.“ (Linda, 15)

„Ich hab nicht gewusst, was
der Unterschied zwischen
Registrieren und Anmelden
ist.“ (Boris, 14)

Don't

Wording „Anmelden“ und
„Registrieren“ wird häufig
falsch verstanden und
verwechselt – sogar von den
Ältesten

**KinderCampus.de
Startseite**

Anmeldung
Nickname Passwort
Anmelden
Neu hier?

Do

„Neu hier?“ wird richtig
als Einstieg zur
Registrierung verstanden

UseCase „Registrierungsprozess“: Mit der Dateneingabe kommen die Kinder und Jugendlichen insgesamt gut zurecht

KinderCampus.de Registrierung

„Eigentlich ist alles klar, wenn man einmal drin ist.“ (Manuel, 14)

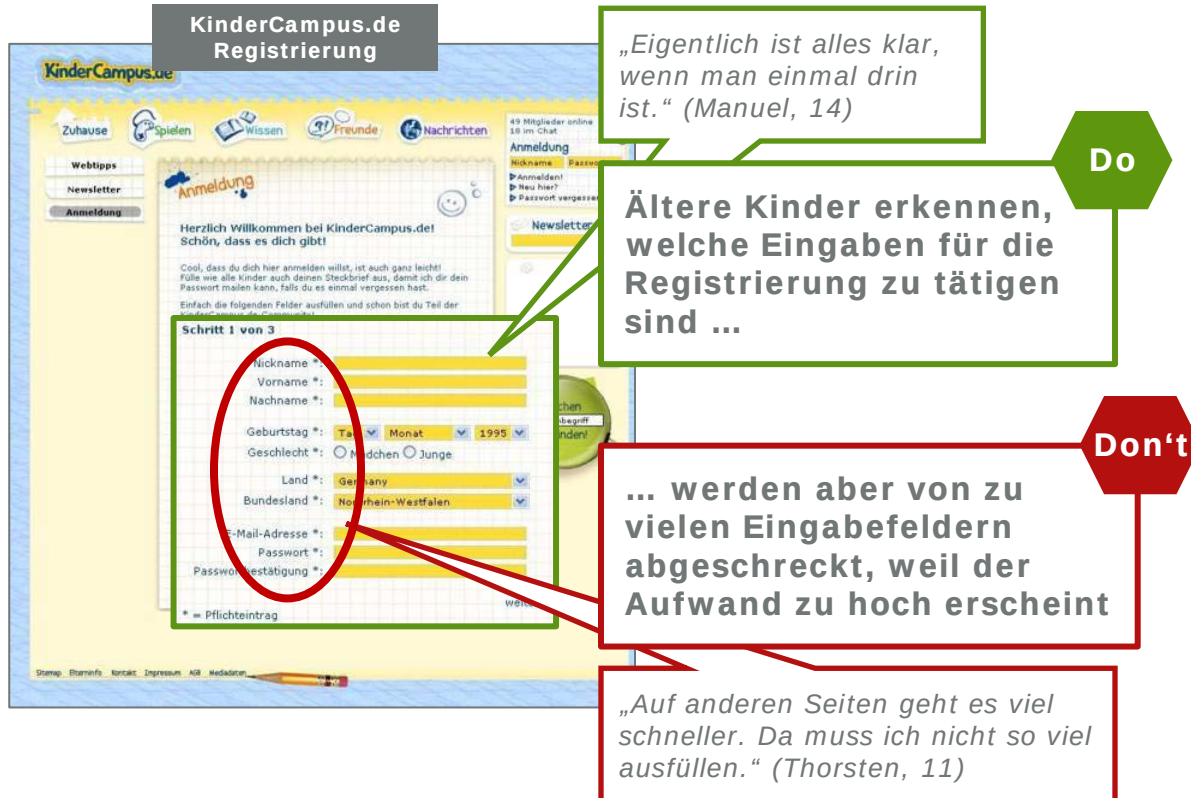
Do

Ältere Kinder erkennen, welche Eingaben für die Registrierung zu tätigen sind ...

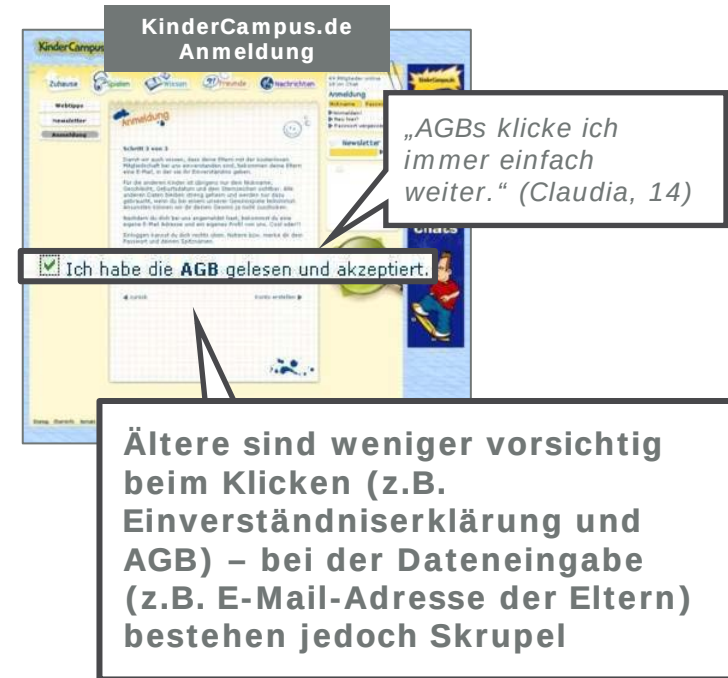
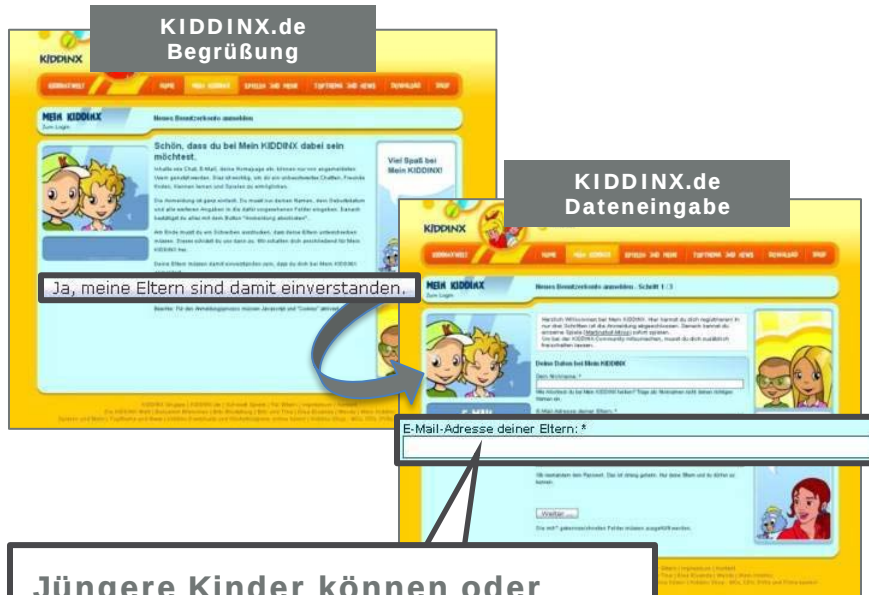
Don't

... werden aber von zu vielen Eingabefeldern abgeschreckt, weil der Aufwand zu hoch erscheint

„Auf anderen Seiten geht es viel schneller. Da muss ich nicht so viel ausfüllen.“ (Thorsten, 11)



UseCase „Registrierungsprozess“: Jüngere Kinder sind mit Dateneingabe vor- sichtig; Ältere haben weniger Hemmungen



Jüngere Kinder können oder wollen (aus Angst) nicht allein persönliche Daten eingeben und rufen die Eltern hinzu

„Wenn ich irgendetwas eingeben soll, würde ich immer sofort meine Eltern rufen.“ (Benjamin, 7)

„Ich habe zwar am Anfang weitergeklickt, aber ich habe meine Eltern ja nicht wirklich gefragt. Deshalb gebe ich da nichts ein.“ (Nicole, 12)

UseCase „Registrierungsprozess“: Überblick

-  Aufgabe nicht bewältigt
-  Aufgabe mit Hilfe bewältigt
-  Aufgabe eigenständig bewältigt



Bewältigung Registrierung



Schwierigkeiten

- Korrekte Unterscheidung von „Registrierung“ und „Anmeldung“ fällt schwer
- Prinzip und Notwendigkeit des Sicherheitscodes (Captcha) unklar
- Unverständnis, was „registrieren“ bedeutet
- Lese- und Schreib-schwierigkeiten
- Angst, etwas falsch zu machen (Registrierung nur mit Eltern)
- Unterscheidung von Pflichtfeldern und freiwilligen Angaben unklar
- Fehlermeldungen irritieren

Don't

- Viele Pflichtfelder zu soziodemografischen Angaben, da abschreckend und fehleranfällig

Do

- Bei Dateneingabe auf Eltern verweisen
- Wording „Neu hier“ statt „Registrierung“ verwenden

Getestete Websites: KIDDINX.de; KinderCampus.de; Jugend-foren.de



elements of art

phaydon | research+consulting

Bereits ab etwa 10 Jahren beherrschen die Kinder viele Online-Anwendungen – Jüngere haben dagegen Schwierigkeiten



6-7 Jahre



8-10 Jahre



11-13 Jahre



14-16 Jahre

Internet

- Grundlegende Online-Konventionen sind unbekannt (z.B. Radio-Buttons)
- Online-Anwendungen sind unbekannt und erschließen sich nicht (z.B. Registrierung)

Hard- und Software

- Schwierigkeiten mit Tastatur und anderer Hardware
- Grundlegende Software-Bedienung unbekannt (z.B. Copy&Paste)

Handlungsorientierte Fähigkeit noch nicht vorhanden

Handlungsorientierte Fähigkeit vollständig ausgeprägt

Internet

- Geübter Umgang auch mit komplexen Online-Anwendungen (z.B. Upload, E-Mails)

Hard- und Software

- Selbstverständlicher Umgang mit Hard- und Software

Selbständiges Lernen

Summary (Auszug)

Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass Verständnis, Interessen und Können der Kinder und Jugendlichen im Umgang mit dem Web **entscheidend von der Entwicklungsphase abhängen**.

- 6-7-Jährige sind begeistert von Online-Spielen, die möglichst bunt und emotional wirken („heile Welten“). Andere Inhalte und Funktionen sind weder bekannt noch interessant. Eltern nehmen als „Gatekeeper“ eine herausragende Stellung ein und führen die Kinder in die Online-Welt ein.
- 8-10-Jährige entwickeln Ansprüche und sehen das Web als spielerische Lernhilfe – auch Geschicklichkeitsspiele stehen hoch im Kurs. In diesem Alter beginnen Kinder eigenständig, wenn auch noch etwas unbeholfen, das Internet für sich zu erobern. Die Unterstützung der Eltern ist weiterhin erforderlich.
- 11-13-Jährige entdecken die Vielseitigkeit des WWW, wobei vorrangig Videos auf Interesse stoßen. Auch Informationsseiten für die Hausaufgabenrecherche gewinnen an Bedeutung. Komplexe Prozesse/Aufgaben wie ein Bild-Upload können aber noch Schwierigkeiten bereiten.
- 14-16-Jährige haben das WWW vollständig erschlossen und – vor allem als Kommunikationsmittel – fest in ihren Alltag integriert. Freunde und die eigene Außenwirkung sind nicht nur in der Offline-Welt ein zentrales Thema: Auch im Web werden bevorzugt Communities und Chats genutzt.

Die **Gestaltung von Websites** sollte die Kinder und Jugendlichen in ihrem jeweiligen Entwicklungsstadium unterstützen, **ihren Bedürfnissen und Zielen im Internet nachzukommen**.

- Das bedeutet für die Jüngsten, Websites mit ganzheitlichen, emotionalen Welten zu schaffen, die natürliche Interaktionen ermöglichen. Erst mit einem kompetenteren Umgang werden Usability-Kriterien relevant, wie sie für Erwachsene gelten (z.B. übersichtliche Strukturen).
- Jugendliche haben spezifische Anforderungen an Inhalte und Design von Websites, womit sie sich von Erwachsenen abgrenzen möchten. Vor allem Web 2.0-Elemente faszinieren und bieten einen echten Mehrwert.

Elements of Art GmbH

Die Elements of Art GmbH mit Sitz in Mönchengladbach gehört zu Deutschlands führenden Internet-Agenturen für Kinder-, Jugend- und Familienmarketing. Seit über 10 Jahren kreiert EoA virtuelle „Kinderwelten“ und ist somit der ideale Partner für die junge Zielgruppe und ihre Eltern. Engagement und Erfolg haben die EoA-Mitarbeiter in den letzten Jahren zu Experten auf ihrem Gebiet gemacht. Mit www.TOGGO.de ist sie als Lead Agentur für die seit Jahren erfolgreichste deutsche Kinder-Webseite verantwortlich. Mit über 100 weiteren Projekten für über 50 Marken kann Elements of Art auf eine ausgeprägte Kompetenz, Verantwortung und ein großes Bewusstsein für die Zielgruppe zurückgreifen. EoA setzt Marken und Produkte spannend und unterhaltsam in Szene und verleiht ihnen einen unverwechselbaren Charakter mit nachhaltiger Wirkung.

phaydon | research+consulting

Wissen das wirkt.

phaydon gehört zu den innovativsten Forschungs- und Beratungsunternehmen im Bereich der Markt- und Medienforschung. Unser Ziel ist es, Medien, Märkte und Zielgruppen aus der Perspektive der Verbraucher zu verstehen. Damit liefern wir unseren Kunden die entscheidenden Hinweise für die Entwicklung innovativer Produkte, Marken und Services. Wir verknüpfen klassisches Marktforschungs-Know-How mit modernster Prozessforschung und fundierten Kenntnissen unterschiedlicher Märkte und Branchen.

Möchten Sie mehr über die Studie „Kinder im Internet – vom virtuellen Spielplatz zum Alltagsbegleiter“ erfahren?

Bitte wenden Sie sich an:

Elements of Art GmbH

Silke Schneider oder

Stefan Warth

fon +49 (0) 2166-91567-89

silke.schneider@eo.a.de

stefan.warth@eo.a.de

www.eo.a.de

phaydon | research+consulting GmbH & Co. KG

Dr. Anne Katrin Lensch

fon +49 (0) 221-964376-0

annekatrin.lensch@phaydon.de

www.phaydon.de

Copyright | Nutzungsbedingungen

Die vorliegende Studie unterliegt dem Urheberrecht der Elements of Art GmbH, Mönchengladbach. Die Nutzung der Studie oder von Auszügen davon ist nur unter Nennung der Elements of Art GmbH, Mönchengladbach – Internet-Agentur für Kinder-, Jugend- und Familienmarketing – als Urheberin und nur in unveränderter Form zulässig.