

APP-EMPFEHLUNGEN FÜR KINDER, 6-10 JAHRE

PUSHY Logik-/Denkspiel

WO IST MEIN WASSER? Logik- und Geschicklichkeitsspiel

WORLD OF GOO Denk- und Geschicklichkeitsspiel

FRUIT NINJA Geschicklichkeitsspiel

MACHINARIUM Adventure im Retro-Look – analog zum PC-Spiel

EMPFEHLUNGEN FÜR ELTERN

CHILD PROTECT APP

unterstützt Eltern, ihre Kinder vor unerwünschten Anrufen, Webinhalten und dem Herunterladen von bestimmten Apps zu schützen

SCHAU HIN! APP

mit Spielideen, Spielplatz Radar und Tipps zur Medienerziehung

Stores werden hier noch Abhilfe schaffen müssen, damit die Handhabung für Kinder sicher wird und sie nur Software benutzen dürfen, die für ihre Altersgruppe geeignet ist. Wenn Eltern – wie bei allen anderen Medien auch – bewusst und verantwortungsvoll damit umgehen und die Nutzung ihrer Kinder begleiten, lauern bei den Apps genauso viel oder genauso wenig Gefahren wie bei anderen interaktiven Angeboten im Internet.

Anders als bei Computer- und Videospielen gibt es bisher für Apps keine gesetzlich vorgeschriebenen Regeln für die Altersfreigabe. Woran orientiert sich dann heute die Alterskennzeichnung?

Der Vertrieb der Apps findet im App Store statt, und der Anbieter erstellt die Altersfreigabe. Als App-Produzent orientiert man sich dabei an den üblichen Kriterien für solche Medien: USK oder PEGI. Die Richtlinien sind dabei sicherlich hilfreich und notwendig. Aber eine unabhängige Prüfung durch eine geeignete Institution wäre grundsätzlich nicht nur wünschenswert, sondern auch ein wichtiges Qualitätsmerkmal.

Der rbb ist zurzeit der einzige öffentlich-rechtliche Sender, der eine App zu einer Kinderserie anbietet. Was waren die Beweggründe, eine Sandmann-App beim Trickstudio in Auftrag zu geben?

Dem Sender ging es in erster Linie um die Verfügbarkeit der Sendung: Das Angebot – das Ritual, mit dem Sandmännchen das Zubettgehen einzuleiten – sollte stets und ortsunabhängig abrufbar sein. Egal wo das Kind ist, das Einschlafen mit dem Sandmännchen kann überall stattfinden. Auch im Auto im Stau!

AUTORIN

PETRA WONSOWITZ

ARBEITET SEIT 1998 ALS MEDIENPÄDAGOGIN UND E-EDUCATION-AUTORIN IN DER MEDIENBRANCHE.

Wie viel Arbeit steckt in so einer App?

Insgesamt war bei der Produktion der **Sandmann-App** ein Team von zehn Personen beteiligt. Das Team besteht zum größten Teil aus Mitarbeitern für die Konzeptions- und Produktionskoordination, die Design- und Animationsentwicklung, die Soundbearbeitung und natürlich für die Programmierung. Hinzu kommt dann noch die redaktionelle Betreuung. Die technischen Testläufe nehmen ebenfalls viel Zeit in Anspruch, da die App ja für unterschiedliche Gadgets kompatibel sein muss. Die Zeit für Testläufe mit der Zielgruppe ist eher zu kurz bemessen – aber sie ist natürlich enorm wichtig. Testläufe mit Kindern müsste man aber generell viel öfter betreiben – das wird bei unserer nächsten App mit **Molly Monster** sicherlich geschehen!

1. The University of Sheffield: Digital beginnings: Young children's use of popular culture, media and new technologies (J. Marsh, G. Brooks, J. Hughes, L. Ritchie, S. Roberts, K. Wright).
2. http://ratgeber.t-online.de/smartphone-apps-vorsicht-vor-datensammlern/id_56287884/index
3. vgl.: www.daserste.de/information/ratgeber-service/internet/sendung/wdr/2012/31032012-smartphone-apps-100.html

Das Netz der Kinder

WAS DER NACHWUCHS IM INTERNET TREIBT

Von Christine Feil Kinder, die in der Informations- und Kommunikationsgesellschaft aufwachsen, werden heute zu den „Digital Natives“ gezählt. Den Umgang mit Computer und Internet müssen sie trotzdem erst einmal lernen. Dies geschieht in immer früherem Alter. Grenzen des Internetzugangs sind heute nicht mehr in der Ausstattung der Familienhaushalte und nur noch bedingt in den Entwicklungsvoraussetzungen der Kinder auszumachen; was zählt sind vor allem die Vorstellungen der Eltern von sinnvoller Medienerziehung. Wie viele Kinder nutzen das Internet? Für welche Angebote interessieren sie sich? Wie ist es um ihr kompetentes Internethandeln bestellt?

INTERNET VON GEBURT AN?

Voraussetzung für die Erreichbarkeit von Kindern über das Internet sind ein Webangebot, das von ihnen eigenaktiv genutzt werden kann, und Eltern, die ihren Kindern erlauben, den Internetzugang zu nutzen. Eltern, die dem Internet aufgeschlossen gegenüberstehen – und dies sind oft Eltern mit höherem Bildungsstatus –, gewähren Kindern eher Zugang zum Internet als Eltern aus bildungsfernen Milieus. Zudem wird durch multimediale Webangebote, die bereits von Kleinkindern rezipiert werden können, die Altersgrenze der Internetnutzer nach unten verschoben. Fehlende Lese- und Schreibkompetenzen, die bislang den Zugang zum Internet beschränkten, stellen nahezu kein Hindernis mehr dar, sofern die Eltern in der Lage sind, das „richtige“ Webangebot für ihr Kind auszuwählen.¹

Dass erste instrumentelle Fertigkeiten im Umgang mit Maus und Tastatur hin und wieder bereits im frühen Kindesalter erworben werden, sollte deshalb nicht erstaunen. Die KidsVerbraucherAnalyse



Im coolen Club der sozialen Netzwerke – doch nur Kindercommunities sind geeignet.

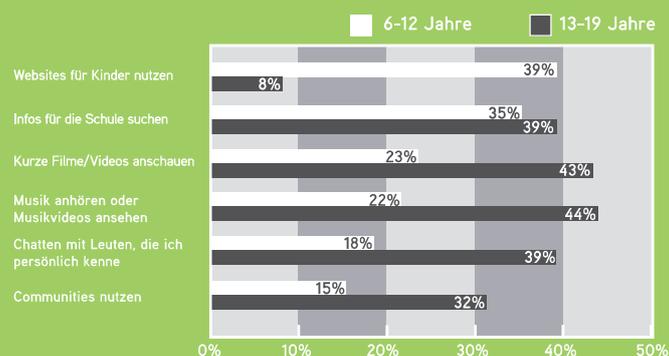
2011, eine Studie im Auftrag von Kindermedien-Verlagen, besagt, dass rund 18 % der Vier- bis Fünfjährigen mindestens ab und zu das Internet nutzen.² Einen ähnlich hohen Wert, nämlich 14 %, vermerkt eine Studie im Auftrag von Lernsoftware-Entwicklern bezüglich der Nutzung des Computers mit Internetanschluss für weit jüngere Kinder im Alter bis zu zwei Jahren.³ Solchen Befragungsergebnissen liegen selbstverständlich Elternauskünfte zugrunde. Kinderbefragungen werden bislang frühestens ab dem sechsten Lebensjahr durchgeführt.

Aktuelle Marktforschungsstudien kommen zum Ergebnis, dass knapp 75 % der Sechs- bis 13-Jährigen mehr oder weniger regelmäßige Internetbesucher sind. In der Altersgruppe der Sechs- bis Neunjährigen sind es rund 55 %, in jener der Zehn- bis 13-Jährigen 90 % bzw. 95 %.^{4/5} Die am häufigsten zitierten KIM-Studien⁶ des Medienpädagogischen Forschungsverbunds Südwest (mpfs) weisen dagegen erheblich niedrigere Nutzerquoten aus.⁷ Nach der „KIM-Studie 2010“ bleibt der Anteil der Internetnutzer über die gesamte Altersgruppe der Sechs- bis 13-Jährigen betrachtet mit knapp 60 % seit einigen Jahren konstant. Indes zeichnen sich innerhalb der einzelnen Alterskohorten relativ deutliche Veränderungen ab. Die Anteile der Internetnutzer sind bei den Sechs- bis Siebenjährigen zwischen 2008 und 2010 von 20 % auf 25 % und bei den 12- bis 13-Jährigen von 86 % auf 90 % leicht angestiegen.

ERSTAUNLICH: SINKENDE QUOTEN

Die Nutzerquoten bei den Acht- bis Neunjährigen sind dagegen von 50 % auf 35 % und bei den 10- bis 11-Jährigen von 79 % auf 69 % gefallen.⁸ Erst bei der nächsten Befragung wird sich zeigen, ob dieses durchaus erstaunliche Phänomen auf erhebungstechnische Gründe zurückzuführen ist oder ob sich für Kinder dieses Alters neue Zugangshürden aufgetan haben. Zu denken ist beispiels-

Online-Aktivitäten mehrmals pro Woche, in %



Quelle: iconkids & youth international research GmbH; Trend Tracking Kids© 2011. n=1218 Kinder und Jugendliche die das Internet nutzen



Jüngere mögen Browser Spiele – am Familiencomputer fallen Begleitung und Zeitkontrolle leichter.

weise an Zeitmangel aufgrund der Ausdehnung der Schul- und Betreuungszeiten, an die pädagogische Kontrolle der Eltern aufgrund der potenziellen Gefährdung ihrer Kinder, aber auch an das Desinteresse der Kinder aufgrund des schwindenden Novitätseffekts des Internets oder an ihre zunehmende Verunsicherung aufgrund der öffentlichen Debatte rund um den Daten- und Persönlichkeitsschutz. Letztere nehmen Kinder zur Kenntnis, aber sie können die Diskussion in ihrer Bedeutung für sich selbst und für ihr Internethandeln nicht vollständig einschätzen. Ein 14-jähriges Mädchen, das seit dem neunten Lebensjahr Interneterfahrungen sammelt, berichtet z.B.: „Am Anfang hatte ich ziemlich Angst vor dem Internet, weil es immer heißt, das Internet ist gefährlich, aber mittlerweile ist es nicht mehr so schlimm.“ Ihre Bedenken hat sie allerdings nicht über Bord geworfen, denn zu den unter Kindern zunehmend attraktiven Sozialen Netzwerken erklärt sie: „Man kann auch Daten anders übertragen. Meinetwegen kann man Briefe schreiben oder so. Aber ich finde mit dem Internet, wo es wirklich die ganze Welt sehen kann, sollte ein bisschen vorsichtiger umgegangen werden.“ Auch die Angst vor Viren und kostenpflichtigen Internetangeboten hält manche Kinder davon ab, sich das Internet zu erschließen. Sie haben „abstrakt“ gelernt, welcher Art die Gefahren sind, denen sie im Internet begegnen können, sie wissen aber nicht, unter welchen „konkreten“ Bedingungen diese eintreten und was dann zu tun ist.⁹

MODERATE AUFENTHALTSZEITEN

Ungeachtet der Schwankungen in den Nutzerquoten ist festzuhalten, dass das Alter der Kinder – und dies ist nicht überraschend – entscheidenden Einfluss sowohl auf den Internetzugang als auch auf die Relevanz des Internets im Alltag hat, das Geschlecht hingegen spielt keine Rolle. Rund drei Viertel der Online-Kinder sind inzwischen mindestens einmal pro Woche im Internet. Wobei diese Nutzungsfrequenz von 47 % der Sechsbis Siebenjährigen, 59 % der Acht- bis Neunjährigen, 68 % der 10- bis 11-Jährigen und 86 % der 12- bis 13-Jährigen erreicht wird. Die durchschnittlichen Aufenthaltszeiten im Internet sind – verglichen mit den Fernsehzeiten¹⁰ – nach wie vor als moderat zu bezeichnen: Falls Kinder das Internet an einem „normalen Tag“ nutzen, sind jeweils etwas mehr als ein Viertel der Kinder bis zu 30 Minuten oder mehr als eine Stunde im Netz, das Gros benötigt für einen Internetaufenthalt zwischen einer halben und einer Stunde.¹¹

Nicht von der Hand zu weisen ist, dass das Internet mit seiner gesellschaftlichen Veralltäglichsung ein Teil des permanent verfügbaren „Medienensembles“ in den Familien geworden und seine Bedeutung im Zeitverlauf drastisch angestiegen ist. Doch Kinder sind keine Trendsetter

und nur in Einzelfällen „Early Adopters“. Vom Sog ins Netz zu gehen, wurden sie über die Erwachsenen und Jugendlichen erfasst. Folglich werden auch von den diskutierten Novitäten im Bereich der multifunktionalen mobilen Medien derzeit erst wenige Kinder erreicht: Zwar besitzen etwas mehr als 50 % der Sechs- bis 13-Jährigen ein eigenes Handy, aber nur jedes siebte dieser Handys ist internetfähig.¹² Dieses Datum wird vom DJI-Projekt „MediKuS“ für die Altersgruppe der Neun- bis Zwölfjährigen bestätigt. Auf die Frage „Wie häufig gehst du mit dem Handy ins Internet?“ sagten 14 % der Befragten, dies zumindest selten zu tun.¹³ Unter pädagogischen Gesichtspunkten sind das allerdings bereits zu viele Kinder, da es beim Handy-Surfen keine Möglichkeiten gibt, die Internetrisiken für Kinder zu minimieren. Einerseits ist für Handys keine Filtersoftware erhältlich, andererseits ist das Internet auch dann uneingeschränkt zugänglich, wenn die Angebote auf dem Portal des Handyanbieters gefiltert werden können. www.jugendschutz.net empfiehlt deshalb jüngeren Kindern ein Handy ohne Internetzugang zu kaufen oder diesen zu deaktivieren.¹⁴

PRIMÄRER ZUGANGSORT: FAMILIEN-PC

Dessen ungeachtet berichtet Super RTL in „Kinderwelten“, dass 22 % der Sechs- bis Zwölfjährigen das Smartphone ihrer Eltern mitbenutzen dürfen und weitere 8 % ein eigenes Gerät besitzen. Von den insgesamt 30 % Smartphone-Nutzern geht jeder Fünfte damit auch ins Internet. Mit einer elterlichen Ausstattungsquote von 10 % sind Tablet-PCs und iPads derzeit noch von geringer praktischer Bedeutung. Diese Geräte werden von 7% der Kinder – darunter etwa von jedem Vierten für den Internetbesuch – genutzt. Obwohl sich rund die Hälfte der Kinder für die neuesten digitalen Geräte interessiert, ist es doch so, dass die Eltern den Zugang zu diesen reglementieren. Ob ihre Kontrolle durch pädagogische Gründe oder durch die Gerätekosten motiviert ist, bleibt offen.¹⁵

Auch die bei Kindern beliebte Spielkonsole wird eher selten für Internetaktivitäten verwendet. Nach der „KIM-Studie 2010“ spielt nur jeder fünfte Junge und jedes achte Mädchen Computer-, Video- bzw. Konsolenspiele online.¹⁶ Unter anderem hat dies auch damit zu tun, dass jüngere Mädchen und Jungen überwiegend Browser Spiele machen, die direkt auf Websites angeboten werden. Erst die älteren, zumeist männlichen Kinder, etwa ab dem 13. Lebensjahr, setzen sich mit komplexeren Online-Spielen auseinander.¹⁷

Obwohl die multifunktionalen Geräte den Markt erobern und damit den konvergenten Mediennutzer produzieren, verwenden Kinder die Medien, die ihnen überlassen werden, primär eindimensional, reduziert auf ihre Basisfunktion. Mit Blick auf den Internetzugang der Kinder kann in diesem Zusammenhang festgehalten werden, dass die große Mehrheit der Sechs- bis 13-Jährigen den Computer, genauer den Familiencomputer verwendet. Rund 10 % der Kinder verfügen über einen eigenen Internetanschluss¹⁸,

der entscheidend dazu beiträgt, die Aufenthaltszeiten der Kinder im Internet zu verlängern. Unter den Aspekten der Zeitkontrolle und der pädagogischen Begleitung der Kinder durchs Netz ist für jüngere Kinder ein Computer, der mit anderen geteilt werden muss, zu befürworten. Die Situation, dass ein internetfähiger Computer nicht ständig verfügbar ist, ergibt sich quasi natürlich, wenn in einer Familie Geschwisterkinder leben. Nicht nur die Nutzungsdauer, sondern auch die Nutzungshäufigkeit der digitalen Medien bzw. des Internets nimmt mit der Geschwisterzahl ab.¹⁹

YOUTUBE ALS KINDERWEBSITE

Kinder im Vorschulalter beschäftigen sich im Internet primär mit Lernspielen, Musikhören und Videogucken,²⁰ demnach mit Aktivitäten, die quasi als „Gesamtpaket“ auf den Kleinkinder-Websites angeboten werden. Videos für diese Zielgruppe sind in großer Anzahl auch auf **YOUTUBE** zu finden, z.B. Clips aus den Reihen **Die Sendung mit der Maus**, **Pingu**, **Peterson und Findus**, **Bob der Baumeister**, **Thomas die Lokomotive**. Dass Angebote, die für Kinder geeignet sind, auf diesem Videoportal stehen, ist nicht unproblematisch. Schon frühzeitig wird Kindern dadurch **YOUTUBE** als Kinderwebsite vorstellig gemacht, die sie definitiv nicht ist. Sobald Kinder bei der Videoauswahl nicht mehr auf die Hilfe ihrer Eltern angewiesen sind, könnten sie auf ungeeignete und entwicklungsbeeinträchtigende Inhalte stoßen.

Betrachtet man die häufigsten Internetaktivitäten der Sechs- bis 13-jährigen Kinder und Jugendlichen, dann stehen die Suche nach Informationen für Freizeit und Schule, die Nutzung von Websites für Unterhaltung und Spiel sowie das Kommunizieren mit Gleichgesinnten an erster Stelle. Die in der Öffentlichkeit viel diskutierten Web-2.0-Aktivitäten wie das Bloggen, das Schreiben von Wikis, das Erstellen von Podcasts werden nur von einer Minderheit praktiziert. Eine Ausnahme stellt das Mitmachen in Sozialen Netzwerken dar. Von den Internetnutzern unter den Sechs- bis 13-jährigen sind derzeit rund 40 % in Netzwerken wie **SCHÜLERVZ**, **FACEBOOK** oder **WER-KENNT-WEN** organisiert, wobei der Löwenanteil (60 %) von den Zwölf- bis 13-jährigen gestellt wird.

ATTRAKTIVITÄT DER SOZIALEN NETZWERKE

Aber auch schon Sechs- bis Siebenjährige (5 %) und Acht- bis Neunjährige (13 %) sind mit ihren Profilen in Sozialen Netzwerken aufzufinden.²¹ Dies ist unproblematisch, solange sich die Jüngsten mit dem erforderlichen Einverständnis ihrer Eltern in moderierten Communities speziell für Kinder bewegen, wie z.B. im **SWR KINDERNETZ**. Auf **FACEBOOK** haben Kinder aufgrund der Daten- und Persönlichkeitsrisiken, die sie eingehen und nicht absehen können, nichts zu suchen. Es ist folglich nicht nur die Aufklärung der Kinder aller Altersgruppen erforderlich, sondern auch ihrer Eltern. Die zunehmende Attraktivität der Sozialen Netzwerke resultiert einerseits aus den Möglichkeiten, die sie für die Selbstdarstellung, die Selbstpositionierung innerhalb des eigenen sozialen Umfelds, den kontinuierlichen Austausch mit anderen sowie die Organisation des Alltags bieten. Zugleich können „traditionelle“ Internetaktivitäten wie das Chaten und Mailen in die Netzwerke hineinverlegt werden. Dem Motiv, von anderen wahrgenommen zu werden oder mitzumachen, um dazuzugehören oder auch anerkannt zu werden auf der einen Seite, entspricht der Gruppendruck, sich einem bestimmten Netzwerk anzuschließen auf der anderen. Ein zwölfjähriges Mädchen erklärt, es sei ihm wichtig, wie ihre Mitschüler in **SCHÜLERVZ** zu sein, damit „ich sozusagen auch zu diesem coolen Club gehöre“.²²



Mit dem Kind das Internet erkunden – einige kindgerechte Websites für Einsteiger

AUSSERSCHULISCHES LERNMITTEL

Dem Internet eilt der Ruf voraus, ein Informations- und Wissensmedium zu sein – auch bei den Kindern. „Zum Glück wurde das Internet erfunden, weil sonst würde man nicht so viel wissen“, so der Standpunkt eines jungen Users (Junge, elf Jahre). Das Internet ist schneller als eine Bibliothek zu erreichen. Es ist einfacher mit **GOOGLE** zu suchen oder zu **WIKIPEDIA** zu gehen als in Büchern nachzuschlagen. Außerdem ist **GOOGLE** aus Schülerperspektive multifunktional: Mit der Suchmaschine kann man nicht nur nach Texten und Bildern suchen, sondern auch rechnen und im Zweifelsfall überprüfen, wie man ein Wort richtig schreibt oder übersetzt.

Im Kontext der Schulhausaufgaben ist die Verwendung des Internets zur Normalität geworden und von den Lehrern als außerschulisches Lernmittel anerkannt. Weit öfter als in Sozialen Netzwerken (43 %) und auf Spielwebsites (47 %) halten sich die sechs- bis 13-jährigen Kinder – mindestens einmal in der Woche – auf Suchmaschinen (68 %) auf. Am häufigsten werden diese für die schulbezogene Recherche verwendet, aber auch nach Prominenten, Spielen und Nachrichten wird gesucht. Die jüngeren Kinder brauchen bei der Suchmaschinenutzung die Unterstützung ihrer Eltern, doch von den Zehn- bis Elfjährigen recherchieren schon knapp 60 % und von den 12- bis 13-Jährigen 75 % alleine.²³

Wie bei den Erwachsenen ist unter den Kindern **GOOGLE** die populärste und am häufigsten genutzte Suchmaschine, obwohl es Spezialsuchmaschinen für Kinder gibt. Dies hat vermutlich auch damit zu tun, dass nur ein Drittel der Eltern, deren Kinder das Internet nutzen, von diesen Kenntnis hat. Die Kindersuchmaschinen minimieren die Gefahren, die Kindern aus dem Netz drohen, und sie führen auch bei Tabu-Anfragen – wie z. B. Sex, Pornografie oder Nazi – zu altersgerechten, aufklärenden Dokumenten.

WEBSITEPRÄFERENZEN

Der „Trend“ unter älteren Kindern, sich in Sozialen Netzwerken anzumelden, drückt sich in den Antworten auf die Frage nach den beliebtesten Websites aus. Von den Jungen wird **YOUTUBE** mit deutlichem Abstand an erster Stelle erwähnt (40 %), dann **FACEBOOK** (18 %), **SCHÜLERVZ** (16 %), **KICKER** (11 %) und **BUNDESLIGA** (10 %). Bei den Mädchen liegt **YOUTUBE** (29 %) ebenfalls an erster Stelle, dann folgen **SCHÜLERVZ** (23 %), **SPIELAFFE** (16 %), **FACEBOOK** (13 %) und schließlich **TOGGO** (12 %) gleichauf mit **WIKIPEDIA**.²⁴ Sowohl die Erwachsenen- als auch die Geschlechterorientierung tritt bei den Zehn- bis Zwölfjährigen sehr deutlich zutage, wobei sich die Mädchen – wie wir es bereits im Projekt „Wie entdecken Kinder das Internet?“ beobachten konnten²⁵ – etwas länger als die Jungen Kinderwebsites mit Spielangeboten zuwenden. Bei den sechs- bis neunjährigen Mädchen und Jungen ist das Spielen innerhalb des Angebots der Kinderfernseher prioritär, denn sie bevorzugen www.toggo.de, www.kika.de, www.nick.de.²⁶

MITHILFE DER ELTERN

Das Internet bringt den Kindern im Grunde genommen das, was es auch den Erwachsenen bringt. Es ist eine Möglichkeit unter anderen, sich zu informieren, unterhalten, mitzuteilen und mit anderen zu kommunizieren. Allerdings

ist das Internet an sich kein fass- und anfassbarer Gegenstand, man muss sich seine inhaltlichen Dimensionen erst erschließen. Man mag sich die pädagogische Frage stellen, ab welchem Alter dies möglich und sinnvoll ist, wird dann aber von den Faktizitäten eingeholt. Kinder wachsen mit dem gesamten Medienensemble auf, das in ihren Familien vorhanden ist, und sie tun dies spielerisch. So eignen sich die Kinder im Familienalltag den Umgang mit Computer

und Internet intuitiv an, aber eine kompetente Internetnutzung erschöpft sich nicht im instrumentellen Geschick. Bei der Förderung der Kompetenzen der Kinder geht es nicht darum, dass sie im Internet „drin“ sind, sondern was sie dort tun. Folglich liegt es in der Verantwortung der Erwachsenen, ihnen Brauchbares, Interessantes und Kreatives zu empfehlen und Gefährliches von ihnen fernzuhalten.

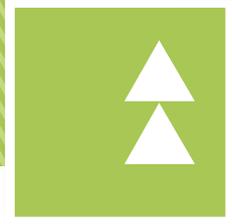
Nicht vergessen werden sollte, dass das Internet ohne den aktiven User nicht funktioniert. Der frühzeitige Internetumgang ist an die Mithilfe der Eltern gebunden, die gemeinsam verbrachte Zeit ist für jüngere Kinder das entscheidende Plus. Mit zunehmendem Alter finden sich die Kinder im Internet immer besser und selbstständiger zurecht. Auch wenn die Kinder – aufgrund des zunehmenden Einflusses der Gleichaltrigen – nicht mehr so häufig nach Unterstützung und Anregungen fragen, sollten die Eltern nicht auf das Gespräch mit ihren Kindern verzichten. Interesse an den Internetaktivitäten ihrer Kinder ist dafür die beste Voraussetzung.

LITERATUR

1. Generell wird bei der Zielgruppe Klein- und Vorschulkinder der Lerncharakter interaktiver Webangebote hervorgehoben, und zwar unabhängig davon, ob es sich um Spiele, Videos, Bastelvorlagen oder Malprogramme handelt.
2. Egmont Ehapa Verlag (Hrsg.): KidsVerbraucherAnalyse 2011. KidsVA 6-13. KidsVA Preschool 4-13. Berichtsband. Berlin 2011, S. 75.
3. Vgl. Guth, Brigitte (Medienforschung Super RTL): Mediennutzung heute. Wie gehen Kinder mit der Konvergenz um? Kinderwelten-Fachtagung 2012. Online: www.ip-deutschland.de/ipd/plattformen/fernsehen/super_rtl/kinderwelten/
4. Egmont Ehapa Verlag (Hrsg.): a.a.O., S. 57.
5. iconkids & youth international research GmbH: Trend Tracking Kids® 2012. Ergebnisse zu den High Interest Themen bei 6- bis 19-jährigen Kindern und Jugendlichen in Deutschland. München, Juni 2012.
6. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.): KIM-Studie 2010. www.mpfs.de/fileadmin/Studien/KIM05.pdf.
7. Ein Manko der empirischen Erhebung liegt offensichtlich in der Fragebogenkonstruktion. Die Ja-Nein-Frage „Nützt dir das Internet?“ wird in der Regel nicht gestellt. Die Formulierung lautet üblicherweise: „Wie oft nutzt du das Internet?“. Die Frage sollen die Kinder dann mithilfe einer Skala beantworten; z. B. „Jeden/ fast jeden Tag“, „Ein- / oder mehrmals in der Woche“, „Seltener“ oder „Nie“. Weitere Einschränkungen ergeben sich z. B., wenn die Internetnutzung im Zusammenhang mit Freizeitaktivitäten abgefragt wird. Die Kinder, die das Internet nur in der Schule nutzen, werden dann nicht berücksichtigt.
8. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.): a.a.O., S. 30.
9. Feil, Christine; Gieger, Christoph; Grobbin, Alexander: Kernaussagen und zentrale Ergebnisse des DJI-Projekts „Digital Divide“ (Auf einen Blick). In: DJI Online Thema 2010/02: Digital kompetent oder abgehängt? Wege von Kindern und Jugendlichen ins Netz. 2010 Online verfügbar unter: www.dji.de/cgi-bin/projekte/output.php?projekt=975&Jump=LINKS&Jump2=1.
10. Im Jahr 2011 lag die durchschnittliche „Verweildauer“ vor dem Fernsehgerät in der Altersgruppe der Sechs- bis 13-Jährigen bei rund 2 ¼ Stunden. Auf die Sechs- bis Neunjährigen entfallen dabei 151 Minuten, auf die Zehn- bis 13-Jährigen 186 Minuten. Vgl. Feierabend, Sabine; Klingler, Walter: Was Kinder sehen. In: Media Perspektiven 4/2012, S. 203 ff.
11. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.): a.a.O., S. 32.
12. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.): a.a.O., S. 52.
13. „MediKuS – Medien, Kultur und Sport bei jungen Menschen“ (2011), Deutsches Jugendinstitut, München (Veröffentlichung in Vorbereitung).
14. Bundesministerium für Familie, Senioren Frauen und Jugend (Hrsg.): Handy ohne Risiko? Mit Sicherheit mobil – ein Ratgeber für Eltern. Berlin, August 2011. Online verfügbar: www.bmfsfj.de/BMFSFJ/Service/Publikationen/publikationsliste.did=101196.html.
15. Guth, Brigitte (Medienforschung Super RTL): a.a.O.
16. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: a.a.O., S. 45 f.
17. Feil, Christine; Gieger, Christoph; Grobbin, Alexander: a.a.O.
18. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: a.a.O., S. 8.
19. Feil, Christine; Gieger, Christoph; Grobbin, Alexander: a.a.O.
20. Egmont Ehapa Verlag (Hrsg.): a.a.O., S. 75.
21. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.): a.a.O., S. 35.
22. Feil, Christine: Partizipation im Netz. Zur Bedeutung des Web 2.0 für Kinder und Jugendliche. In: Betz, Tanja; Gaiser, Wolfgang; Pluto, Liane (Hrsg.): Partizipation von Kindern und Jugendlichen. Schwabach/Ts. 2010, S. 113-133.
23. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: a.a.O., S. 34/ S. 40/42
24. iconkids & youth international research GmbH: Trend Tracking Kids® 2012. Ergebnisse zu den High Interest Themen bei 6- bis 19-jährigen Kindern und Jugendlichen in Deutschland. München, Juni 2012.
25. Feil, Christine; Decker, Regina; Gieger, Christoph: Wie entdecken Kinder das Internet? Beobachtungen bei 5- bis 12-jährigen Kindern. Wiesbaden: VS 2004.
26. iconkids & youth international research GmbH: Trend Tracking Kids® 2012. Ergebnisse zu den High Interest Themen bei 6- bis 19-jährigen Kindern und Jugendlichen in Deutschland. München, Juni 2012.

AUTORIN DR. CHRISTINE FEIL

IST WISSENSCHAFTLICHE
MITARBEITERIN AM DEUTSCHEN
JUGENDINSTITUT
MÜNCHEN. SEIT 1999
FÜHRT SIE PROJEKTE IM
THEMENBEREICH „KINDER
UND INTERNET“ DURCH.



Kinder und Medien



MedienConcret bietet Pädagogen, Eltern und Medieninteressierten ein lebendiges, praxisnahes und fachlich inspirierendes Forum der Medienpädagogik – jeweils zu einem aktuellen Thema. Die aktuelle Ausgabe **KINDER UND MEDIEN** sondiert die heutigen Kindermedienwelten unter der Fragestellung, wie Erwachsene in den unterschiedlichen Erziehungsbereichen den Nachwuchs im Hinblick auf ein gelingendes Aufwachsen mit Medien unterstützen können. Was klicken, gucken und spielen Kinder heute? Wie erleben Mädchen und Jungen die Medien? Wie können Eltern und Pädagogen ihre Medienerziehung so ausrichten, dass aktuelle Entwicklungen chancenorientiert genutzt, aber auch Risiken erkannt und begrenzt werden? Das Heft bietet Eltern Orientierung und Erziehungstipps; Pädagogen in Schule, KiTa und Jugendarbeit finden hier jede Menge „best practice“, frische Ideen und Materialien für die Praxis.



„PÄDAGOGISCH WERTVOLL“ AUFWACHSEN IN DER MEDIENWELT
CHANCEN NUTZEN – RISIKEN ERKENNEN



gefördert von



Bundesministerium
für Familie, Senioren,
Frauen
und Jugend

KJF
Kinder- und Jugendfilmzentrum
in Deutschland

jfc
Medien · Kultur · Perspektiven

► Aktuelle Entwicklungen und Trends ► FRÜH ÜBT SICH Kreative Qualität statt medialer Diät ► SERVICE Kurzportraits aus der pädagogischen Praxis, Tipps zur Medienerziehung, empfehlenswerte Websites, Apps und Filme



Foto: Darren Baker

EDITORIAL

Impressum

Herausgeber:
jfc Medienzentrum
Hansaring 84-86, 50670 Köln
Fon 0221-13056150, Fax 0221-130561599,
info@jfc.info, www.jfc.info

Kinder- und Jugendfilmzentrum in Deutschland,
Küppelstein 34, 42857 Remscheid,
Fon 02191-794233, Fax 02191-794230,
info@kjf.de, www.kjf.de

Redaktion: Sabine Sonnenschein, jfc Medienzentrum;
sonnenschein@medienconcret.de
Mitarbeiter: Ariane Kümpel, KJF
www.medienconcret.de

Grafik: Alessandro Riggio, Köln

Korrektur: Sabine Breitbach

Autoren: Stefan Aufenanger, Werner C. Barg,
Ilona Cwielong, Daniel Dathe, Christian Exner,
Christine Feil, Sandra Fleischer, Michael Gurt, Jochen
Hettinger, Kai Hugger, Sven Jöckel, Verena Kratzer,
Nadia Kutscher, Klaus Lutz, Gudrun Marci-Boehnecke,
Ulrike Mietzner, Gunter Neubauer, Hans-Jürgen
Palme, Ida Pöttinger, Franz Josef Röhl, Renate
Röllecke, Barbara Sichtermann, Gerda Sieben,
Heiko Walter, Petra Wonsowitz

Bildnachweise: Titelbild: Tatjana Gladskikh; S.4 o.:
TF28ifaltings, u.: ImAVeronica; S.9: Andrej Poroch-
nenko/ fotolia; S.17, 18 Gamescom; S.19: sezzles; S.21:
Warner Bros.; S. 22, S. 23 o./u.: SuperRTL; S.24 u.
RTL; S.24 o.: ZDF/Chakki Chung; S.25: ZDF/G. Knorr;
S.26, l.: G+J Entertainment Media/Majestic, m.: Delphi
Film, r.: Warner; S.28: Ascot Elite; S.29: Drei Freunde;
S.30 o.: Senator Film, u.: X-Verleih; S.31: Zorro Film;
S.32: Universal Pictures; S.34: Constantin;
S.35: Universum; S.36: Warner Bros.; S.42: Columbia;
S.44: disney/ SuperRTL; S. 45 Martin Lindstrom;
S.46 l.: Nick u. r. RTL II; S.47: ProSieben; S.48 Sat1,
S.50 l.: bikl.de, r.: Flimmerkiste S.70; S. 51: u.Noam
Armonn, o.: ORB; S.52: Ryantron; S. 54 u.: National
Archives and Records Administration; S.56: Alex Bru-
da; S.58: Ki.KA/Storimages; S. 60 Warner;
S. 68 o.: crazy80frog/dreamtime, u.: Nationaal Archief;
S.85 Medienstelle Augsburg; S.91: ddpimages

Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht
unbedingt die Meinung der Redaktion wieder.
Der Abdruck von Beiträgen und Bildern bedarf der
Einwilligung der Redaktion.

Das Kinder- und Jugendfilmzentrum in Deutschland
wird gefördert durch das Bundesministerium für
Familie, Senioren, Frauen und Jugend.
Das jfc Medienzentrum wird gefördert durch das
Ministerium für Generationen, Familie, Frauen
und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen
und durch die Stadt Köln.

MedienConcret erscheint in unregelmäßigen
Abständen, Einzelheft € 7, Abonnement mit
4 Ausgaben unabhängig vom Kalenderjahr € 20
(jeweils zzgl. Porto).

Erschienen: Dezember 2012
ISSN: 0931 – 9808

„Ich bin bereit! Ich bin bereit!“, Spongebobs fröhliches Lied kennt jedes Kind. Während Nachwuchs und Marketingmanager angesichts populärer Fernsehstars wie dem schräg-anarchischen Schwammkopf noch immer gleichermaßen in Verzückung geraten, fragen sich viele Eltern und Pädagogen entsetzt, ob solche Vorbilder für die kindliche Entwicklung taugen. Doch das Fernsehen mit seinen Kinderhelden hat in der Gunst der Kinder längst Konkurrenz bekommen. Mobile Geräte sind ebenfalls bereit – und zwar jederzeit: Konsolen, aber auch iPads, Tablets oder Smartphones sind die neuen Verheißungsmaschinen in der weiten Welt medialer Verlockungen. Schon Kleinkinder lieben den Touchscreen, so beginnt Mediennutzung heute immer früher; die Medienwelt wird immer komplexer, kommerzieller, individueller, interaktiver, diskreter. In rasanten Zeiten stetig neuer Medienentwicklungen gilt es, den Überblick zu behalten und die grundsätzlich positive Haltung nicht zu verlieren, dass das Aufwachsen in der heutigen Medienwelt dennoch gelingen kann.

Sind Sie bereit, sich auf eine Medienerziehung einzulassen, die aktuelle Entwicklungen chancenorientiert im Blick hält, aber auch Risiken erkennt und ihnen Rechnung trägt? Oder gehören Sie zu den Medienskeptikern, für die „Natürlichkeit“ per se das bessere Erziehungsgebot ist? Kinder jedenfalls nutzen Medien heute sehr vielfältig: Sie sind Reibungsflächen für die Entwicklung ihrer – auch geschlechtlichen – Identität, sie dienen der Kommunikation, dem persönlichen Ausdruck und sind Quellen formellen und informellen Lernens. Die Welt ist für viele Kinder höchst kompliziert geworden: Die Anforderungen in der Schule steigen beispielsweise, und der „sichere“ Sozialraum Familie erfährt seine Wandlungen durch neue Familienkonstellationen oder die Berufstätigkeit beider Elternteile. Games, Serien oder Apps haben deshalb für Kinder eine entlastende Funktion – Anschalten zum Abschalten, wie für uns Erwachsenen übrigens auch. Aber Medien können auch Orte der Erkenntnis sein, an denen Kinder vielfältige Erfahrungen machen. Sie bieten enorme Bildungschancen, machen Inhalte anschaulicher, abwechslungsreicher, interaktiver. Und sie können das Miteinander befördern jenseits virtueller Chats: Beim gemeinsamen Gaming, „Fachsimpeln“ über die Lieblingsserie oder bei einer GPS-Tour entdecken Sie neue Seiten bei den Kinder und bei sich selbst.

Kinder müssen heute mit Medien leben lernen – dies gelingt ihnen besser, wenn sie in Eltern und Pädagogen kompetente Ansprechpartner finden, die problematische Inhalte mit ihnen bearbeiten und sie dabei unterstützen, Selektionsvermögen und eine kritisch-kreative Kompetenz im Umgang mit den Medien zu entwickeln. Bei aller Medienbegeisterung gilt es jedoch vor allem auch, Grenzen zu setzen. Natürlich tut ein Übermaß an nicht kindgerechten Filmen, Websites oder Spielen Kindern nicht gut! Das richtig Einschalten ist heute eine Basisqualifikation, aber in unserer schnelllebigen, hektischen Medienwelt gewinnt eine weitere Fähigkeit immer mehr an Bedeutung: einfach mal abschalten zu können.

Sabine Sonnenschein
Redaktion