

Kinder und YouTube – Nutzung, Favoriten und Sichtweisen

1 Anliegen der Studie

Der Zugang zu Filmen, Serien, Dokumentationen – kurz „Bewegtbild“ – hat sich mit dem Internet, das das Streamen von Inhalten zeit- und ortsunabhängig ermöglicht, grundlegend verändert. Neben den Mediatheken der Sender und kommerziellen Streaming-Anbietern haben sich etliche Plattformen etabliert, die zur Erstellung und Verbreitung von Bewegtbild intensiv genutzt werden, etwa Vimeo, musical.ly, MyVideo oder YouTube.

YouTube ist derzeit die beliebteste Videoplattform, nicht nur bei jungen Erwachsenen und Jugendlichen, sondern auch bei Kindern. Von den Kindern, die das Internet nutzen, sehen 17 Prozent (fast) täglich Videos auf YouTube an, 33 Prozent nutzen YouTube ein- oder mehrmals die Woche, weitere 18 Prozent seltener (KIM 2016, S. 45f.)¹. Im Altersverlauf steigt der Anteil der Kinder, die mindestens wöchentlich YouTube nutzen, von 28 Prozent bei den Sechs- und Siebenjährigen auf 66 Prozent bei den Zwölf- bis 13-Jährigen an (KIM 2016, S. 46). Bei den von Kindern präferierten YouTube-Inhalten handelt es sich in erster Linie um YouTube-Stars, die gut ein Drittel der von YouTube-Nutzern genannten Lieblingsangebote auf sich vereinen. Für ein Viertel zählen Musikvideos, für ein Fünftel Comedy oder generell lustige Videos zu den Favoriten. Etwa jedem Zehnten gefallen Filme/Videos allgemein, Tiervideos oder Videos aus dem Bereich Sport besonders gut (KIM 2016, 46f.).

1 Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs): KIM-Studie 2016. Kinder + Medien, Computer + Internet. Stuttgart: mpfs 2017. URL: www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2016/JIM_Studie_2016.pdf (letzter Zugriff: 28.12.2017).

Seit Mitte 2017 gibt es im FLIMMO eine neue Rubrik, die sich mit „fernsehen im Netz“ beschäftigt. Dies ist ein weiterer Grund, durch die aktuelle Kinderbefragung mehr zu Zugang, Umgangsweisen und Kritikpunkten von Kindern zu YouTube in Erfahrung zu bringen. Dabei geht es auch darum, Kriterien für Angebote zu entwickeln und Eltern die Sicht der Kinder auf YouTube näher zu bringen. Die vorliegende Untersuchung konzentriert sich auf folgende Fragen:

- Nutzung YouTube: Auf welchen Geräten nutzen die Befragten das Videoportal? Welchen Aktivitäten gehen sie auf YouTube nach, welche Funktionen sind für sie relevant?
- Themen auf YouTube: Welche Videoinhalte und Themen sind für Kinder auf YouTube interessant? Was gefällt ihnen an ihren Favoriten, was nicht?
- YouTuber: Welche YouTuber kennen und mögen die Befragten? Wie schätzen sie diese bezüglich verschiedener Aspekte wie Persönlichkeit oder Lerneffekte ein?
- Struktur YouTube: Wissen die Kinder wie YouTube „funktioniert“? Wie ist es um ihr strukturelles Wissen rund um das Portal bestellt?
- YouTube in der Familie: Wie stehen die Eltern der Befragten zu YouTube? Inwiefern wird der Umgang mit der Plattform von elterlicher Seite reguliert oder begleitet?

2 Anlage der Untersuchung

Stichprobe

Befragt wurden 61 Mädchen und Jungen zwischen sechs und 13 Jahren aus vier Bundesländern. Die Stichprobe besteht je zur Hälfte aus Mädchen und Jungen. Das Hauptgewicht lag dabei auf Befragten ab elf Jahren.

Alter	weiblich	männlich	Gesamt
6–10	12	12	24
11–13	19	18	37
Gesamt	31	30	61

Methode

Teilstandardisierter Fragebogen. Befragt wurden Kinder, die YouTube zumindest ab und an nutzen. Der Fragebogen gliederte sich in mehrere Blöcke, die die oben skizzierten Aspekte von YouTube in den Blick nahmen.

Orte

Augsburg (Bayern), Berlin, Leipzig (Sachsen), Landkreis Südliche Weinstraße (Rheinland-Pfalz)

Zeitraum

Juni 2017

3 Ergebnisse

3.1 Was ist YouTube? Befragte definieren

Auf die Frage, was YouTube ist, können alle Befragte mehr oder weniger ausführlich Auskunft geben. Für die Jüngeren ist YouTube vor allem eine „Abspielstation“ von Videos und eine weitere Möglichkeit fernzusehen: „Man kann was eingeben und gucken wie im Fernsehen“ (Mädchen, 8 Jahre). Je älter die Kinder werden, desto differenzierter beschreiben sie Funktionen und Möglichkeiten, die die Plattform bietet. Befragte ab Ende des Grundschulalters erwähnen auch vermehrt Interaktion und Kommunikation, zum Beispiel die Optionen Videos hochzuladen, Kommentare abzugeben oder Videos zu liken. Die Möglichkeit Musik zu hören, wird von jüngeren und älteren Befragten gleichermaßen erwähnt.

Einige Kinder betonen die Vielfalt der Angebote: „Da kann man Videos ansehen, *Bibi & Tina* und *Die Eiskönigin* und so. Aber auch Auto-Videos für Papa und welche, die ich nicht gucken darf“ (Lilly, 8 Jahre). Manche ältere Kinder stellen klar, dass nicht alles, was auf YouTube zu finden ist, kindgerecht ist. Die kommerzielle Seite der Plattform wird nur von wenigen Kindern thematisiert, etwa vom neunjährigen Theo: „Es gibt Leute, die Videos machen zu verschiedenen Themen, und die Videos stellen die ins Internet, also auf YouTube, und die bekommen pro 1000 Likes 1000 Euro.“






Wenige Kinder äußern nicht zutreffende Vorstellungen, was YouTube bietet oder kann. Ein älterer Junge ist der Meinung, dass YouTube eine Software für Videoschnitt sei. Ein jüngerer Befragter glaubt, dass man dort „alle Filme und Serien“ in voller Länge abrufen kann.

Bei der Frage, was YouTube ist, wurde auch thematisiert, ab welchem Alter YouTube nach Meinung der Befragten freigegeben sein sollte. Die Antworten auf diese Frage variieren sehr stark. Die Altersangaben der Mädchen und Jungen bewegen sich zwischen fünf bis 18 Jahren. Die Befragten begründen ihre Entscheidung damit, dass sich Kinder erst ab einem bestimmten Alter gut genug mit einem solchen Angebot auskennen, das technische Know-how besitzen und/oder entscheiden können, welche Videos sie ins Netz stellen können oder nicht. Außerdem geben manche Befragte an, dass Jüngere durch bestimmte Inhalte auf YouTube überfordert sind. Dabei ist der bekannte Third-Person-Effekt zu beobachten: Manche Befragte fürchten, dass jüngere Kinder aus unterschiedlichen Gründen von YouTube-Inhalten überfordert sind, sie selbst können damit aber gut umgehen. Dieser Effekt tritt interessanterweise in allen Altersstufen auf.

3.2 YouTube: Zugang erfolgt über mobile Geräte

Auf welchen Geräten nutzen unsere Befragten YouTube? Am häufigsten nutzen die Mädchen und Jungen YouTube auf dem Smartphone mit 79 Prozent (vgl. folgende Grafik). Mit Abstand folgen PC/Laptop (62%) und dicht darauf das Tablet (58%). Deutlich weniger bzw. kaum eine Rolle spielt für diese Stichprobe der Zugang zu YouTube via Smart TV (33%) und Spielkonsole (12%).

Auf welchen Geräten nutzten die Befragten YouTube?
(n=61, Mehrfachnennungen)






Smartphone		48
PC/Laptop		37
Tablet		35
Smart-TV		20
Spielkonsole		7

Altersunterschiede lassen sich in dieser Stichprobe bezüglich der Nutzung von YouTube via Smartphone sowie Laptop/PC verzeichnen: Tendenziell nehmen mehr ältere als jüngere Befragte diese Geräte in Anspruch, um YouTube zu nutzen. Hier dürfte die ausschlaggebende Rolle spielen, dass mehr ältere als jüngere Befragte im Besitz eines eigenen Smartphones sowie Laptop/PCs sind.

3.3 Tätigkeiten: Was machen Kinder auf YouTube?

Welche Funktionen und Interaktionsmöglichkeiten von YouTube sind für die Befragten relevant? Abgesehen davon, dass alle Befragten Videos anschauen, folgen mit deutlichem Abstand aktive bzw. interaktive Tätigkeiten wie Videos bewerten und kommentieren oder sogar einen eigenen Kanal zu haben (vgl. folgende Grafik).

Aktivitäten auf YouTube
(n=61, Mehrfachantworten)

Videos anschauen		61
Videos bewerten		34
Channel abonnieren		30
Videos kommentieren		19
eigener Kanal		7

Die Möglichkeit, YouTube-Videos zu bewerten per Like/Dislike, nutzt etwas über die Hälfte der Befragten (56%). Hier zeigen sich Alters- und Geschlechterunterschiede. Unter den Mädchen und Jungen, die Videos bewerten, sind deutlich mehr ältere als jüngere Kinder zu finden: drei Viertel zu einem Viertel (27% zu 73%). Für Mädchen scheint die Bewertungsfunktion zudem attraktiver zu sein als für Jungen: Es bewerten 65 Prozent weibliche versus 35 Prozent männliche Befragte. Einen Channel abonniert hat die Hälfte der Be-












fragten (n=30). Auch hier spielt das Alter der Kinder eine Rolle: Es abonnieren mehr ältere als jüngere Befragte Kanäle (83% zu 17%). Die Möglichkeit, Videos zu kommentieren, nutzt weniger als ein Drittel der Befragten (n=19). Unter ihnen finden sich deutlich mehr ältere als jüngere Befragte: 79 Prozent versus 21 Prozent (15 zu 4 Kindern). Einen eigenen Kanal haben nur sieben Befragte (11,5%), davon sind sechs Kinder zwischen 11 und 13 Jahren. Die Aktivitäten dieser Befragten halten sich jedoch in Grenzen: Nur ein Teil von ihnen hat bereits einige wenige Videos produziert. Andere laden wiederum Videos von Freunden oder anderen Quellen hoch, oder der Kanal ist inaktiv.

3.4 YouTube-Inhalte – was Kinder am liebsten auf YouTube sehen

Zunächst wurden die Befragten nach ihren Interessensgebieten auf YouTube gefragt, hier waren Mehrfachantworten möglich unter Vorgabe von Themengebieten und der Option, weitere zu nennen.

Spitzenreiter der favorisierten YouTube-Inhalte sind bei je drei Viertel der Befragten zum einen Videos rund um Comedy, Pranks und Streiche (75%) sowie Videos mit Wissensinhalten, Tutorials oder Lifehacks (74%). Zwei Drittel der befragten Mädchen und Jungen (67%) interessieren sich für Fernseh- und Filminhalte bzw. Starthemen (vgl. folgende Grafik). Dicht darauf folgen Videos rund um das Thema Sport (61%) sowie Videos, die Games thematisieren und von etwas mehr als der Hälfte der Befragten favorisiert werden (53%).

Welche YouTube-Inhalte interessieren die Befragten am meisten? (n=61, Mehrfachnennungen)

Comedy/Pranks/Streiche		46
Wissen/Tutorials/Lifehacks		45
Fernsehen/Filme/Stars		41
Sport		37
Games		32
Musik		21
Beauty		19
Politik/Gesellschaftsthemen		9
Tiere		3
Tanz		2
Sonstige		9

Mit Abstand folgen zu je etwa einem Drittel die Inhalte, die sich um Beautythemen drehen (31%), sowie Musikclips (34%). Politische oder gesellschaftliche Themen, Tier- und Tanzvideos nehmen bei den Befragten dieser Stichprobe in der Priorität im Vergleich einen deutlich geringeren Stellenwert ein.

Mit Blick auf das Alter der Befragten ergibt sich bezogen auf präferierte Inhalte eine veränderte Rangfolge: Während bei den Sechs- bis Zehnjährigen Fernsehen/Filme/Stars die Liste der beliebtesten Inhalte anführen (31%), sind bei den Elf- bis 13-Jährigen Videos rund um Wissen/Tutorials/Lifehacks auf dem ersten Platz (49%).

Bezüglich thematischer Vorlieben von Mädchen und Jungen zeichnen sich auch in dieser Stichprobe vor allem in den Bereichen Games und Beauty signifikante Unterschiede ab. Beautyinhalte werden vor allem von den weiblichen Befragten präferiert: Unter den 19 Befragten, die sich für derlei Videos interessieren, sind 16 Mädchen und drei Jungen (84% zu 16%). Ebenso bestätigen sich bekannte Unterschiede in Sachen Games, die von den männlichen Befragten im Vergleich stärker präferiert werden: 26 Jungen im Vergleich zu sechs Mädchen (81% zu 19%).

3.4.1 YouTube-Inhalte: Vertiefende Befragung

Im Weiteren lag der Fokus auf den Inhalten, die die Mädchen und Jungen auf YouTube am meisten interessieren. Hierzu wurden sie zu einem oder zwei Inhaltsbereichen ihrer Wahl vertieft befragt. Dabei ging es um ihre Einschätzungen zu ihren favorisierten Kanälen und YouTubern: Warum sie diese anschauen, was sie daran fasziniert, ob sie etwas daraus lernen usw. Es ging aber auch darum, ob die Befragten etwas stört und ob sie ihre bevorzugten Inhalte auch über andere Kanäle beziehen.

Comedy, Pranks und Streiche

Zwanzig Befragte ließen sich zu ihrer Lieblingskategorie Comedy befragen. Hier lassen sich einige Unterkategorien bilden, wie etwa Pranks (Streiche mit versteckter Kamera), *Die 10 ... Videos*, aber auch Stand-up-Comedy oder Sketche. Für diese Befragten sind Comedy-Formate auf YouTube vor allem Unterhaltung, meist ohne „besonders tiefgründig“ sein zu müssen, wie ein Junge es formulierte. Streiche aller Art stehen bei den Mädchen und Jungen dabei ganz oben auf der Beliebtheitsliste. Der zehnjährige Johann etwa ist ein großer Fan von den *Lochis*, einem Brüderpaar, das gemeinsam Gesangseinlagen zum Besten gibt, sich gegenseitig Herausforderungen stellt oder fiese Streiche spielt. Johanns Antwort auf die Frage, was ihm am besten gefallen hat: „Das Beste war, wo er seinem Bruder ganz viele Mausefallen ums Bett gestellt hat. Wie er aufgewacht ist, ist er dann in die Mausefalle rein.“

Schadenfreude ist dabei für einige Befragte das Salz in der Suppe: „Das ist jetzt nicht böse gemeint, aber ich find gut, dass andere leiden müssen. Also, dass andere veräppelt werden, einfach“ (Mädchen, 11 Jahre).

Einige Kinder, die sich besonders gerne Prank-Videos anschauen, formulieren aber auch klar, wann der Spaß ein Ende hat: „Manchmal ist es übertrieben“, befindet ein Zehnjähriger. Er kann sich an eine Szene erinnern, die er nicht mehr lustig fand: „Die haben da mal einen Bus geklaut und haben ihn dann zu Schrott gefahren.“

Games und Let's Plays²

Zum Themenbereich Games haben sich 17 Kinder vertieft befragen lassen, zwei Mädchen und 15 Jungen. Ein älterer Befragter zum Beispiel mag „so einzelne Vorstellungen von Spielen. Wenn so ein neues Spiel kommt und der das dann vorstellt. Da lernt man neue Spiele kennen und es macht Spaß, anderen Leuten dabei zuzugucken“.

Für die meisten sind sogenannte Let's Plays eine wichtige Informationsquelle. Ein 13-Jähriger beschreibt die Faszination folgendermaßen: „Man sieht halt mal gerne die Sicht von

2 Let's Plays: Versierte Gamer spielen aktuelle Spiele vor und zeigen deren Stärken und Schwächen.

‘nem anderen, wie der das spielt und das Spiel weiß und so. Und vielleicht kann man sich da ein bisschen was abgucken.“ Diesen Einblick in die Spielweise eines anderen Spielers, seine Taktiken und Herangehensweisen, aber auch die Enthüllung versteckter Levels oder Items reizt die jungen Spielfans an den Let’s Plays, „weil ich da zum Beispiel manchmal weiß, wie man in dem Spiel weiterkommt“ (Wilhelm, 9 Jahre). Für einen neunjährigen Befragten sind die Let’s Player Idole, die ganz uneigennützig ihre Spielerfahrungen teilen: „Die machen das alles nur für uns, damit wir uns die Spiele nicht selber kaufen müssen.“ Bei den Befragten stehen vor allem *Minecraft*-Let’s Plays hoch im Kurs. Der zehnjährige Milan begründet, warum das so ist: „Ich find das witzig, wie sie da so bauen und dass man da so viele Möglichkeiten hat.“

Aber auch Spiele, die für die befragte Altersgruppe nicht freigegeben sind, wie *Call of Duty* oder *GTA 5*, stehen auf ihrer Videoliste. Ein Junge, der auch gerne *GTA 5*-Videos anschaut, betont, dass er weniger die „Schießereien“ gut findet, als vielmehr die Autorennen und witzige Crashes und Stunts. Auch der 13-jährigen Paola ist der (oft unfreiwillige) Humor in den Videos wichtig. Sie kann sich darüber amüsieren, „wie die halb ausrasten, weil sie was nicht geschafft haben. Manchmal sieht’s so megalustig aus, manchmal denkt man nur: Was macht der da?“

Sport

Videos rund um Sport schauen bevorzugt 15 Befragte auf YouTube an. Für die meisten von ihnen, insbesondere die Jungen, ist Fußball das dominierende Thema. Für einen Elfjährigen ist die Videoplattform eine gute Quelle, um sein Wissen über Fußball zu erweitern: „Da sieht man halt, wie die anderen das spielen und wenn man das dann selber spielt, kann man sich zum Beispiel Tricks abgucken.“

Aber auch andere Sportarten stehen bei den Kindern auf dem Programm. Für eine 13-jährige Befragte hat YouTube vor allem in Sachen Turnen viel zu bieten, „weil die da bessere Ausschnitte haben als im Fernsehen und weil sie’s auch besser zeigen können. Zum Beispiel den Flickflack, da erklären sie wie das geht und sie zeigen es auch“. Die Zusammenschnitte von Sportevents oder Trainingseinheiten, eventuell hinterlegt mit individuellen Kommentaren und speziellen Zeitlupenaufnahmen, machen für manche Befragte den besonderen Reiz aus. Auch die achtjährige Sophia ist aus einem ähnlichen Grund ein Fan von Sportvideos: „Es gefällt mir halt, weil ich bin ja auch im Turnen und ich wollte da noch mehr wissen, dass ich das besser machen kann.“

Beauty

Zehn Kinder – ausschließlich Mädchen – haben sich zu Videos rund um den Bereich Beauty vertiefend befragen lassen. Besonders interessant fanden die Mädchen Anleitungen zur Verschönerung und Körperpflege sowie Schminktipp, neue Frisuren und Modetrends. Die elfjährige Juliane etwa ist großer Fan von *BibiBeautyPalace*, „weil ich das einfach cool finde, wie die das mit ihren Haaren machen und anstellen. Ich probiere das dann auch mit meinem Lockenstab oder mit’m Glätteisen aus“.

Auch für die zwölfjährige Natalie ist der Kanal von Bianca „Bibi“ Heinicke ihr absoluter Favorit. Für sie ist das „Gesamtpaket“ entscheidend: „Sie ist halt selber hübsch und sie macht halt gute Videos, die sind zum Teil ziemlich lustig.“

Für ein zwölfjähriges Mädchen sind Beauty-Videos mehr als nur Unterhaltung: „Ich möchte selber, wenn ich älter bin, in die Richtung Beauty gehen und deswegen gucke ich mir so-

was an, um halt Wissen anzureichern darüber. Mich interessiert das halt.“ Die Kinder erhoffen sich konkrete Beratung in Sachen Schönheit, aber auch unterhaltsame Elemente finden sie gut. Der lockere Ton, die direkte Ansprache und die Attraktivität der YouTube-rinnen kommen bei weiblichen Befragten ab etwa Mitte des Grundschulalters gut an.

Wissen, Tutorials und Lifehacks

Zehn Befragte haben zu Kanälen Auskunft gegeben, die im weitesten Sinne Wissen und Informationen bieten. Das können Bauanleitungen, Tutorials aller Art, aber auch Tipps für den Alltag sein. Zum Teil werden auch spezielle Wissensgebiete in den Mittelpunkt gestellt. Für einen 13-Jährigen ist das Thema Naturwissenschaft derzeit besonders interessant: „Da gibt’s einen ganz coolen Kanal, der hat Theorien über Physik und Chemie, das finde ich ganz interessant. Irgendwie *100 Sekunden Physik* oder so. Ich find’s einfach interessant, weil das so Denkweisen sind, die ich ziemlich gut nachvollziehen kann.“ Die Kinder, die sich zu diesen Kanälen vertiefend befragen ließen, betonen die Vielfalt der Angebote auf YouTube. Zu jedem erdenklichen Wissensgebiet gibt es Videos, die – mal besser und mal schlechter – Funktionswissen aber auch Hintergründe und Zusammenhänge anschaulich machen.

Fernsehen, Filme und Stars

Neun Kinder – überwiegend jüngere – haben sich für das Thema Fernsehen/Filme/Stars entschieden und wollten dazu ausführlicher Auskunft geben. Die achtjährige Lilly ist ein Fan von *Bibi und Tina* und schaut auf YouTube „meistens die Kinofilme oder Lieder dazu, weil das ist so spannend und die Lieder sind so schön“.

Die achtjährige Janina schaut „zum Beispiel auch *Mia & Me*, *Zoés Zauberschrank* und das *Sandmännchen am Abend*“. All diese Befragten haben berichtet, dass sie ihre Lieblingsserien oder Filme sowohl im Fernsehen als auch auf YouTube rezipieren. Für YouTube spricht aus ihrer Sicht, dass man es „überall hin mitnehmen kann“, dass man „mehr findet“ und dass die Sendungen jederzeit abrufbar sind.

Politik und Gesellschaftsthemen

Lediglich drei Kinder haben sich zu diesem Bereich vertieft befragen lassen. Für einen 13-Jährigen sind die persönlichen Ansichten und Einschätzungen seines Lieblings-YouTubers *LeFloid* ein wichtiger Orientierungspunkt in der Auseinandersetzung mit aktuellen gesellschaftlichen Fragen und Themen: „Der zeigt, was gerade so passiert in der Welt. Der ist auf dem aktuellen Stand und er sagt auch seine Meinung dazu. Es ist nicht so wie im Fernsehen komplett neutral. Ich finde das ganz interessant, dass der auch einen Standpunkt selbst hat.“

Weitere Inhalte

Sechs Kinder favorisieren Musikvideos auf YouTube, ein Kind schaut vor allem Tierclips an. Für ein 13-jähriges Mädchen bietet YouTube einen Fundus an Musik, den sie intensiv nutzt: „Weil da meistens Videos in kompletter Länge enthalten sind und man zu jedem beliebigen etwas berühmteren Lied auch ein Musikvideo findet in der Regel.“ Die bekannten Katzensvideos und andere niedliche Clips mit Vierbeinern haben es der neunjährigen Chloé angetan, „weil’s eben niedlich ist und weil’s witzig ist – und weil man da viel findet“.






3.5 Was ist ein YouTuber? Befragte definieren

Alle Befragte, außer einem Mädchen, konnten mehr oder weniger ausführlich erklären, was ein YouTuber ist und was er oder sie macht. Ein Zehnjähriger hat eine ebenso prägnante wie zutreffende Antwort parat: „Ein YouTuber ist jemand, der Sachen auf YouTube stellt.“ Zahlreiche Befragte erwähnen auch Aspekte wie berühmt sein und Geld verdienen. Stellvertretend veranschaulicht dies die YouTuber-Definition von Casey, 11 Jahre: „Leute, die Videos auf Plattformen stellen und fett Geld bekommen.“ Der zehnjährige Jasper hat einen differenzierten Blick auf die Verdienstmöglichkeiten der YouTuber und gibt an, dass nur „bestimmte“ YouTuber viel Geld verdienen. Zum Teil werden auch Aspekte wie (Schleich-) Werbung oder inhaltliche Kategorien genannt, wie „humorvoll“ oder „zeigen süße Dinge“.

3.6 YouTuber: Favoriten & Bewertung






Die Mädchen und Jungen wurden in einem ersten Schritt gefragt, ob und welche YouTuber sie kennen. Lediglich acht der 61 Befragten konnten keine YouTuber nennen. Bei denjenigen die konkrete YouTuber kennen, waren die Angaben sehr breit gestreut: Es wurden insgesamt 97 verschiedene YouTuber und YouTuberinnen genannt (vgl. Anhang). Bei den Top 5 der Nennungen handelt es sich um einschlägig bekannte Namen (vgl. folgende Grafik), daneben gibt es eine große Vielzahl von YouTubern, die nur wenigen Eingeweihten bekannt sein dürften.

Top 5 der bekanntesten YouTuber/-innen (n=53, Mehrfachnennungen)

BibisBeautyPalace		20
Julien Bam		16
Dagi Bee		11
Julienco		9
Paluten, Die Lochis		7






Sieht man sich die Favoriten nach Geschlecht der Befragten an, ergibt sich eine andere Rangliste. Manche YouTuber sind vor allem bei Mädchen sehr bekannt, wie etwa *Dagi Bee*, *BibisBeautyPalace*, *Julienco* oder *Julien Bam* (vgl. folgende Grafik). Diese beschäftigen sich vor allem mit den Thema Beauty und Lifestyle (vgl. auch Kasten S. 11).

Top 5 der bekanntesten YouTuber/-innen bei Mädchen (n=53, Mehrfachnennungen)

BibisBeautyPalace		17
Dagi Bee		11
Julien Bam		10
Julienco		8
Die Lochis, RayFox		3

Bei den männlichen Befragten sind unter den Favoriten eher Let's Player oder Comedy-YouTuber. Die Nennungen sind außerdem deutlich breiter gestreut (vgl. folgende Grafik).

Top 5 der bekanntesten YouTuber/-innen bei Jungen (n=53, Mehrfachnennungen)

Julien Bam		6
Paluten		5
KsFreakWhatElse, Die Lochis		4
Apo Red, BibisBeautyPalace, Gronkh, Maudado, Zombey		3
Arazhul, Benx, Chaosflo44, Cubanito, EpicStun, GermanLetsPlay, Leon Machère, Rewinside, Simon Desue, Space Frogs		2

3.6.1 Was finden Kinder an YouTubern gut?

Die YouTuber, die unsere Befragten kennen (n=53) und häufiger anschauen, werden überwiegend sehr positiv beurteilt. Dabei spielen Aussehen, Humor, Auftreten und die von den jeweiligen Protagonisten vertretenen Themen eine Rolle, aber auch, welche Kompetenzen ihnen auf dem jeweiligen Themengebiet zugeschrieben werden. Aus den umfangreichen Aussagen lassen sich vor allem zwei Merkmale herausfiltern, die den Befragten am wichtigsten sind.

Persönlichkeit und Authentizität

Die wichtigste Eigenschaft eines YouTubers oder einer YouTuberin ist – nach Ansicht der Befragten – ihre Persönlichkeit, wie sie als Person „rüberkommen“. Dabei sind vor allem Authentizität, Offenheit und Sympathie wichtig. Eine 13-Jährige zum Beispiel ist großer Fan der YouTuberin *Lauren Curtis*, „weil die nicht so protzig ist. Dass die trotz ihrer zwei Millionen Abonnenten noch so bodenständig ist“. Die bekanntesten und beliebtesten YouTuber sind für die Kinder Gleichgesinnte und vertrauenswürdige Bekannte, quasi „von nebenan“, die mit ihnen auf Augenhöhe sprechen. Einen guten YouTuber macht für den 13-jährigen Julian aus, dass „der gut kommentiert. Der macht das halt flüssig. So dass es unterhaltsam ist“. Die gleichaltrige Rosa findet *Julien Bam* besonders gut, denn er ist „inspirierend und auch sehr sympathisch wirkend“.

Bekannte YouTuberinnen und YouTuber

BibisBeautyPalace

Dahinter verbirgt sich die 24-jährige Bianca Heinicke, die mit ihren Videos über vier Millionen Menschen erreicht. In ihren Videos geht es zum einen um Schönheits- und Schminktipps, gemeinsam mit ihrem Freund dreht Bianca auch Prank-Videos, in denen sich das Pärchen gegenseitig Streiche spielt, oder andere Comedy-Formate. Auch ihren Alltag können Bibis Anhänger in Videoform oder auf Instagram verfolgen. Zusätzlich vertreibt Bibi Duschschäume, die in Drogerien zu kaufen sind, und das „Bibiphone“, ein personalisiertes Smartphone.

Julien Bam

Der 29-jährige Julien Budorovits veröffentlicht auf seinem Kanal seit etwa fünf Jahren Videos, deren Inhalte von Comedy über Musik und Tanz bis hin zum Alltag reichen. Mit seinen aufwändig produzierten und geschnittenen Videos unterscheidet er sich stark von anderen YouTubern und erreicht damit über vier Millionen Abonnenten. Außerdem fungiert Julien Bam als Werbefigur für verschiedene Marken, darunter z.B. eine Trinklimonade.

DagiBee

Hinter dem Kanal steht die 23-jährige Dagmara Ochmanczyk. In ihren Videos gibt sie Schminke- oder Frisurtipps, nimmt die Zuschauer in ihrem Alltag mit und lässt sie an privaten Momenten wie der Hochzeitsplanung oder dem Autokauf teilhaben, aber auch Comedy-Formate stehen auf dem Programm. Aktuell erreicht Dagi Bee mit ihren Videos über drei Millionen Abonnenten. Zusätzlich macht sie Werbung für verschiedene Marken und ist in einigen Kinofilmen in kleineren Rollen zu sehen.

Julienco

Der 24-jährige Julian Claßen zeigt auf seinem Kanal hauptsächlich Comedy-Formate, spielt anderen YouTubern Streiche oder lässt seine über vier Millionen Abonnenten an seinem Alltag teilhaben. Bekannt wurde Julian als Partner von Bianca Heinicke, die häufig in seinen Videos zu sehen ist. Für Fans des Pärchens ist Julian oft der lockerere Part der beiden, der freundlich und lustig ist.

Paluten

Unter dem Namen Paluten veröffentlicht der 29-jährige Patrick Mayer hauptsächlich sogenannte Let's-Play-Videos, in denen er beliebte Videospiele vorstellt und durchspielt. Auch seinen Alltag können seine über zwei Millionen Anhänger in Videoform verfolgen. Paluten gehört zu den größten deutschen YouTubern im Gaming-Bereich und ist bei seinen Anhängern wegen seiner humorvollen und unterhaltsamen Art sehr beliebt.

Die Lochis

Dieser Kanal wird von den 18-jährigen Zwillingenbrüdern Heiko und Roman Lochmann betrieben. Während sie anfangs hauptsächlich Parodien von Songs veröffentlichten, zeigen sie auf ihrem Kanal mittlerweile eigene Songs mit aufwändigen Musikvideos. Außerdem sind Videos aus der Kategorie Comedy auf ihrem Kanal vertreten. In dem Kinofilm „Bruder vor Luder“ spielen die Zwillinge die Hauptrollen und führten Regie, zusätzlich waren die Brüder auch in einer TV-Soap zu sehen. Ihre Fans schätzen ihre humorvolle Art und ihre Musik.

Unterhaltungswert

Die zweite wichtigste Eigenschaft betrifft den Humor bzw. Unterhaltungswert der YouTuber. Das kann eine besonders originelle Art der Präsentation sein oder ein Aspekt der Persönlichkeit wie zum Beispiel die „Tollpatschigkeit“ bei RayFox (Mädchen, 13 Jahre). Ein elfjähriges Mädchen erklärt ebenfalls zu *RayFox*: „Er ist witzig, er hat sehr, sehr viel Humor. Was ich witzig noch an ihm finde: Er hat ein Kuscheltier, des Steven heißt und mit dem spricht er halt auch manchmal in den Videos.“ Die 13-jährige Rosa dagegen mag *Joe's Jungle*: „Ich find den sehr lustig, ich mag seinen Humor und meine ganzen Freunde gucken den auch immer.“

Aber auch Kritik wird geäußert: Eine 13-jährige Befragte kritisiert Bibi von *BibisBeautyPalace*: „Die find ich jetzt nicht so toll. Ich find das manchmal ,n bisschen übertrieben, dass es immer ums Schminken geht. Und ständig wird hier was gekauft und da was gekauft – das muss nicht sein.“

Lerneffekte

Zu der Frage, ob man von YouTubern etwas lernen kann, gehen die Meinungen der Befragten weit auseinander. Für Casey, 11 Jahre, kann man sich alltagstaugliche Informationen und Anregungen holen, etwa „von Dagi, die halt Beauty macht, kann man zum Beispiel lernen, wie man sich schminkt. Was weiß ich, Tipps für den Sommer, dass man nicht so doll schwitzt“. Auch die 13-jährige Rosa ist davon überzeugt, dass man etwas lernen kann: „Viele machen so eine Art Moral in ihren Videos, zum Beispiel How to be-Formate, wo dann am Ende nochmal genau etwas dazu erklärt wird.“

Für viele Gamer sind Let's Plays Fundgruben für Informationen über neue Spiele, aber auch Spielstrategien, Lösungsvorschläge und „versteckte“ Spielinhalte.

Comedy-Formate bieten nach Aussage der Kinder weniger Informationen, „weil nichts Wissenswertes dort in den Videos gemacht wird“ (Mädchen, 13 Jahre). Auch die zehnjährige Maja ist der gleichen Meinung: „Weil sie eigentlich nicht wirklich viel zum Lernen machen, sondern eigentlich nur so Quatsch.“

Orientierungsfunktion

Für manche Kinder sind YouTuber und YouTuberinnen auch direkt Vorbilder, von denen man sich bestimmte Merkmale, Charaktereigenschaften oder Qualitäten „abschauen“ kann. Darüber hinaus geben einige Befragte an, dass sie sich vom Vorbild der YouTuber inspiriert fühlen. Die 13-jährige Nina etwa sagt über *Dagi Bee*: „Von der kann man sich schon was abschauen, vielleicht ,n bisschen Selbstbewusstsein und so.“ Das Mädchen führt aus, dass die YouTuberin besonders selbstbewusst mit Hass-Kommentaren umgeht: „Dass sie auf die Hater so krass schießt.“ Diese Eigenschaft, auf Schmähkritik und Hass unbeirrbar und selbstbewusst zu reagieren, hat offenbar besonders großen Eindruck gemacht. Für eine zwölfjährige Befragte ist *Julian Bam* ein Vorbild: „Er sagt ja immer wieder: ‚Sei du selbst und versuche, was aus deinen Talenten zu machen‘. Da kann man schon was lernen von.“

Insgesamt findet sich eine relativ große Anzahl an Aussagen, in denen die Befragten ihren Lieblings-YouTubern eine Orientierungsfunktion zuschrieben. Diese ist im Kontext der Debatte um „Influencer“, versteckte Werbung und Vermarktung sicher ein wichtiger Aspekt für die medienpädagogische Auseinandersetzung mit dem Phänomen YouTube.

3.7 YouTuber als Beruf? Persönliche Relevanz für die Befragten

YouTube-Stars haben für unsere Befragten mitunter eine orientierende Funktion, manche Mädchen und Jungen bewundern sie für ihren Erfolg auf der Plattform. Doch können sich die Befragten auch vorstellen, selbst professionelle YouTuber zu sein? Etwas mehr als die Hälfte verneint diese Frage (n=34), für die anderen ist die Vorstellung durchaus reizvoll (n=27). Beide „Lager“ führen jeweils interessante und differenzierte Argumente pro und contra an.

„Weil's Spaß macht“ – Selbstverwirklichung und Kreativität sind reizvoll

Für die Befragten, die gerne YouTuber sein würden, ist die Vorstellung attraktiv, sich mit eigenen Themen und Interessen zu verwirklichen. Wie Karl, 12 Jahre, der erklärt: „Das macht mir Spaß, ich hab schon bei meinem Freund was aufgenommen. Immer irgendwelche Challenges zu drehen und dann so sein eigenes Werk zu haben.“ Eng damit verbunden ist der Wunsch, kreativ zu sein und zu gestalten, wie etwa Nina, 13 Jahre, die zu ihren Lieblingsthemen Sport und Tiere youtube würde: „Weil's Spaß macht, die Videos zu drehen und zu bearbeiten.“ Ein weiterer Ansporn ist für einige Befragte, andere zu unterhalten – und damit erfolgreich zu sein. Befragte wie Julian, 13 Jahre, finden es „cool, wenn so ein Kanal von sich selbst immer größer wird. Ich finde das Gefühl toll, wenn's anderen Leuten gefällt, was man macht, und die davon unterhalten werden.“ Seine eigenen YouTube-Versuche mit Gaming schätzt er jedoch ernüchtert ein: „Ich hab mir Equipment dafür angeschafft, so ein richtiges Standmikrofon, ‚nen gescheiten PC mit großem Bildschirm, teure Maus und Tastatur und so. Ich hatte mal ‚nen YouTube-Kanal, wo ich *Minecraft* hochgeladen hab früher. Aber das ist schon stressig, es ist mit dem Schneiden schon anstrengend.“ Für andere Befragte ist die Möglichkeit, Geld zu verdienen, verlockend. Der neunjährige Benedikt findet Youtube reizvoll, „weil damit kann man sich nebenbei Geld verdienen, wenn man noch nicht 18 ist“. Den Lieblings-YouTubern nachzueifern ist für Befragte wie den gleichaltrigen Wilhelm verlockend: „Ich möchte später vielleicht auch mal wie Zeo werden, also Comedy-YouTuber.“ Evelyn, 10 Jahre, möchte ähnliche Erfahrungen machen wie ihre Favoriten. Sie will „basteln wie die Elli Di. Weil ich so Sachen erleben will, die ein bisschen gruselig sind“.

Für Paola, 13 Jahre, geht es darum, stark zu sein und sich zu beweisen, denn „ich weiß, dass auch ganz viele Hater sind, aber ich würde mich nicht runterkriegen davon und einfach mein Ding machen.“ Auch für Juliane, 11 Jahre, ist Feedback zu bekommen eine reizvolle Vorstellung – und zwar positiv wie negativ. Die Elfjährige kann auch Negativkommentaren etwas abgewinnen: „Ich finde es schön, wenn die Leute, die dich gucken, dich respektieren und dir auch manchmal nette Kommentare schreiben, oder Hater. Dass man weiß, ob sie es cool finden oder nicht so. Du kannst ja auch bei Hatern was draus lernen. Und bei Kommentaren, also netten, auch.“

„Ist nicht mein Ding“ – Rampenlicht und andere Interessen

In der Öffentlichkeit zu stehen und bekannt oder berühmt zu sein, ist für viele der Befragten ein Grund, eine Karriere als YouTuber für sich ausschließen (n=34). Der zehnjährige Lang Li kann es sich zum Beispiel nicht vorstellen, als YouTuber aktiv zu sein, „weil ich schüchtern bin“. Persönliche Grenzen zu überwinden ist das eine, für andere Befragte hat das in der Öffentlichkeit stehen seinen Preis. Eine elfjährige Befragte findet es nicht gut, „weil die haben immer tausend Leute, die einem hinterherrennen. Man hat einfach keine Freiheit mehr, keine Privatsphäre, finde ich.“ Es sind in der Regel eher die älteren

Befragten, die mangelnde Privatsphäre als Argument gegen das YouTube anführen. Abschreckend findet ein 13-Jähriger, „weil irgendwann jeder YouTuber berühmt wird und dann finden irgendwelche Abonnenten heraus, wo man wohnt und dann stehen immer viele Leute vor der Haustür.“ Der zwölfjährigen Natalie dagegen ist die Vorstellung nicht geheuer, ohne Kontrolle der Internetöffentlichkeit preisgegeben zu sein: „Ich mag es irgendwie nicht, überall im Internet rumzuschwirren.“

Für andere Kinder kommt es schlichtweg nicht in Frage, YouTuber zu sein, weil sie in Sachen Berufswunsch oder (Freizeit-)Interessen andere Prioritäten setzen. „Weil mir andere Sachen mehr Spaß machen“, erklärt Florian, 11 Jahre, warum er sich das nicht vorstellen kann. Eine 13-Jährige setzt in ihrer Freizeit andere Prioritäten: „Nee, das muss nicht sein. Ich denke, ich hab Besseres zu tun. Ich bin lieber draußen mit meinen Freunden und beschäftige mich mit denen und hab Spaß.“

Dass viel Arbeit und Aufwand hinter erfolgreichen YouTube-Videos steckt, ist vor allem den älteren Befragten klar. Marie, 12 Jahre, findet „das alles relativ stressig, weil man muss sich um viele Sachen kümmern, von wegen Equipment, und jeden Tag planen, was muss ich einkaufen für mein nächstes Video“. Befragte wie Marie wägen Aufwand und Erfolg kritisch ab und schätzen die Aussichten reell ein. Eine 13-Jährige bringt dies anschaulich auf den Punkt: „Es gibt halt zwei Arten von YouTubern. Entweder ist man berühmt und verdient damit Geld – oder man bekommt gar nichts. Und wenn man berühmt ist, dann muss man auch immer wieder YouTube-Videos drehen und hat eigentlich nicht viel Zeit für andere Sachen. Wenn man nicht berühmt ist oder so, macht es eigentlich keinen Sinn. Kann man das halt freizeitmäßig machen, aber da kann man's auch gleich lassen, weil sich's sowieso keiner anguckt.“

Einige Befragte haben Bedenken, dass ihre Videos nicht ankommen oder ihnen Fehler unterlaufen würden. Das wäre ihnen peinlich, sie fürchten negatives Feedback oder hässliche Reaktionen. So wie Leon, 12 Jahre, der erklärt: „Wenn ich was falsch mache und dann vergesse, dass ich was im Video falsch mache, und es dann hochstelle, das könnte dann auch ein bisschen gefährlich werden. Weil die anderen vielleicht auch lachen, wenn ich eigentlich nicht *Upps, die Pannenshow* machen wollte, sondern was Cooles aufm BMX-Rad, ,n Salto auf der Skaterbahn, und mir dann doch den Kopf breche – das möchte ich lieber nicht.“ Die zwölfjährige Sina liebäugelt eigentlich damit, selbst Videos zu machen, da sie jedoch Hate-Kommentare fürchtet, würde sie dies nur mit anderen gemeinsam tun: „Ich und meine Freundin wollen vielleicht irgendwann mal ein Video hochladen. Aber alleine nicht so gerne. Weil ich will keine Hate abbekommen und sowas – und wenn man da so zu zweit ist, dann ist man halt so ,n bisschen verstärkt.“

3.8 Strukturelles Wissen zu YouTube – Wahrnehmung, Einschätzung und Reflexion

In einem weiteren Block ging es darum, ob die Befragten Hintergrundwissen zur Finanzierung von YouTube haben und inwiefern ihnen entsprechende Zusammenhänge bewusst sind.

„Das lenkt immer ab“ – Wahrnehmung und Einschätzung von Werbung

Fast allen Befragten (n=56) ist bewusst, dass es auf YouTube Werbung gibt. Den Jüngeren scheint das Erkennen von Werbung jedoch etwas schwerer zu fallen: Während alle Elf- bis 13-Jährigen (n=37) Werbung sicher identifizierten, waren es bei den Sechs- bis Zehnjährigen nur 79 Prozent (n=19).

Werbung mögen diese Befragten deswegen noch lange nicht, die Hälfte von ihnen (n=28) lehnt Werbeclips im Rahmen von YouTube eindeutig ab: Sie finden sie „nervig“ oder „blöd“. Für ihren Geschmack kommt zu oft Werbung, die zudem zu lange dauert. Das Urteil einer Neunjährigen dazu ist eindeutig: „Eigentlich ist das zeitverschwenderisch.“ Das Warten auf das Ende der Unterbrechung stört diese Befragten, schließlich wollen sie ihr Video anschauen – und nicht Werbung. Sehr deutlich formuliert dies René, 12 Jahre: Er findet Werbung „scheiße, auf Deutsch gesagt. Wenn man zum Beispiel ’nen Lifestream nachguckt und dann auf einmal Werbung drin vorkommt“. Auch die achtjährige Lilly kann Werbung nichts abgewinnen, die Inhalte überfordern sie: „Da gibt’s nur Sachen, die ich nicht verstehe.“

Es gibt jedoch auch Befragte, die Werbung zwiespältig gegenüberstehen (n=13): Sie finden Werbung nicht immer störend, sondern manchmal interessant, informativ oder anregend. Aus ihrer Sicht kommt es auf den Inhalt. Eine Achtjährige findet die ein oder andere Werbung zwar „irgendwie ein bisschen ballaballa“, ist aber grundsätzlich der Meinung, dass Werbung auch Informationen bietet und man dadurch erfährt, was es Neues gibt. So auch ein Zehnjähriger, den ein Werbeclip dann direkt zum Kauf animiert hat: „Ein Spiel hab ich sogar so cool gefunden von der Werbung her, dass ich’s mir geholt hab auf meinem Tablet.“ Mitunter wird die Tatsache, dass es Werbung gibt, einfach als Fakt akzeptiert. Ein älteres Mädchen stellt dazu resigniert fest: „Teilweise find ich’s sehr nervig – aber is halt immer da und gehört dazu.“

Interessant ist die Haltung einiger Kinder zu Werbung im Umfeld von YouTuber-Videos: Zehn Kinder akzeptieren Werbung als notwendige Verdienstmöglichkeit von YouTubern, obwohl die meisten dieser Befragten Werbung eigentlich „nervig“ findet. Die Aussage des zwölfjährigen Karl fasst diese nachsichtige Haltung anschaulich zusammen: „Ich find’s nicht schlimm, dauert meistens auch nur so zwanzig Sekunden. Anders verdienen die ja auch nicht so viel Geld, die YouTuber.“ Auch wenn Beiträge als Dauerwerbung gekennzeichnet sind und YouTuber im Kleingedruckten darauf hinweisen, dass sie mit Testprodukten und Werbeverträgen ausgestattet werden, fällt es Kindern oft schwer, diesen Zusammenhang herzustellen.

Lediglich eine Hand voll Befragte äußert sich zwar nicht eindeutig positiv, aber sie stört Werbung zumindest nicht. Wie die 13-jährige Rosa sehen sie Werbung eher entspannt und wissen sich auch zu helfen, sie zu umgehen: „Ich find’s nicht schlimm, weil’s nicht oft vorkommt und man kann die auch oft überspringen.“

Einnahmequelle YouTube – Wissen und Einschätzung

Dass man mit YouTube Geld verdienen kann, wissen 89 Prozent der Befragten (n=54). Wie das Geschäftsmodell der Plattform jedoch genau funktioniert, darüber haben diese Mädchen und Jungen einen sehr unterschiedlichen Wissensstand. In der Regel beziehen sich die Antworten der Befragten auf YouTuber und wie diese Geld verdienen, nur vereinzelt wird thematisiert, wie YouTube selbst an Einnahmen kommt. So erklärt etwa der elfjährige Florian: „Ich glaub, die, denen YouTube gehört, kriegen auch Geld dadurch, dass die Werbung machen dürfen.“ Einige wenige, eher jüngere Befragte äußern in diesem Zusammenhang naive bis fantasievolle Vorstellungen zu Verdienstmöglichkeiten von YouTubern. „Ich glaube, die kriegen Geld von der Telekom“, vermutet zum Beispiel ein Achtjähriger. Andere wiederum meinen, dass Zuschauer bzw. Fans direkt Geld spenden.

Den meisten der Befragten ist aber bewusst, dass es einen Zusammenhang zwischen Einnahmen und Klicks, Werbung etc. gibt. So erklärt ein 13-Jähriger: „Durch Abonnenten, Klicks auch und durch Like und wenn halt Werbung in den Videos ist.“ Manche Befragte, eher die älteren, können sogar detaillierter Auskunft geben über Abläufe und Bedingungen. Wie YouTuber Geld einnehmen, beschreibt Jakob, 13 Jahre, ausführlich: „Es gibt irgendwie so dieses Gerücht, tausend Klicks ist gleich ein Cent. Aber ich weiß nicht, ob das stimmt. Auf jeden Fall weiß ich, dass wenn da Werbung auf das Video geschaltet wird und die geguckt wird, bekommen die YouTuber dafür Geld. Es gibt auch, da stellen die Produkte vor und werden dafür bezahlt. Wenn das Video über zehn Minuten lang ist, dann wird mehr Werbung geschaltet. Deshalb sind viele YouTube-Videos so knapp über zehn Minuten.“ An den Erläuterungen der Befragten zeigt sich deutlich, dass ihr Wissensstand unterschiedlich ist und genauere Zusammenhänge nur wenigen klar sind – angesichts der Komplexität und Intransparenz dieser Thematik ist dies andererseits wenig verwunderlich. An den Erklärungen der Befragten zeigt sich auch, dass sie zum Teil unsicher sind und einige äußern auch selbst, dass ihnen Zusammenhänge mitunter nicht klar sind: „Wenn YouTube gewisse Aufmerksamkeit bekommt, durch manche YouTuber, verdient YouTube dadurch Geld. Warum genau, weiß ich jetzt nicht“ (Junge, 13).

3.9 YouTube für Kinder? Was die Befragten von einer Kinderapp halten

Zum Befragungszeitpunkt war das Kinderangebot von YouTube, YouTube Kids, nur in Amerika erhältlich. Eine deutsche Ausgabe wurde zwar erwartet, ein konkreter Launch war jedoch noch nicht angekündigt. Doch wie ist die Sicht der Kinder auf ein solches Angebot? Welche Meinungen äußern sie dazu? Da die Befragten ein Angebot einschätzen sollten, von dem sie noch nie gehört haben und das sie nicht kennen, sind ihre Aussagen an dieser Stelle mit Vorsicht zu interpretieren. Einige Kinder, wie die siebenjährige Lisa, taten sich verständlicherweise schwer mit einer Antwort: „Eigentlich kenne ich das gar nicht, dann kann ich nichts dazu sagen“, erklärt das Mädchen.

Ablehnend gegenüber einem derartigen Angebot, äußerten sich nur wenige Befragte. Dagegen begrüßt die Mehrheit der Stichprobe durchaus eine YouTube-Variante für Kinder. Diese Mädchen und Jungen argumentieren damit, ein Kinder-YouTube sei kindgerecht bzw. kindersicher. Hier zeichnen sich zwei grobe Argumentationslinien ab: Gut finden die Befragten, dass junge Nutzerinnen und Nutzer dort zum einen Inhalte finden, die speziell für sie gemacht sind. Eric, 11 Jahre, findet das gut, „weil ja dann keine irgendwelchen anderen Videos auftauchen, außer für Kinder“. Zum anderen gibt es das Argument, dass Kinder dort eben auf keine Inhalte stoßen, die sie überfordern: „Ich find's eigentlich gut so für jüngere Kinder, die vielleicht manche Sachen wirklich noch nicht sehen sollten und wahrscheinlich dann auch nicht verkraften und Schlafprobleme vielleicht dadurch bekommen. Gibt ja genug Videos auf YouTube, sind jetzt nicht alle kinderfreundlich“, erklärt ein 13-jähriger Junge. Die gleichaltrige Lotta fände es in diesem Kontext zusätzlich wichtig, „dass, wenn's für Kinder ist, dass dann keine Werbung geschaltet wird“. Auch bei Oda, 13 Jahre, findet das Angebot Zuspruch: „Wenn's da nur so Videos gibt, die für Kinder bestimmt sind, finde ich das schon cool. Dann wissen die Eltern, was das Kind guckt.“ Dass dies jedoch nicht per se Kindern Schutz bietet, ist für das Mädchen offensichtlich: „Aber, wenn man jetzt diese App hat, kann man doch trotzdem ins Internet geht und dann YouTube gucken.“ Interessant an dieser Gruppe an prinzipiellen Befürwortern ist, dass die meisten zwar Schutzbedarfe für Kinder formulieren und damit argumentieren, sich aber nur auf jüngere

Kinder als sie selbst beziehen. Tendenziell sind es die älteren Befragten, die sich selbst als Zielgruppe für ein Kinder-YouTube wiederum ausschließen. Wie etwa eine 13-Jährige, die gut findet, dass die App „kinderfrei, also für Kinder geeignet ist. Aber ich würde mir die normale App holen und nicht die Kinder-App. Ich find die unnötig.“ Die gleichaltrige Rosa hat für solche Fälle eine Lösung parat: „Vielleicht dass es nicht nur für ganz kleine Kinder gemacht ist, sondern dass es da so ‚ne Art Trennstrich gibt und dass jeder selber entscheiden kann, ob er die nutzt oder das große YouTube. Weil in meinem Alter man wahrscheinlich nicht mehr Kinder-YouTube gucken möchte.“

Einige wenige Befragte, die YouTube für Kinder nicht gutheißen, argumentieren, dass ihnen dann ihre favorisierten Angebote nicht mehr zur Verfügung stünden. So erklärt Natalie, 12 Jahre: „Also ich will hier keine. Da hab ich dann nicht mehr alle meine Kanäle.“ Die Sorge ist außerdem, dass die Inhalte dann wiederum zu kindlich sind. Evelyn, 10 Jahre, findet ein solches Angebot nicht gut, „wenn’s ganz kindhaft ist. Wenn da zum Beispiel Feen und so sind“.

3.10 YouTube – Regeln und Begleitung durch Eltern

Von Interesse war zudem, inwiefern YouTube ein Thema in Familien ist: Gibt es von elterlicher Seite Regeln, an die sich die Befragten halten müssen? Wie sehen diese Absprachen aus?

Die Hälfte der Kinder (n=31) gibt an, dass es bei ihnen zu Hause Regeln bezüglich der Nutzung von YouTube gibt. Die Regeln lassen sich inhaltlichen und zeitlichen Kategorien zuordnen. Meist legen die Eltern Wert auf die eine oder andere Kategorie, für manche Befragte gelten Regeln beide Bereiche betreffend.

Zeitliche Absprachen variieren und bewegen sich zwischen sehr konkret und ausgestaltbar: konkrete Zeitdauern (z.B. 45 Minuten am Tag), bestimmte Tage (z.B. nur am Wochenende) oder bestimmte Tageszeiten (2 Stunden vor dem Abendbrot, nicht mitten am Tag). Marie, 12 Jahre, berichtet, dass ihre Eltern YouTube „okay finden, weil’s halt jeder in meinem Alter macht, so ziemlich jeder. Teilweise finden sie’s nicht gut, dass man so häufig und so viel davon guckt. Wir haben jetzt so YouTube- bzw. Handy-Zeiten ausgemacht, zum Beispiel wenn man von der Schule kommt, sich erst mal entspannen möchte, kann man eine oder eine halbe Stunde an seinem Handy sitzen und chillen oder einfach mal Sachen abchecken“.

Inhaltliche Kriterien legen Eltern in Bezug auf nicht Überforderndes oder nicht Kindgerechtes an. Die Eltern einer 13-Jährigen finden YouTube „ganz okay. Aber es kommt immer drauf an, was ich mir angucke. Wenn’s so o.k.-Sachen sind, dann finden sie das o.k., aber wenn ich so was Böses angucke, das wollen sie halt nicht“. Der elfjährige Miro soll nur „Dinge angucken, die für mein Alter bestimmt sind“. Der Junge hat aber auch selbst eine Grenze der Belastbarkeit und ist sich darüber bewusst: „Ich muss sagen, ich guck mir selber auch keine Videos an, die nicht für mein Alter bestimmt sind, die mir dann zu gruselig sind“. Inhaltliche Vorgaben durch die Eltern beziehen sich in der Regel auf Sexuelles bzw. Pornografisches, Gewalthaltiges (z.B. Ballerspiele bzw. Videos mit Ballerspielen) oder zu Aufregendem und Traurigem. Nicht anschauen darf zum Beispiel Benedikt, 9 Jahre, „alle Sachen, die ab 18 sind“. Der Junge berichtet, dass es allerdings auch mal Ausnahmen für ihn gibt: „Von GTA darf ich keine Videos gucken, weil’s ab 18 ist. Aber manchmal darf ich’s beim Papa gucken, der ist nicht so streng.“ Vereinbarungen, die sich nicht auf inhaltliche

Aspekte beziehen, sondern auf die Nutzung bestimmter Möglichkeiten von YouTube, nennen mehrere Befragten. Eine Zwölfjährige darf zwar YouTube uneingeschränkt nutzen, aber „mein Vater will nicht, dass ich ,nen eigenen YouTube-Channel erstelle und da Videos hochlade“.

Zwei Kinder berichten, dass ihre Eltern Apps nutzen, mit denen sie verfolgen können was die Kinder online bzw. auf YouTube machen. Wie etwa im Fall einer Elfjährigen deren Mutter „hat so ne App runtergeladen, wo sie sieht, was ich gucke. Sie sagt nichts dazu, weil sie weiß, dass ich kein verbotenen Sachen gucke, die ich noch nicht gucken darf. Nur halt Sachen, die kindergerecht sind“.

Keine (festen) Regeln in Bezug auf den Umgang mit YouTube gibt es dagegen bei einem Drittel der Befragten (n=22). Fast alle dieser Kinder sind zwischen 11 und 13 Jahren alt. Da alle älteren Befragten in dieser Stichprobe ein eigenes Smartphone besitzen, scheint die Vermutung naheliegend, dass sie von elterlicher Seite weniger reguliert werden (können). Einige der Mädchen und Jungen berichten dennoch von situativen und generellen Ermahnungen, etwa das Handy wegzulegen oder etwas anderes, Nichtmediales zu tun oder „nicht so schlechte Videos anzugucken“, wie es eine Zwölfjährige formuliert. Valerie, 12 Jahre, hält es in ihrem Fall auch gar nicht für nötig, Regeln einzuführen. Aus ihrer Sicht gehört YouTube dazu, wobei sich ihre Beschäftigung mit der Plattform in Grenzen hält: „Wir gucken einfach ein paar Videos an und dann ist gut! Ich mach ja auch keine Videos oder so. Nutzt doch jeder, oder?“ Tarek, 8 Jahre, ist dagegen der Meinung, er brauche keine Regeln, „weil ich schon selber aufpasse, was ich angucke“. Eine 13-Jährige erklärt, dass es keine Abmachungen rund um YouTube gibt, da sich ihre Eltern auf sie verlassen können: „Weil ich mich nicht nur mit irgendeinem Blödsinn befasse, sondern auch was Sinnvolles gucke – die vertrauen mir.“ In den seltensten Fällen ist es jedoch so, dass die Eltern gar nicht wissen, was ihre Kinder auf YouTube anschauen. Wie etwa bei einer Zwölfjährigen: „Meine Eltern wissen, dass ich ,n Riesenfan von *Concrafter* bin und dass ich auch wirklich DIYs und Comedy gucke. Ich hab meiner Mama mal ein Video von *Concrafter* gezeigt, weil sie wissen wollte, wie er so ist. Und ja, die fand's eigentlich ganz witzig“. Auch für Lotta, 13 Jahre, gibt es keine Regeln in Sachen YouTube, auch wenn „meine Eltern nicht genau sicher sind, ob das so gut für Kinder ist, wegen den Inhalten“. Das Mädchen ist jedoch mit ihrer Mutter im Austausch darüber, was sie anschaut. Diese lässt Lotta gewähren, auch „wenn meine Mutter nicht verstehen kann, warum ich manche Videos lustig finde. Aber ich glaub, das hat auch was mit Humor zu tun, verschiedenem.“ Auch bei Evelyn, 10 Jahre, gibt es keine Regeln, aber die Mutter hat im Blick, was das Mädchen anschaut: „Manchmal sagt sie: ‚Sag mal, was du guckst.‘“ Evelyns Eltern schätzen die Anregungen, die ihre Tochter dann in die Tat umsetzt: „Wenn ich zum Beispiel etwas mit Basteln mache, dann finden sie's schön, weil ich da auch etwas lerne und ausprobiere.“

4 Fazit

YouTube ist für Kinder ein schier unerschöpflicher Fundus an Videos, Informationen und Diskussionen zu Themen, die sie interessieren. Für Eltern ist es offensichtlich zum Teil sehr schwer nachzuvollziehen, was die Kinder daran so fasziniert, aber auch, mit welchen Inhalten sie sich beschäftigen. Bei jüngeren Kindern wird von den Eltern (noch) verstärkt vorselektiert und begleitet. Bis etwa Mitte/Ende des Grundschulalters stehen Folgen oder Szenen aus der Lieblingssendung, die sie aus dem Fernsehen oder Kino kennen, auf dem Programm, aber auch kurze Clips mit humoristischem Inhalt. Aber auch Filme zum Thema Sport, Tiere oder anderen Interessensgebieten werden gerne angeschaut.

Je älter die Kinder werden, desto mehr verfolgen sie ihre eigenen Interessen und wollen sich auch klar gegen den Geschmack der Erwachsenen abgrenzen. So ist es nicht verwunderlich, dass sie Comedy und Prank, aber auch Let's Plays mit großem Vergnügen und intensiv konsumieren. YouTuberinnen und YouTuber spielen für die älteren Kinder eine besonders große Rolle, sie sind für die Mädchen und Jungen der Dreh- und Angelpunkt. Die jungen Männer und Frauen sind direkte Vorbilder, bieten durch die Kommentarfunktion und die Interaktionsmöglichkeiten einen Raum für Auseinandersetzung. Dabei geht es darum, was authentisch und „echt“ ist, aber auch um die Frage, wie man seine eigenen Ziele verfolgen kann und was im Leben wichtig ist. Vor diesem Hintergrund ist die Rolle der YouTuber als „Influencer“ nicht zu unterschätzen, da sie Kindern in Bezug auf bestimmte Produkte, aber auch auf den eigenen Lifestyle und die Vermittlung von sozialen und gesellschaftlichen Vorstellungen beeinflussen können.

Das Wissen über die Plattform YouTube, dem dahinterliegenden Geschäftsmodell sowie die Einbettung von Werbung und Vermarktungsstrategien ist bei den befragten Kindern sehr unterschiedlich ausgeprägt. Werbung wird von den meisten als selbstverständlich wahrgenommen: Ein Teil ärgert sich darüber, ein größerer Teil akzeptiert die kurzen Clips vor, zwischen oder nach den Videos als Teil der Finanzierung der Plattform. Die Vermarktungsstrategien von Herstellern, die auf bekannte YouTuber als „Influencer“ zurückgreifen, sowie versteckte Werbebotschaften in den Videos werden von den Kindern weniger gut durchschaut. Selbst älteren Kindern sind diese Strategien nicht unbedingt bewusst. Auch bei der Frage, ob sie selbst gerne YouTuber werden wollen, teilen sich die Befragten Kinder in zwei Gruppen. Ein größerer Teil der Kinder kann sich nicht vorstellen, selbst einmal als YouTuber Geld zu verdienen. Begründet wird dies mit Schüchternheit vor der Kamera, mangelndem Know-how aber auch Angst vor Hatern. Einige Kinder können es sich durchaus vorstellen, YouTuber zu werden, sie wollen ihre Interessen und Leidenschaften präsentieren, erhoffen sich Ruhm, Anerkennung und Geld.

Vorgaben der Eltern bezüglich Youtube fallen in den Familien sehr unterschiedlich aus. Etwa die Hälfte hat feste Regeln, wie etwa zeitlich Vorgaben oder die Auswahl von Inhalten anhand bestimmter inhaltlicher Kriterien. Etwa ein Drittel der befragten Kinder gaben an, dass der Zugang zu YouTube daheim nicht reglementiert wird, vor allem bei älteren Kindern. Angesichts der Bedeutung von YouTube als Orientierungsquelle gerade für die Pre-Teens und die oftmals undurchschaubaren Werbe- und Vermarktungsstrategien, die sich auf der Plattform finden, ist es wichtig, dass YouTube in der Familie thematisiert wird und klare Absprachen getroffen werden. Zu diesem Zweck brauchen Eltern fundierte medienpädagogische Informationen und Handlungsanregungen, um Kindern einen kritischen und verantwortungsvollen Umgang mit YouTube zu ermöglichen.

Anhang

YouTuber/-innen, die die Befragten kennen

(n = 53, Mehrfachnennungen) w = weiblich, m = männlich

YouTuber/-in	Nennungen	YouTuber/-in	Nennungen
BibisBeautyPalace	20 (17w, 3m)	Emrah!	1 (w)
Julien Bam	16 (10w, 6m)	Eiterbeule	1 (m)
DagiBee	11 (11w)	EsKay	1 (w)
Julienco	9 (8w, 1m)	Flo	1 (w)
Die Lochis	7 (3w, 4m)	Flo und Roman	1 (m)
Paluten	7 (2w, 5m)	freekickerz	1 (m)
ApoRed	5 (2w, 3m)	Freshforge	1 (w)
KsFreakWhatElse	5 (1w, 4m)	HandOfBlood	1 (m)
Joeys Jungle	4 (w)	iBlali	1 (m)
Space Frogs	4 (2w, 2m)	iCrimax	1 (m)
GermanLetsPlay	3 (1w, 2m)	John Cena	1 (w)
Gronkh	3 (3m)	Julia Beautx	1 (w)
Leon Machère	3 (1w, 2m)	Kati2go	1 (w)
Maudado	3 (3m)	Kelly Misses Vlog	1 (w)
PrankBros	3 (2w, 1m)	Kojo	1 (w)
RayFox	3 (3w)	KranCrafter	1 (w)
Zombey	3 (3m)	KrappiWhatElse	1 (m)
Rebekah Wing	2 (2w)	Lars Ö.	1 (m)
Rewinside	2 (2m)	LeFloird	1 (m)
ApeCrime	2 (2w)	Little Miss	1 (w)
Arazhul	2 (2m)	Liz Ehrenberg	1 (w)
Benx	2 (2m)	Logo	1 (m)
Chaosflo44	2 (2m)	LPmitKev	1 (m)
ConCrafter	2 (1w, 1m)	Luka	1 (m)
Cubanito	2 (2m)	Lusor Koeffizient	1 (m)
Domtendo	2 (2m)	MarcelScorpion	1 (m)
EpicStun	2 (2m)	Marti Fischer	1 (w)
Lauren CocoXO	2 (2w)	Mefyou	1 (m)
Lets Phil	2 (2m)	Melina Sophie	1 (w)
Rosislife	2 (2w)	Nueck	1 (m)
Simon Desue	2 (2m)	Orkenspalter TV (Kanal)	1 (m)
Zeo	2 (1w, 1m)	Paul	1 (w)
AimBrot	1 (m)	Pewdiepie	1 (m)
Alphastein	1 (m)	Rippeax,	1 (m)
AnnaXO	1 (w)	Die Ritzkes	1 (w)
Ascalter	1 (m)	Rizo	1 (w)
Beauty2go	1 (w)	Schmockyyy	1 (m)
Bodyformus	1 (m)	Simon	1 (m)
Bonnytrash (DIY)	1 (w)	Sirlo	1 (m)
BradeTv	1 (w)	Standart Skill	1 (m)
coldmirror	1 (w)	Till (FifaGaming)	1 (m)
DannyJesden	1 (m)	Tommy TV	1 (m)
Danny MacAskill	1 (m)	Trymacs	1 (m)
Dojos Spielzeugwelt	1 (w)	VictoriaSarina	1 (w)
Doktor Froid	1 (m)	ViscaBarca (alle Call of Duty)	1 (m)
DominoKati	1 (w)	xLaeta	1 (w)
Dner	1 (m)	Zevo	1 (m)
Elli Di (russisch)	1 (w)		