

TV-Internet-Konvergenz aus Kindersicht

1 Ziel der Studie

Fernsehen bedeutet heutzutage nicht nur das TV-Gerät einzuschalten – viele fernsehbezogene Angebote finden sich auch im Internet. Das wissen und nutzen auch Kinder. Ergebnisse der KIM-Studie 2010¹ zeigen, dass viele Jungen und Mädchen Computer und Internet nutzen und mittlerweile auch recht gut mit den nötigen Geräten ausgestattet sind: Jedes zehnte Kind zwischen sechs und 13 Jahren hat einen Internetzugang im eigenen Zimmer. Weit mehr als die Hälfte der Kinder halten sich zumindest selten im Internet auf. Im Durchschnitt verbringen die Sechs- bis 13-Jährigen eine knappe halbe Stunde täglich im Netz – wobei die Nutzungsdauer mit zunehmendem Alter steigt. Knapp die Hälfte der Jungen und Mädchen klicken Kinderseiten an, gucken Filme oder Videos oder surfen im Netz einfach drauf los. Auch der Austausch mit anderen ist Kindern im Internet wichtig: Zwei Fünftel kommunizieren regelmäßig per Mail und jeder dritte Internetnutzer zwischen sechs und 13 Jahren ist zumindest einmal pro Woche im Internet.

Von besonderem Interesse für Kinder, die sich im Internet bewegen, sind Inhalte, die mit dem Fernsehen zu tun haben. Fernsehsender stellen mittlerweile zu allen Fernsehsendungen der verschiedenen Programmsparten zusätzlich Online-Angebote bereit. Selbst für Kinder im Vorschulalter gibt es schon eigens konzipierte Internetangebote zum Kinderprogramm. Kinder und Jugendliche stellen einerseits durch ihre Offenheit für das neue Medium Internet, andererseits durch ihre Begeisterung für das Fernsehen eine besondere Nutzergruppe dar. Die aktuelle Kinderbefragung hat sich dem Themenfeld „Fernsehkongvergenz“ angenommen und folgende Fragen in den Blick genommen:

- Welche Fernsehseiten werden von Kindern genutzt?
- Welche Wege gehen Kinder – ausgehend von ihren Fernsehvorlieben – im Netz?
- Was interessiert sie an diesen Angeboten, was findet bei ihnen Anklang?
- In welchem Kontext nutzen Kinder diese Angebote?
- Welche Richtlinien und Regeln werden in den Familien dazu vereinbart?

1 Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.). KIM-Studie 2010. Kinder und Medien, Computer und Internet. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger. Stuttgart: mpfs 2011.

2 Profil der Studie

Stichprobe

Befragt wurden insgesamt 59 Mädchen und Jungen im Alter zwischen acht und 14 Jahren, die sich zumindest gelegentlich im Internet bewegen).

Zusammensetzung der Stichprobe nach Alter und Geschlecht

	männlich	weiblich	gesamt
8 bis 10 Jahre	9	10	19
11 bis 14 Jahre	14	26	40
gesamt	23	36	59

Methode

Es wurden face-to-face-Interviews anhand eines teilstandardisierten Fragebogens mit offenen und geschlossenen Fragen geführt. Die Antworten der Kinder wurden per Audioaufzeichnung dokumentiert und anschließend transkribiert.

Erhebungszeitraum

November 2010

Erhebungsorte

Leipzig (Sachsen), Augsburg (Bayern), Offenbach (Rheinland-Pfalz)

3 Ergebnisse

3.1 Internetnutzung

Die Nutzung des Internets ist für drei Viertel der befragten Kinder keine Seltenheit: Fast die Hälfte der Befragten ist öfter als ein- bis zweimal in der Woche im Netz und nur ein knappes Viertel (24%) seltener als ein- bis zweimal wöchentlich.

Wie oft bist du im Internet?

	Häufigkeit	Prozent
öfter	28	47,5
ein- bis zweimal pro Woche	17	28,8
seltener	14	23,7
gesamt	59	100,0

Betrachtet man die beiden Altersgruppen, kann ein deutlicher Unterschied in der Nutzungsdauer festgestellt werden: Während von den befragten Acht- bis Zehnjährigen noch gut die Hälfte (53%) seltener als ein- bis zweimal in der Woche ins Internet gehen, sind von den Elf- bis 14-Jährigen bereits fast zwei Drittel (65%) öfter als ein- bis zweimal pro Woche im Netz.

3.2 Nutzung fernsehkongruenter Internetseiten im Überblick

Um zu ermitteln, ob und welche fernsehkongruenten Internetseiten Kinder nutzen, wurden zwei methodische Zugänge gewählt:

- Einerseits wurden die Kinder offen nach ihrer Nutzung gefragt: „Besuchst du im Internet auch Seiten, die etwas mit dem Fernsehen oder mit Fernsehsendungen zu tun haben?“
- Andererseits wurde die Nutzung konkreter Kinderwebseiten von Fernsehsendern abgefragt, nämlich *www.toggo.de*, *www.nick.de*, *www.kika.de*, *www.tivi.de* und *www.pokito.de*.

Fasst man diese beiden methodischen Zugänge zusammen, so sind es **45 Kinder (76%), die mindestens eine fernsehkongruente Internetseite nutzen.**

Dabei zeigt sich ein deutlicher **Geschlechterunterschied**: Während mehr als vier Fünftel der befragten Mädchen (86%) fernsehbezogene Seiten besuchen, trifft das nur auf drei Fünftel (61%) der Jungen zu.

3.3 Was verstehen Kinder unter Internetseiten, die etwas mit dem Fernsehen zu tun haben?

Nicht alle Kinder, die tatsächlich fernsehkongruente Webseiten nutzen, nennen diese spontan, wenn sie nach Internetseiten gefragt werden, „die etwas mit dem Fernsehen oder mit Fernsehsendungen zu tun haben.“ Das ist nur bei 25 der 45 Betroffenen der Fall.

Die Befragten denken dabei an folgende Angebote:

- In erster Linie werden Internetseiten von Fernsehsendern genannt und Webseiten, die sich direkt auf bestimmte (Lieblings-)Sendungen beziehen.
- Ein knappes Drittel derjenigen Befragten, die Internetseiten nennen, „die etwas mit dem Fernsehen zu tun haben“, hat dabei auch große Videoportale wie *youtube.com*, *megavideo.com* oder *clipfish.de* im Blick. Diese Portale bieten entweder einen alternativen Zugang zu den Lieblingssendungen oder werden vor allem zum Anschauen von Musikvideos genutzt. Selten werden diese Portale aber als alleinige Internetseiten zum Fernsehen genannt.

Für einige ältere Kinder sind Videoportale wie *youtube.com* jedoch die erste Adresse, wenn sie Videos ansehen wollen, seien es Fernsehsendungen, seien es andere Videos. So begründet eine 13-Jährige sie sehe sich *Switch Reloaded* lieber auf *youtube.com* an, weil sie sich dort besser auskenne als auf der Webseite von PRO 7.











- Vereinzelt Kinder nennen auch Internetseiten zu Serienstars, wie z.B. zu Miley Cyrus, die die Hauptrolle der Serie *Hannah Montana* spielt.
- Zwei Kinder nennen auch die Edutainment-Seite *antolin.de*, die insofern fernsehkongruent ist, als dort z.T. Bücher im Zentrum stehen (in diesen Fällen von Astrid Lindgren), die auch verfilmt wurden und im Fernsehen laufen.
- Für andere Kinder, wie z.B. eine Elfjährige, spielt es gar keine Rolle, auf welcher Webseite die Folgen ihrer Lieblingssendung platziert sind – sie gibt *Schloss Einstein* einfach in die Videosuche von *google.de* ein.

3.4 Wozu nutzen Kinder die TV-konvergenten Internetseiten?

Seien es die Webseiten zur Lieblingsserie oder die Kinderwebseiten der Sender: Viele der befragten Kinder suchen TV-konvergente Webseiten auf, um sich Sendungen bzw. Ausschnitte aus Sendungen noch einmal anzuschauen oder verpasste Sendungen nachzuholen. Ebenfalls beliebt ist das Spielen auf der jeweiligen Seite. Weitere häufige Tätigkeiten sind die Informationssuche sowie das Anschauen von Videoclips und Filmen.

Tätigkeiten auf TV-konvergenten Internetseiten (Mehrfachantworten)

(n = 45; Kinder, die tv-konvergente Seiten nutzen)

Sendungen noch einmal anschauen		22 %
Spiele spielen		21 %
Infos anschauen		20 %
verpasste Sendungen anschauen		16 %
Videos/Filme anschauen		16 %
Texte lesen		15 %
Bilder anschauen		12 %
Gewinnspiele mitmachen		11 %
Vorschau anschauen		9 %
im Shop einkaufen		3 %

- Knapp die Hälfte der Kinder, die TV-konvergente Internetseiten nutzen, schaut sich hier **Sendungen bzw. Sendungsausschnitte noch einmal** an, die sie im Fernsehen gesehen haben.
 - Die Betroffenen wollen zum Beispiel Folgen ihrer Lieblingsserie einfach noch einmal erleben. So etwa eine Neunjährige, die findet, dass es ihr „gute Laune macht“, ihre Lieblingssendung *iCarly* noch einmal anzuschauen. Eine Elfjährige wiederum will sich besonders spannende Folgen von *Schloss Einstein* noch einmal ansehen. Auch besonders lustige Situationen sind z.B. für eine Elfjährige ein Grund, Folgen der Serie *Die Zauberer vom Waverly Place* oder der Serie *Hotel Zack und Cody* noch einmal anzuschauen.
 - In Bezug auf **Wissenssendungen** spielt hier das Nachvollziehen des Gezeigten und die Anregung zum eigenen Ausprobieren eine Rolle. So schaut sich eine Neunjährige Ausgaben der Sendung *Wissen macht Ah!* noch einmal an, weil sie die dort gezeigten Experimente genau anschauen und nachmachen möchte. Eine Zehnjährige sieht sich die Sendung *Fingertips* noch einmal an, wenn sie etwas nachbasteln möchte.
- Fast ebenso verbreitet ist bei den Befragten das Spielen auf den TV-konvergenten Internetseiten. Zwar werden nicht alle Spiele positiv bewertet, aber in aller Regel machen die Spiele Spaß, dienen dem Zeitvertreib oder sind eine Abwechslung zu den Spielen, die auf dem Computer installiert sind. Einige wenige Kinder erwähnen auch Lernspiele, die sie gut finden.

- Ähnlich viele Kinder suchen die fernsehkongergenten Seiten auf, um dort **Informationen** zu finden. Hier wird eine relativ breite Palette an Informationen genannt:
 - **Informationen zum aktuellen Fernsehprogramm** oder zu noch unbekanntem Sendungen. So beschreibt eine Elfjährige: „Wenn ich halt eine Sendung noch nicht so gut kenne, dann lese ich halt zuerst mal, worum es da geht.“ Ähnlich begründet das eine Neunjährige: „Naja, weil ich halt schon gerne Fernsehen gucke und da will ich halt nicht irgendwas gucken, was ich gar nicht gucken möchte.“
 - **Informationen rund um die Lieblingssendung**, etwa zu den Dreharbeiten oder den Schauspielern. So begründet z.B. eine Elfjährige: „Ich mag die halt, die Schauspieler und ich finde, wenn man etwas mag, dann sollte man darüber auch Bescheid wissen, deshalb such ich halt immer nach Informationen.“
 Eine Zehnjährige achtet ganz genau auf Informationen zu den Dreharbeiten, weil sie selbst einmal Schauspielerin werden möchte: „Und damit ich weiß, wie das funktioniert und so.“ Insbesondere, wenn es sich um Seiten zu den Serienstars handelt, ist das Informationsbedürfnis groß, wie bei z.B. einer zehnjährigen Bewunderin von Selena Gomez (*Die Zauberer vom Waverly Place*): „Ich schau halt, wann die singt, also wann sie ein Konzert hat und ob die jetzt mal im Chat ist, weil ab und zu ist die im Chat. Und ob sie Geheimnisse hat, die sie öffentlich sagt. Und ob sie neue Lieder hat.“
 Auch eine Elfjährige ist vor allem am Privatleben der Schauspieler interessiert, „zum Beispiel, wie deren Tagesablauf ist.“
 - **Vertiefung von Themen der Wissens- und Informationssendungen**, so informiert sich z.B. eine Zehnjährige mit Videos auf *kika.de* über „eine Reporterin, die in armen Ländern ist und denen dann hilft und erfährt dann, wie die da leben.“ Andere suchen die Seiten mit der pauschalen Begründung auf „damit ich etwas lernen kann“, wie ein elfjähriger Fan von *Galileo* oder sie versprechen sich Informationen, die sie für die Schule verwenden können.
 - Eine 14-Jährige, die sich die Seiten von *Wissen macht Ah!* anschaut, begründet dies auch mit der **Kostenlosigkeit der Informationen**: „... weil man viel Wissenswertes erfährt und Internet kostet ja nix. Und wenn man sich Bücher holt, gibt man ja auch eine Menge Geld aus.“
- Beim **Lesen von Texten** spielt für einige jüngere Kinder neben dem Aufnehmen von Informationen auch das Lesen an sich eine Rolle. So begründet z.B. ein Achtjähriger: „Also ich lese die Texte, weil es Spaß macht zu lesen und weil ich das halt mag, lesen, und weil man da noch was lernt.“ Ein Elfjähriger will sich über Aktuelles auf dem Laufenden halten. Er will auf *toggo.de* „lesen, was halt passiert. Da gibt es auch eine Kinderzeitung.“
- Das **Anschauen von Bildern** hat ähnliche Funktionen wie das Anschauen von Videos und das Suchen von Informationen. Auf der Suche nach Interessantem zur Lieblingsserie können Bilder zur Sendung Einblick geben: Besonders beliebt sind Bilder von den Darstellern, den Dreharbeiten, über Vorschaubilder von neuen Folgen, Schauplätzen und Stars.
- Das **Anschauen von verpassten Sendungen** ist besonders bei Serien wichtig, die eine fortlaufende Handlung haben, wie z.B. bei *Das Haus Anubis*: „Weil es immer schwierig ist, mitzukommen, wenn man eine Folge nicht gesehen hat.“ (Elfjährige), aber auch bei anderen Serien, wenn die Schulfreunde von der jüngsten Folge einer Sendung schwärmen: „Naja, weil halt öfters manche Serien so früh am Nachmittag kommen, wenn ich noch nicht zu Hause bin und ich mach das nicht regelmäßig, aber manchmal, wenn man von Freunden gehört hat, dass was Cooles kam oder so, dann guckt man sich halt auch das an.“ (Zwölfjährige)




- **andere Videos/Filme** (d.h. nicht die Lieblingssendungen) **anschauen**: Hier spielen Musikvideos und Interviews, z.B. mit den Schauspielern, eine Rolle. Weitere Videos betreffen z.B. Aktionen, die die Sender starten. So schildert eine Zehnjährige: „Es war schon mal so, da haben sie bei *Hannah Montana* mal so was gemacht, da konnten sich ein paar anmelden, die sich da beworben hatten und da konnte man Szenen von *Hannah Montana* nachspielen auf *toggo.de*. Und man hat sich die Szene angeguckt, was die gespielt haben, und dann konnte man halt am Ende auch abstimmen, welches man am besten fand.“ Die Betreffenden kommen zum Teil aber auch auf Videos zu sprechen, die sie eher ungezielt anschauen. So sagt z.B. eine Zehnjährige zu *nick.de*: „Ja, also ich spiele Spiele dort und manchmal gucke ich mir auch doofe Sendungen an, aus Spaß.“ Häufiger noch werden aber auf Videoportalen sich anbietende Clips spontan angeschaut.
- **Gewinnspiele** haben für einige Kinder eine hohe Attraktivität, wobei eine 13-Jährige betont, dass sie durch Internetgewinnspiele keinen Verlust erleidet: „Und man muss das nicht mit einem Brief schicken. (...) Also übers Internet, das ist ja kostenlos und dann gewinnt man ja was und hat keinen Verlust gemacht.“ Zum Teil werden die in Aussicht gestellten Preise als sehr attraktiv empfunden, so beschreibt z.B. eine Zehnjährige: „Man konnte manchmal ein Nintendo-Spiel gewinnen, man konnte auch schon eine Reise mit der Selena Gomez gewinnen.“ Eine andere Zehnjährige schätzt Gewinnspiele allerdings als unfairen Trick ein, weil der Gewinn trotz entsprechender Leistung vom Glück abhängt: „Dass die bei den Gewinnspielen vielleicht ab und an lügen. Das ist meiner Freundin mal passiert, die hat das dann gemacht und wurde nur ausgetrickst. Sie hat da mitgemacht und hatte alles richtig, aber dann hat sie gar nichts bekommen, das ist halt sehr unfair.“
- Das Einkaufen in den zugehörigen **Shops** ist bei den Befragten nicht sehr verbreitet und die Erfahrungen sind zum Teil unerfreulich. So schildert eine Zwölfjährige eine sehr negative Erfahrung mit dem ZDF-Shop: „... dass wir ne Kette bestellt haben, da keine Rückmeldung bekommen haben und dann ist die Kette zweimal gekommen, warum auch immer. Und dann mussten wir auch zweimal bezahlen und dann war das alles unvollständig und dann mussten wir noch mal bezahlen, dann waren das zu viele Lieferkosten und, ja. Auf jeden Fall war's ziemlich umständlich. Das Problem war halt, das war so eine Kette, die sah aus, als wär da ein Stein dran, auf dem Foto sah das auch so aus, aber dann war das bloß so ein Aufklebesteinchen. Also ich war ziemlich enttäuscht, erstens weil sich das Ding die ganze Zeit dreht, das sieht also ziemlich doof aus, und zweitens ziemlich unecht. Und das ist für den Preis auch ziemlich unhochwertig.“ Eine Elfjährige ist von vorn herein skeptisch, was das Shoppen im Internet betrifft: „Das bringt's überhaupt nicht, das Zeug zu kaufen. Weil man ja auch in den Laden gehen und dort was kaufen kann. Und ich mein, da kann man sich's besser angucken.“

3.5 Soziale Situation bei der Nutzung

Der Großteil der Kinder nutzt die Seiten allein oder – deutlich weniger – gemeinsam mit anderen Kindern. Die gemeinsame Nutzung mit Erwachsenen ist eher eine Ausnahme. Während die soziale Situation bei der Nutzung bei den vielen Befragten wechselt, geben 17 Kinder an, die Seiten ausschließlich alleine anzusehen.

Mutzung gemeinsam mit ... (Mehrfachantworten)

(n = 45)

allein		33 %
mit anderen Kindern		18 %
mit Eltern/Erwachsenen		9 %

3.6 Kritik an den fernsehkongergenten Seiten

Nicht alles, was auf den genutzten TV-kongergenten Seiten zu finden ist, wird von den Befragten geschätzt.

- Ein hohes Maß an **Werbung** wird von mehreren Kinder als störend empfunden, insbesondere aber dann, wenn es sich um sexualisierte Werbung handelt. So kritisiert ein Elfjähriger die PRO 7-Seite, die er wegen *Galileo* aufsucht: „Ja, halt, wenn ich es anklick, kommen dann halt als Werbung immer solche Pornobilder oder so. Das stört halt, dann klicke ich es immer schnell weg.“
- Eine Zwölfjährige kritisiert *tivi.de* wegen unübersichtlicher Gestaltung: „Ich hab mich am Anfang nicht so gut zurechtgefunden, weil da ist so eine komische Leiste drin, da stehen die ganzen Sendungen drauf. Aber ich musste da z.B. eine halbe Stunde lang suchen, um jetzt zu den Wiederholungen von den Sendungen zu kommen, von den einzelnen Sachen. Und dann ist das auch immer so durcheinander mit den ganzen Sendungen.“
- Andere Kritik bezieht sich auf user-generated Content auf den Videoplattformen, so etwa von einer Zwölfjährigen: „Weil manchmal erscheinen dann da an der Seite Videos und die können ja auch von dummen Leuten sein, die dummes Zeug drauf machen.“ Eine andere Zwölfjährige kritisiert: „So Videoclips, die jemand reinstellt, das einfach nur völlig unnötig ist, einfach weil er das jetzt reinstellt hat. Ja, was eigentlich keinen interessiert.“

3.7 Webseiten zur Lieblingssendung

- Insgesamt nutzt ein gutes Drittel der befragten Kinder (21 = 36%) Internetseiten, die etwas mit ihrer Lieblingssendung zu tun haben. Etwa die Hälfte dieser Kinder (d.h. ein Zehntel aller Befragten) nutzt Internetseiten zur Lieblingssendung ein- bis zweimal wöchentlich oder öfter.
- Auf die Seite, die ihnen jeweils am wichtigsten ist, sind die Betreffenden überwiegend durch Hinweise im Fernsehen aufmerksam geworden (12 der 21 Kinder). Nur wenige sind durch Freunde auf die Seite aufmerksam geworden (4 Kinder) und nur vereinzelte haben direkt danach gesucht (2 Kinder). Ein Kind ist durch die zur Sendung *Wissen macht Ah!* gehörende Zeitschrift auf die entsprechende Internetseite aufmerksam geworden.

3.8 Stellenwert der fernsehkongergenten Seiten

Auch wenn die befragten Kinder die TV-kongergenten Internetseiten durchaus nutzen, um ihre Neugier zu befriedigen, sich die Langeweile zu vertreiben oder ihr Wissen zu erweitern, so sind durchaus nicht allen Kindern, die fernsehkongergente Seiten nutzen, diese Seiten auch wirklich wichtig:











- Weniger als ein Drittel derjenigen Kinder, die eine TV-kongergente Seite nutzen (29%), gibt an, ihnen sei diese Seite wichtig. In diesen Fällen handelt es sich zumeist um eine Internetseite, die etwas mit der Lieblingssendung der Kinder zu tun hat.
- Vor die Entscheidung gestellt, welches Medium ihnen wichtiger ist, die Lieblingssendung im TV oder die zugehörige Internetseite, entscheidet sich die klare Mehrheit (vier Fünftel der betreffenden Kinder) für das Fernsehen.
- Auch in diesem Punkt bestätigt sich, dass der Stellenwert der Internetseiten zur Fernseh-sendung für die meisten Nutzerinnen und Nutzer eher begrenzt ist: Die Internetseiten haben deutlich ergänzende Funktion.

3.9 Bekanntheit und Nutzung von Kinderseiten der TV-Sender

Fragt man nach dem Besuch **konkreter Kinderwebseiten von Sendern** (*toggo.de*, *nick.de*, *kika.de*, *tivi.de* und *mypokito.de*), so zeigt sich, dass alle befragten Kinder zumindest eine dieser Seiten kennen. Zwei Drittel der Befragten (39 Kinder = 66%) geben an, zumindest eine dieser Seiten (zumindest selten) zu besuchen.

Kinder, die Senderwebseiten kennen, bzw. diese nutzen

(n = 59 Kinder)

Kennst du die Website <i>toggo.de</i> ?		53 %
Nutzung <i>toggo.de</i>		26 %
Kennst du die Website <i>kika.de</i> ?		41 %
Nutzung <i>kika.de</i>		19 %
Kennst du die Website <i>nick.de</i> ?		42 %
Nutzung <i>nick.de</i>		10 %
Kennst du die Website <i>tivi.de</i> ?		32 %
Nutzung <i>tivi.de</i>		10 %
Kennst du die Website <i>mypokito.de</i> ?		13 %
Nutzung <i>mypokito.de</i>		4 %

Bei der **Kenntnis** einiger Kinderwebseiten von Sendern zeigen sich **Geschlechtereffekte**, die auch mit Geschlechterdifferenzen in der Nutzung der entsprechenden Fernsehprogramme korrespondieren. So kennt die große Mehrzahl der befragten Mädchen (86%) die Seite *kika.de*, wohingegen das bei weniger als der Hälfte der Jungen der Fall ist (44%).

Kennt du die Website kika.de?

	männlich	weiblich	gesamt
nein	13	5	18
	56,5 %	13,9 %	30,5 %
ja	10	31	41
	43,5 %	86,1 %	69,5 %
gesamt	23	36	59
	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Dagegen ist die Website *mypokito.de* bei mehr befragten Jungen bekannt (43%) als bei Mädchen (8%).

Kennt du die Website mypokito.de?






	männlich	weiblich	gesamt
nein	13	33	46
	56,5 %	91,7 %	78,0 %
ja	10	3	13
	43,5 %	8,3 %	22,0 %
gesamt	23	36	59
	100,0 %	100,0 %	100,0 %

3.10 Anzahl der genutzten Kinderwebseiten

Gut die Hälfte der 39 Kinder, die auf den abgefragten Kinderwebseiten der Sender unterwegs sind, beschränkt sich dabei auf eine Seite. Ein gutes Viertel nutzt zwei dieser Seiten und ein gutes Fünftel mehr. Auch bei den genutzten Kinderwebseiten von Sendern, sollten die Kinder angeben, **welche davon ihnen am wichtigsten ist** und wie sie **auf diese Seite aufmerksam** geworden sind.

Welche Website am wichtigsten (Häufigkeit)

(n = 39)

Toggo.de		17 %
Nick.de		7 %
Kika.de		6 %
Tivi.de		5 %
mypokito.de		2 %

Bei den wichtigsten Webseiten erweist sich entsprechend der hohen Nutzungszahl wieder *toggo.de* als Spitzenreiter.






Zu der Frage, wie sie auf die jeweilige Webseite aufmerksam wurden, steht an erster Stelle wieder der **Hinweis im Fernsehen** (72%), gefolgt vom Hinweis durch Freunde oder Geschwister (22%). Hinweise im Fernsehen werden zum Teil als stark animierend erlebt, wie z.B. eine Zehnjährige beschreibt: „Weil das auch im Fernsehen kam. Das gibt's ja auch im Fernsehprogramm, *toggo*. Und da sagen die manchmal die Quizfrage und dann ist man neugierig und will gucken, was man da so alles machen kann.“

3.11 Medienerziehung

Fast alle befragten Kinder können elterliche Regeln nennen, die sie bei der Internetnutzung beachten sollten.

Elterliche Regeln für die Internetnutzung

(n = 59)

ich darf bestimmte Sachen nicht machen		44 %
ich darf nicht auf bestimmte Seiten		37 %
ich darf nur zu bestimmten Zeiten für bestimmte Zeit ins Internet		34 %
ich darf nur auf bestimmte Seiten		26 %
ich darf nicht allein ins Internet		9 %

- Drei Viertel der Befragten (44 = 75%) nennen Regeln, die sich auf die Tätigkeiten im Internet beziehen.
 - Die am häufigsten genannten Tätigkeitsverbote betreffen das Kaufen bzw. Bestellen von Waren, das Kommunizieren (chatten, e-mailen), das Uploaden (bestimmter) Bild- oder Videodateien sowie generell das Downloaden.
 - Weitere häufigere Maßgaben der Eltern betreffen die Angabe persönlicher Daten sowie den Kontakt mit Fremden (mit Fremden chatten, Fremde in Sozialen Netzwerkdiensten als Freunde akzeptieren) und die Teilnahme an Gewinnspielen. Vereinzelt werden Verbote in Bezug auf die Nutzung von Spielen oder Videos mit gewalthaltigem Inhalt genannt.
 - Ein elfjähriger Junge gibt an, seine Eltern verböten ihm, seine Programmierkenntnisse einzusetzen, um „zu hacken“.
 - Zum Teil sind die elterlichen Vorgaben nicht absolut gesetzt. So dürfen einige Kinder diesen Tätigkeiten nachgehen, wenn sie mit den Eltern im Einzelfall abgeklärt haben, ob dies in Ordnung ist.

- Knapp zwei Drittel der Befragten sind von ihren Eltern aufgefordert bestimmte Internetseiten zu meiden, wobei meist weniger konkrete Internetangebote gemeint sind, als vielmehr bestimmte Angebotskategorien, wie z.B.

- kostenpflichtige oder stark werbehaltige Seiten,
- gewalthaltige Seiten,
- „Porno-“ bzw. „Sexseiten“,
- „Seiten für Erwachsene“ oder Seiten, die „für Kinder nicht geeignet“ sind,
- Seiten, bei denen man sich anmelden muss.

Einige Kinder nennen jedoch auch **konkrete** Angebote, in diesen Fällen handelt es sich meist um Soziale Netzwerkdienste (wie z.B. *schülerVZ*, *Facebook*), zu denen sie sich nicht anmelden dürfen.

- Für gut zwei Fünftel der Kinder trifft zu, dass die Eltern die Internetnutzung auf den Besuch bestimmter Internetseiten beschränken. Hier nennen die Kinder meist ganz konkrete Angebote, wie

- konkrete Spieleportale und Social Games,
- explizite Kinderangebote wie *toggo.de*, *tivi.de*, *kika.de* oder *habbo.de*,
- konkrete Soziale Netzwerkdienste,
- webbasierte E-Mail-Dienste,
- das Videoportal *youtube.com*,
- *Wikipedia*,
- Seiten von Vereinen, denen die Kinder angehören.

In einigen wenigen Fällen geben die Eltern Kategorien vor, wie „Wissensseiten“, „Seite für die Schule“ oder „für Hausaufgaben“.

Knapp drei Fünftel der befragten Kinder muss bestimmte zeitliche Vorgaben beachten.

- In einer Reihe von Fällen beziehen sich diese Vorgaben auf Uhrzeiten, die in Abstimmung mit dem Schul- und Familienalltag festgelegt werden. Die Hintergründe dafür sind durchaus unterschiedlich; eine Rolle spielt hier:
 - dass die Eltern die Internetnutzung des Kindes begleiten oder zumindest anwesend sein wollen (Kontrolle durch die Eltern),
 - dass zunächst die Schulpflichten erledigt sein sollen (Abstimmung mit Pflichten),

- dass der Internetzugang nur zu bestimmten Zeiten verfügbar ist (Eltern selbst oder andere Familienmitglieder den Internetzugang nutzen oder der Zugang nur beim haushaltsexternen Elternteil besteht).
- In mehreren Fällen besteht die zeitliche Regelung in einer Zeitbegrenzung. Hier gibt es eine große Varianz von z.B. „nur 15 Minuten am Tag“ – im Fall eines Zehnjährigen – bis „zwei Stunden pro Tag zwischen 7 und 22 Uhr“ im Fall eines Elfjährigen.

Weitere Regelungen

- Nur ein kleiner Teil der befragten Kinder (15%), überwiegend jüngere, darf das Internet nicht allein nutzen.
- Mehrere Kinder geben an, dass die Eltern allgemein Warnungen aussprechen, so z.B. sich vor Mobbing in Acht zu nehmen oder den Kontakt mit Fremden zu vermeiden.
- Vereinzelt gibt es keine konkrete Regel, die betreffenden Kinder müssen aber jeweils die Eltern fragen, ob sie ins Internet dürfen, z.T. mit Angabe der Seiten, die sie aufsuchen wollen und Begründungen.
- Ein einziges Kind gibt an, dass die Eltern eine Filtersoftware installiert haben.
- Ein Kind gibt an, dass der Vater im Browser den Verlauf der Internetnutzung kontrolliert.

„Verbotenes“ Anschauen

Knapp zwei Fünftel der Kinder (19%) gibt freimütig an, sich im Internet Dinge anzuschauen, die sie im Fernsehen selbst nicht sehen dürfen. Neben Sendungen, die sie nicht anschauen dürfen, weil sie zu spät am Abend ausgestrahlt werden (z.B. *Harry Potter*-Verfilmungen), betrifft dies auch Sendungen, die die Eltern vermutlich aus inhaltlichen Gründen für nicht geeignet halten, wie z.B. Soaps (eine Elfjährige), Krimis und Gerichtsshows (eine Zwölfjährige), Actionhaltiges (*Star Wars*, *Pokémon*, ein Achtjähriger), „Horrorsendungen“ (eine Elfjährige) oder schlicht „Filme mit einer höheren Altersfreigabe“ (ein 13-Jähriger).

4 Fazit

Auch wenn die Nutzung fernsehbezogener Internetseiten für die meisten Kindern nicht denselben Stellenwert hat wie das Fernsehen selbst, gehören diese Angebote bei vielen mittlerweile zum alltäglichen Medienensemble. Auf die zusätzlichen Angebote im Netz werden die meisten Kinder durch Verweise in der jeweiligen Sendung aufmerksam. Aus pädagogischer Sicht ist es bemerkenswert, dass die meisten Kinder angegeben haben, dass sie die fernsehbezogenen Internetangebote alleine nutzen. Angesichts vieler Inhalte im Umfeld von Internetangeboten, die nicht als Kinderprogramm ausgewiesen sind, aber trotzdem von Kindern frequentiert werden, erscheint dies nicht unproblematisch. Die Motive der Kinder, sich den fernsehbezogenen Internetseiten zuzuwenden, sind vielfältig. Oft steht das Interesse an speziellen Sendungsinhalten und Stars im Vordergrund. Aber auch Wissensdurst und Neugierde spielen bei der Nutzung eine Rolle. Insgesamt bieten fernsehbezogene Internetinhalte für Kinder durchaus interessante Ergänzungen zum Fernsehprogrammangebot. Bei der Nutzung sollte allerdings darauf geachtet werden, dass die Kinder für Risiken des Netzes sensibilisiert werden und dass Eltern und andere Bezugspersonen für eine altersgerechte Begleitung im Netz sorgen.