

Wie surfen Kinder im Internet?

Aktuelle Forschungsergebnisse

01.09.2011

Carola Krebs
Medienforschung SUPER RTL

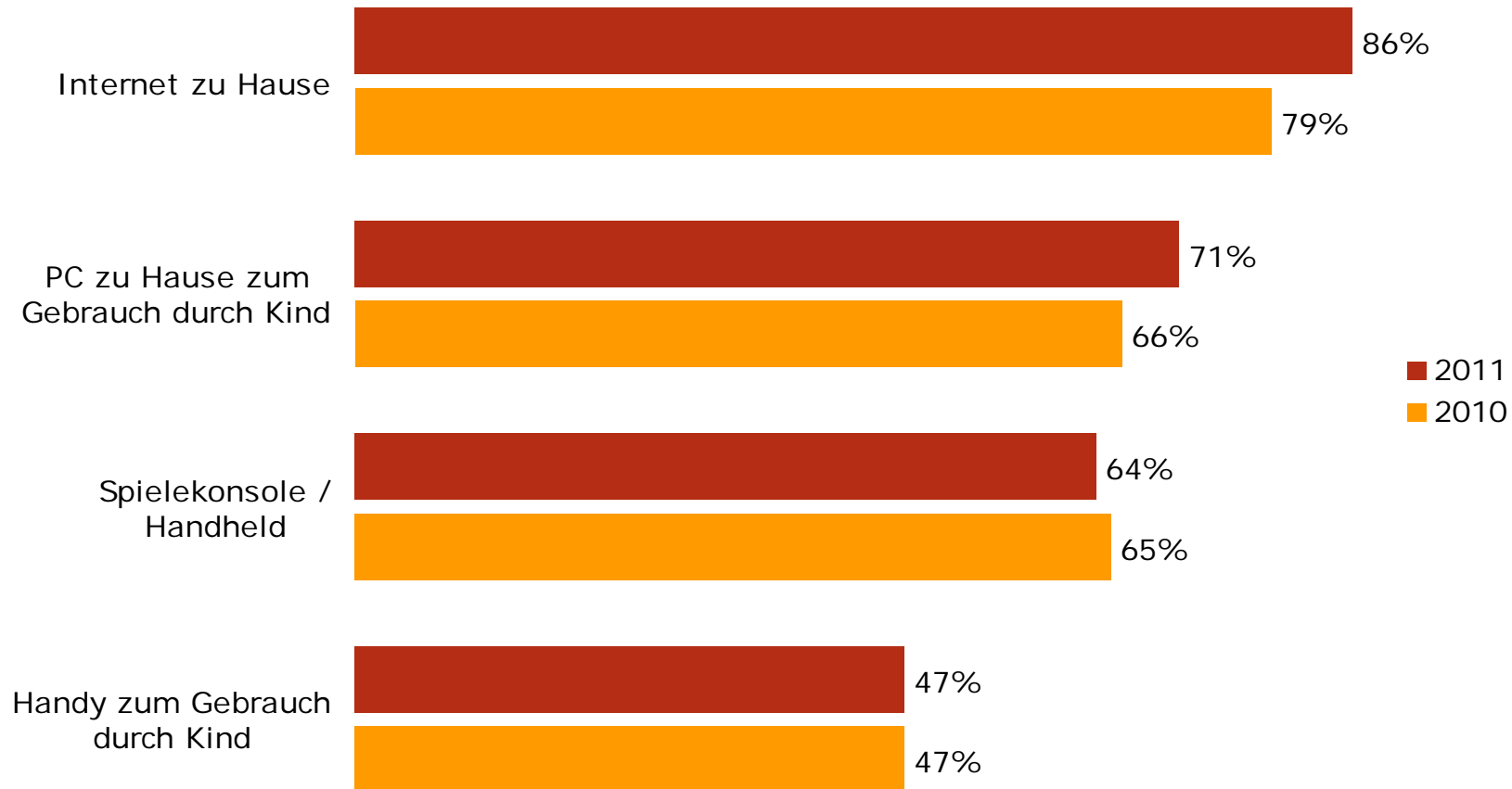
Picassoplatz 1
D-50679 Köln
Fon: +49 (221) 456-51330
Fax: +49 (221) 45695-51330

Wie Kinder surfen – Ein Quiz

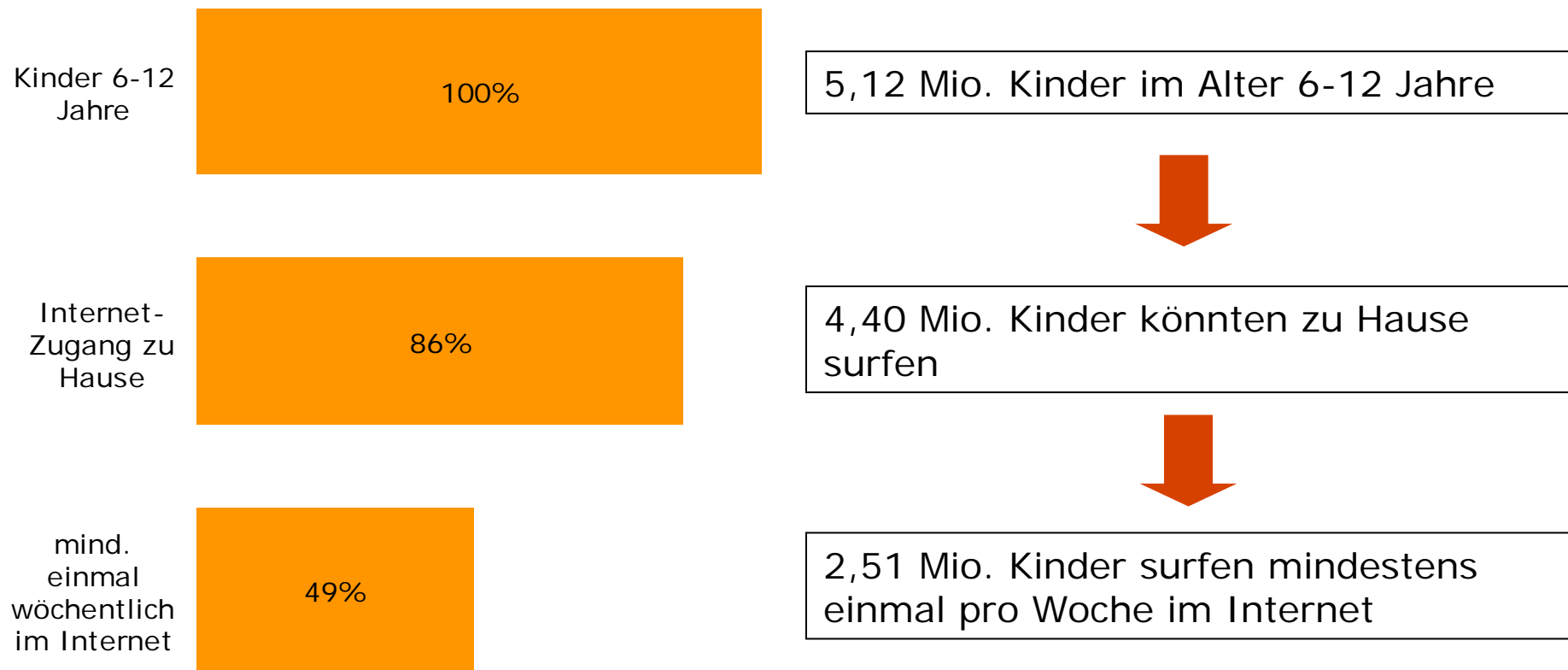
- **Was machen Kinder im Internet am häufigsten?**
a) Kinderwebsites nutzen b) Spiele spielen c) Videos schauen
- **Wie viel Prozent der Eltern von 6-13-Jährigen haben nach eigenen Angaben Regeln für die Internetnutzung ihrer Kinder festgelegt?**
- **Stimmt's? Die meisten Grundschüler haben mittlerweile Internet im eigenen Zimmer.**
- **Wie viel Prozent der 6- bis 12-Jährigen Internetnutzer sind in einer Community angemeldet?**
a) 19,5% b) 27,8% c) 40,6%
- **Wie erfahren Grundschüler meistens von neuen Websites?**
a) über das Fernsehen b) über Suchmaschinen c) über Freunde d) über die Eltern

Kinder sind gut mit Technik ausgestattet

Entwicklung der Geräteausstattung bei 6- bis 12-Jährigen



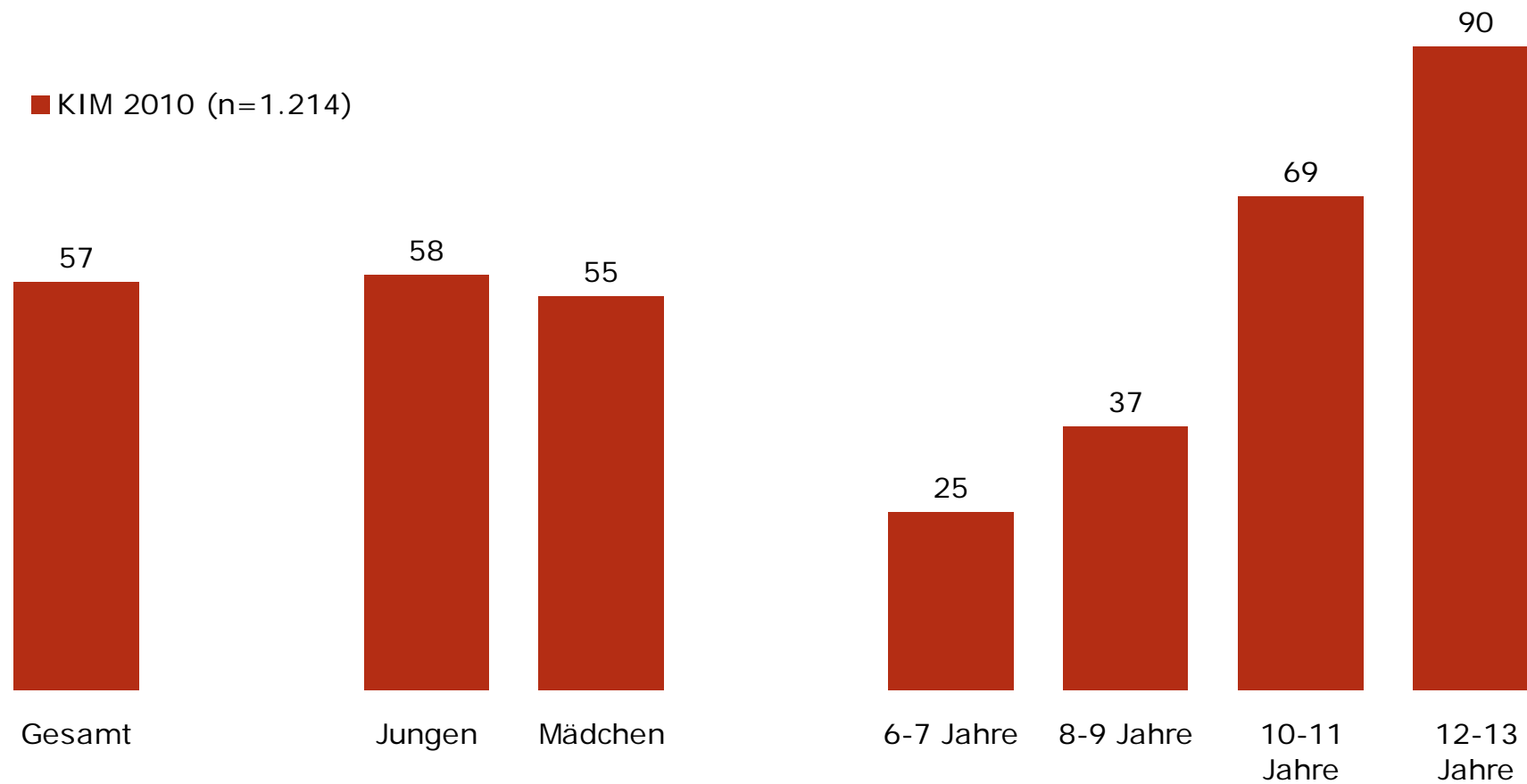
Internet ist bei Kindern bereits Alltagsmedium



Rund 60% der Kinder nutzen das Netz

Internetnutzung von Kinder 6 bis 13 Jahre – zumindest selten

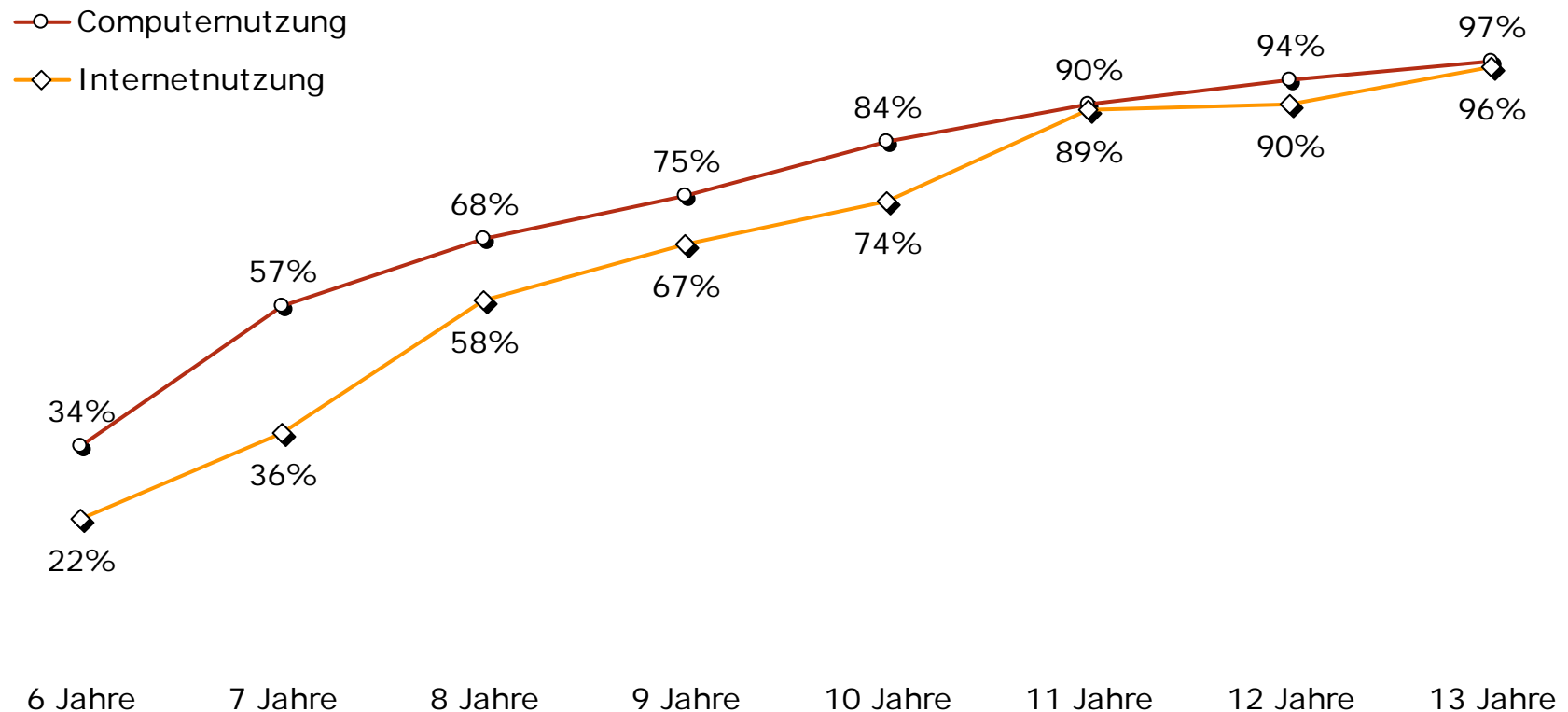
Basis: Gesamt, (Angaben in Prozent)



Computer- und Internetnutzung ab 11 Jahren auf einem Level

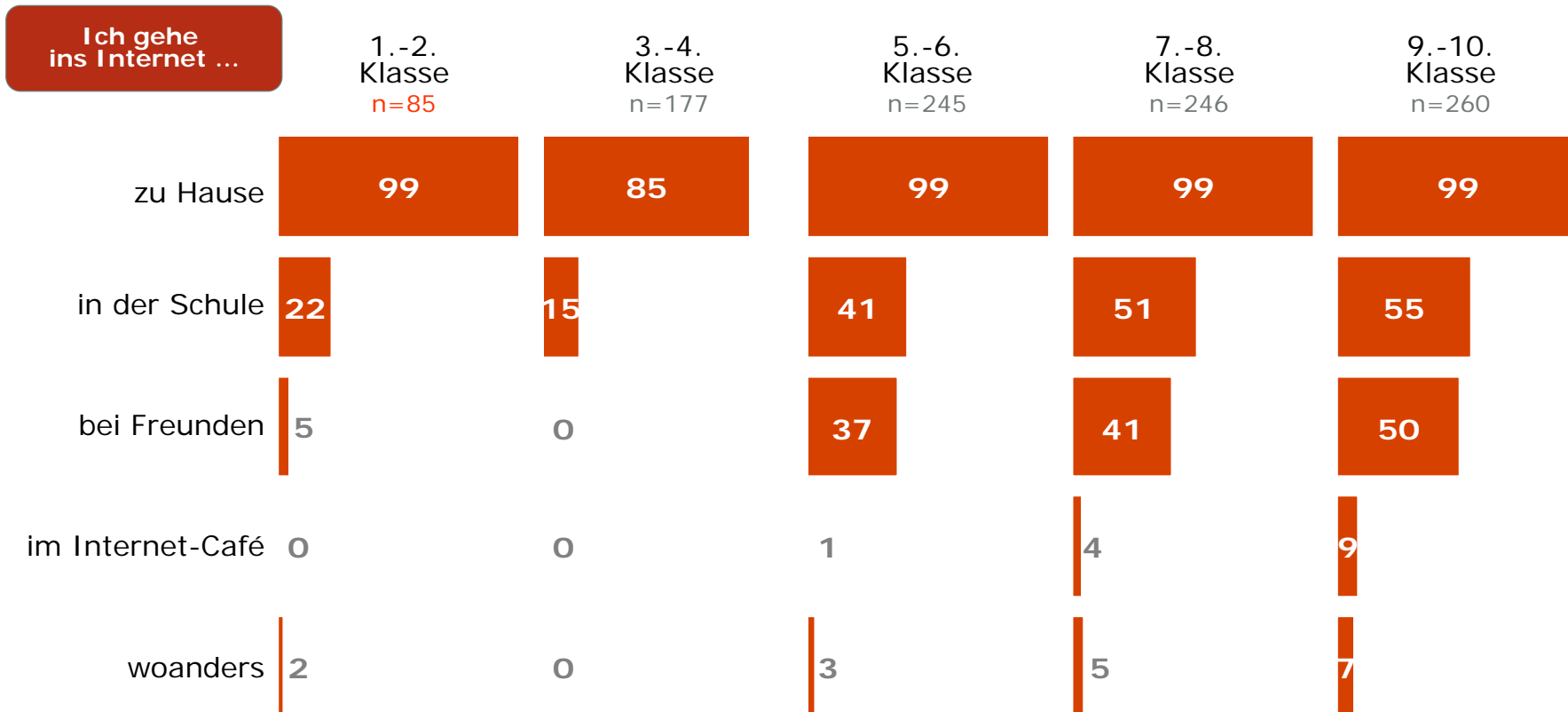
Entwicklung der Computer- und Internetnutzung bei 6- bis 13-Jährigen

„Hast du einen eigenen Computer? Gibt es hier im Haushalt einen Computer, den du benutzt?“
 „Nutzt du das Internet?“



Häusliche Nutzung altersunabhängig, außerhäusliche steigt mit dem Alter

Quantitative Ergebnisse - Frage: Und wo gehst du überall ins Internet? (n=1.014 6- bis 16-Jährige / Angaben in % / Mehrfachantworten)



Quelle: Studie „Internet und Relevant Set“, 2010 im Auftrag von eoa, IP Deutschland und SUPER RTL
 Basis: online-affine Kinder und Jugendliche Klasse 1 bis 10

Internet hat man erst ab ca. 7. Klasse im eigenen Zimmer

Quantitative Ergebnisse - Frage: Wo steht der Computer oder das Laptop, mit dem du MEISTENS bei Euch zu Hause ins Internet gehst? (red. Basis: n=1.006 6- bis 16-Jährige / Angaben in %)



Quelle: Studie „Internet und Relevant Set“, 2010 im Auftrag von eoa, IP Deutschland und SUPER RTL
 Basis: online-affine Kinder und Jugendliche Klasse 1 bis 10

Eltern führen Kinder an das Internet heran

Vom verspielten Kind ...

... zum jungen Erwachsenen



6-7 Jahre

- Bedienung von Maus, Tastatur und Touchpad bereiten große Schwierigkeiten
- Sehr oft unterstützen Eltern

8-10 Jahre

- Geübterer Umgang mit Maus, Tastatur und Touchpad
- Eltern helfen noch

11-13 Jahre

Scharnier-/
Übergangsgruppe

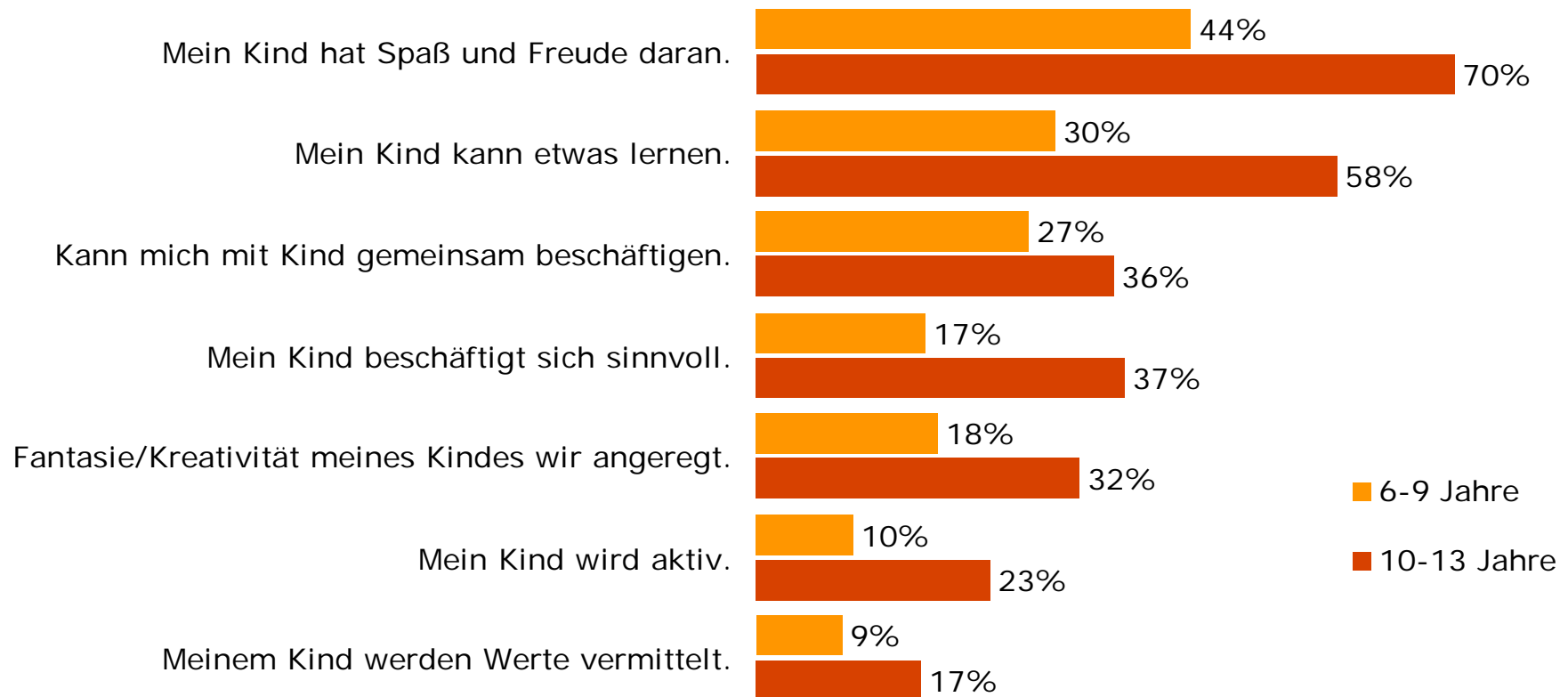
- Sicherer und routinierter Umgang mit Maus, Tastatur und Touchpad

14-16 Jahre

Nutzen des Internets wird für ältere Kinder höher bewertet

Elternakzeptanz ausgewählter Medien – Das Internet

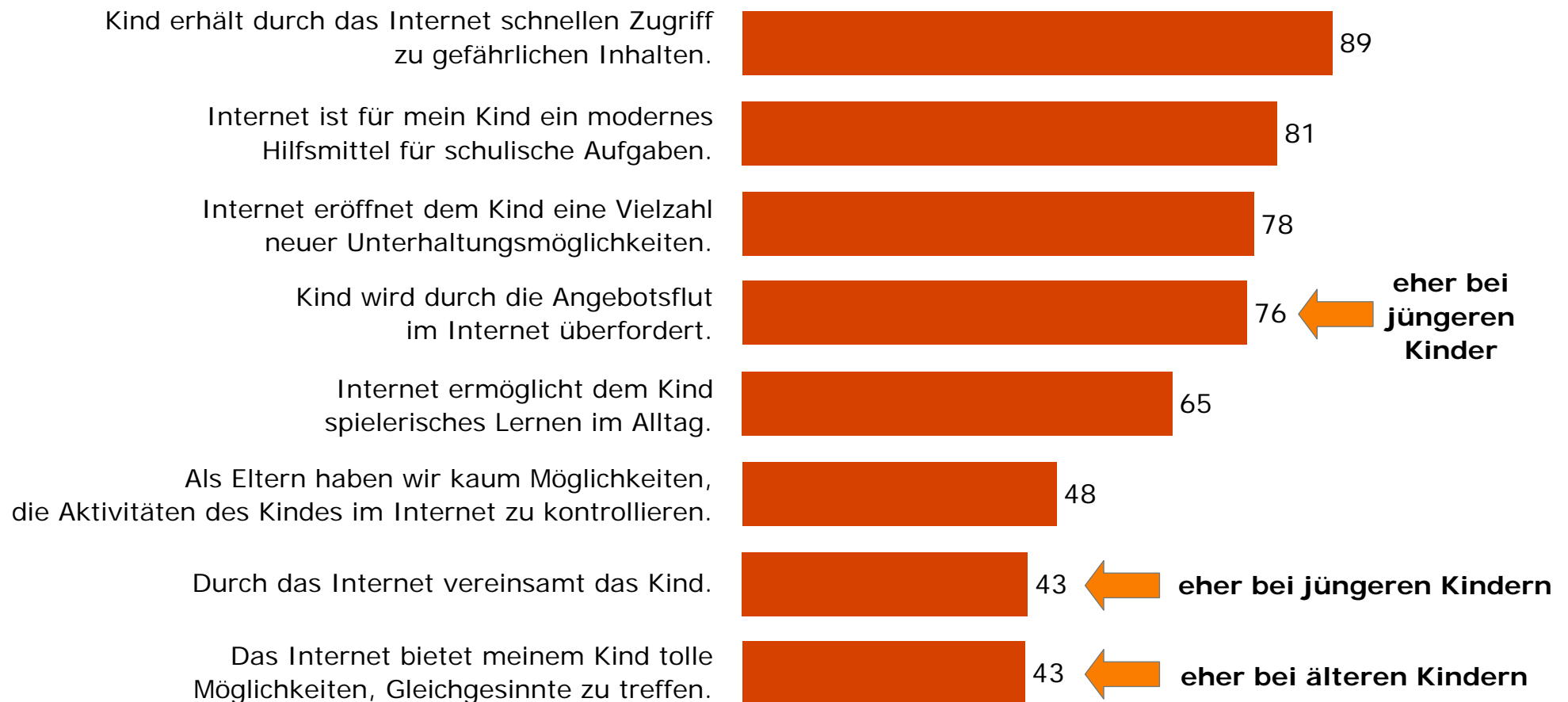
„Folgende Aussage trifft zu...“, Angaben in % (n=1.728 Eltern von 6-13-Jährigen)



Eltern sehen im Internet sowohl Gefahren als auch Nutzen

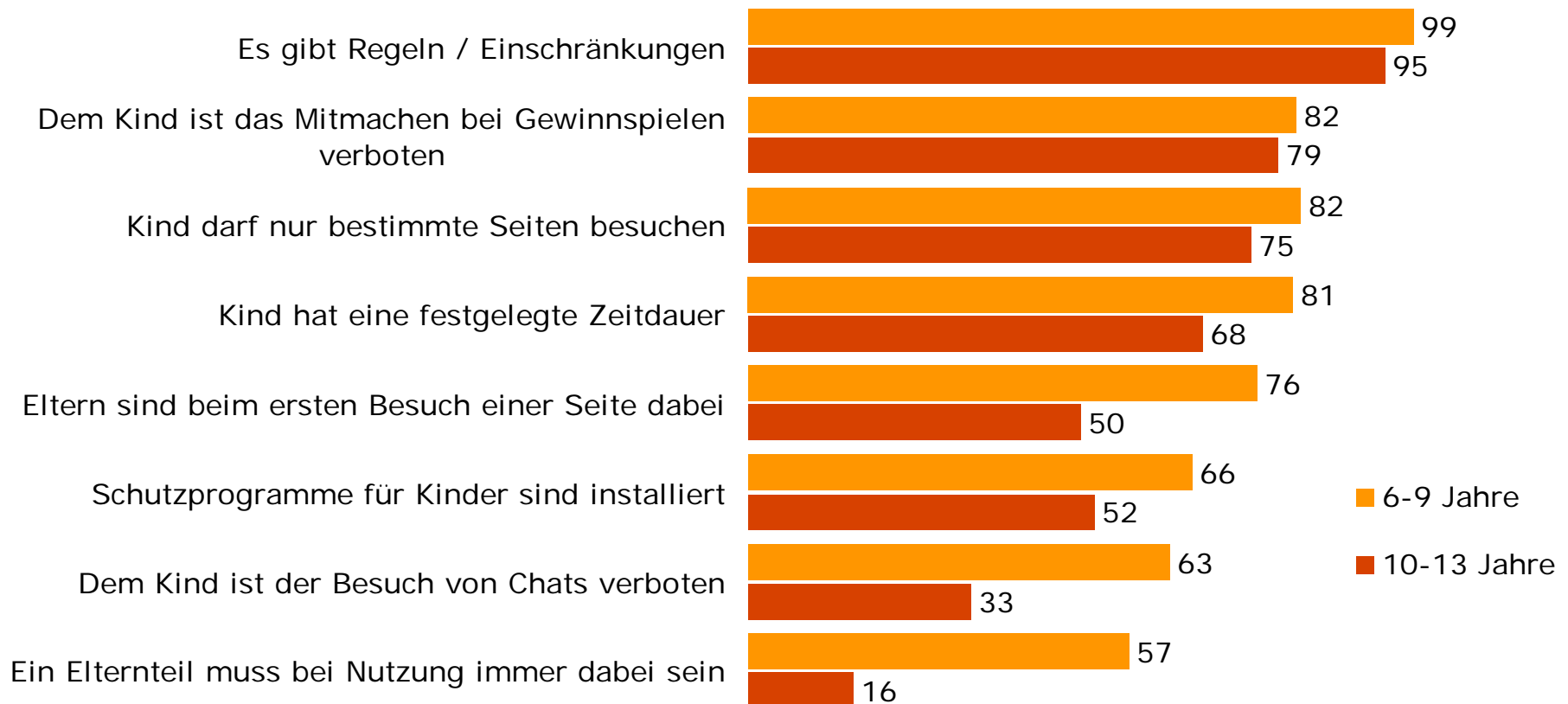
Statements von Eltern zur Internetnutzung ihrer Kinder

„Folgenden Aussagen stimme ich voll/eher zu...“, Angaben in % (n=1.728 Eltern von 6-13-Jährigen)



Je älter das Kind, desto weniger Kontrolle gibt es Internet aus Elternsicht / Einschränkungen für das Kind

„Folgenden Aussagen stimme ich voll/eher zu...“, Angaben in % (n=1.283 Eltern von 6-13-Jährigen, deren Kinder zu Hause das Internet nutzen dürfen)



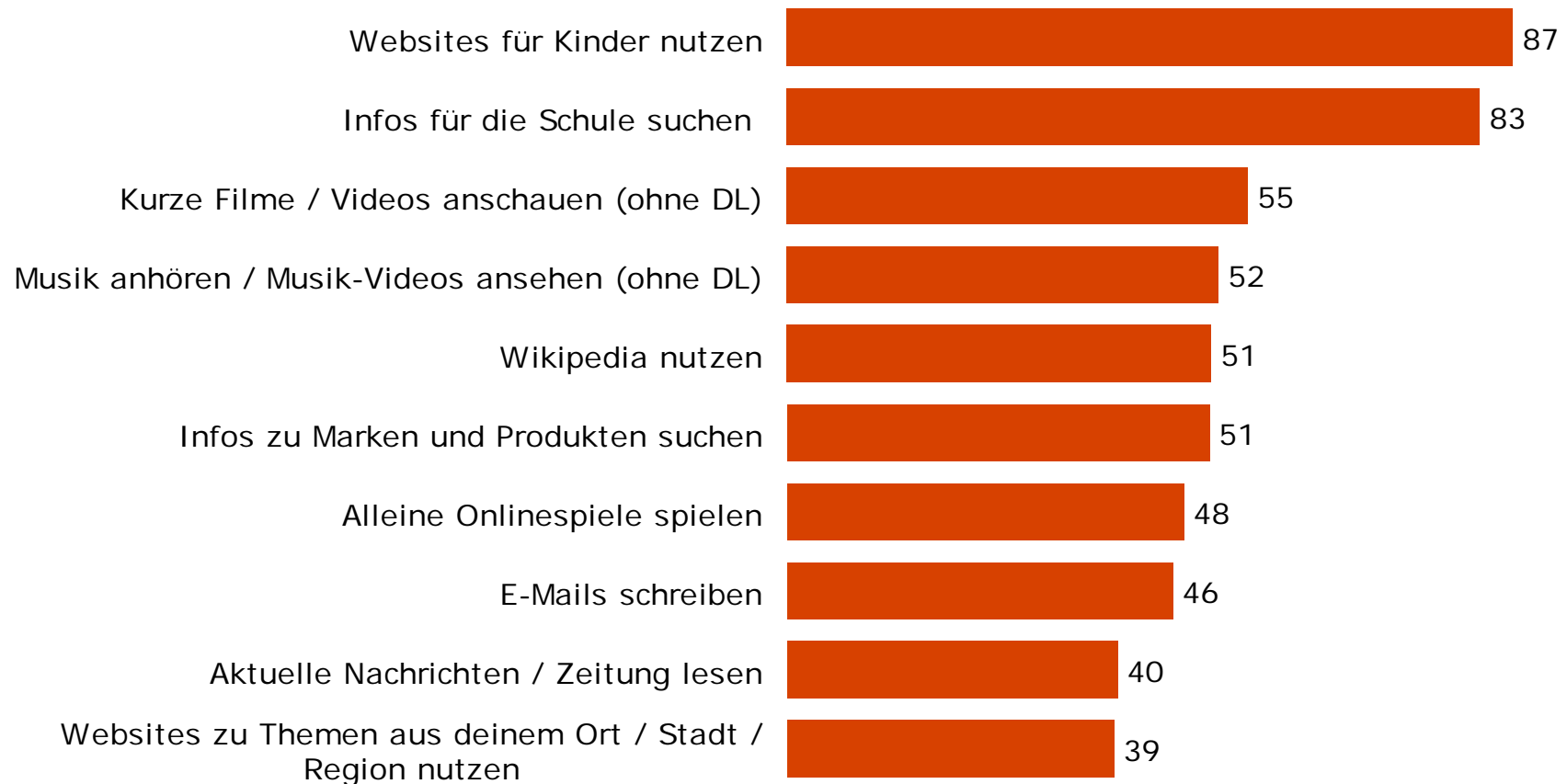
Zwischenfazit

- Internet ist kein neues Medium mehr; hat Einzug gehalten in die Familien.
- Es gibt eine feste Gruppe von Kindern, die regelmäßig surft.
- Gesurft wird zu Hause, bei den Jüngeren eher im Wohnzimmer.
- Die Eltern sind nötig, um Kinder an das Internet heranzuführen.

Schulische Themen und Kindersites dominieren

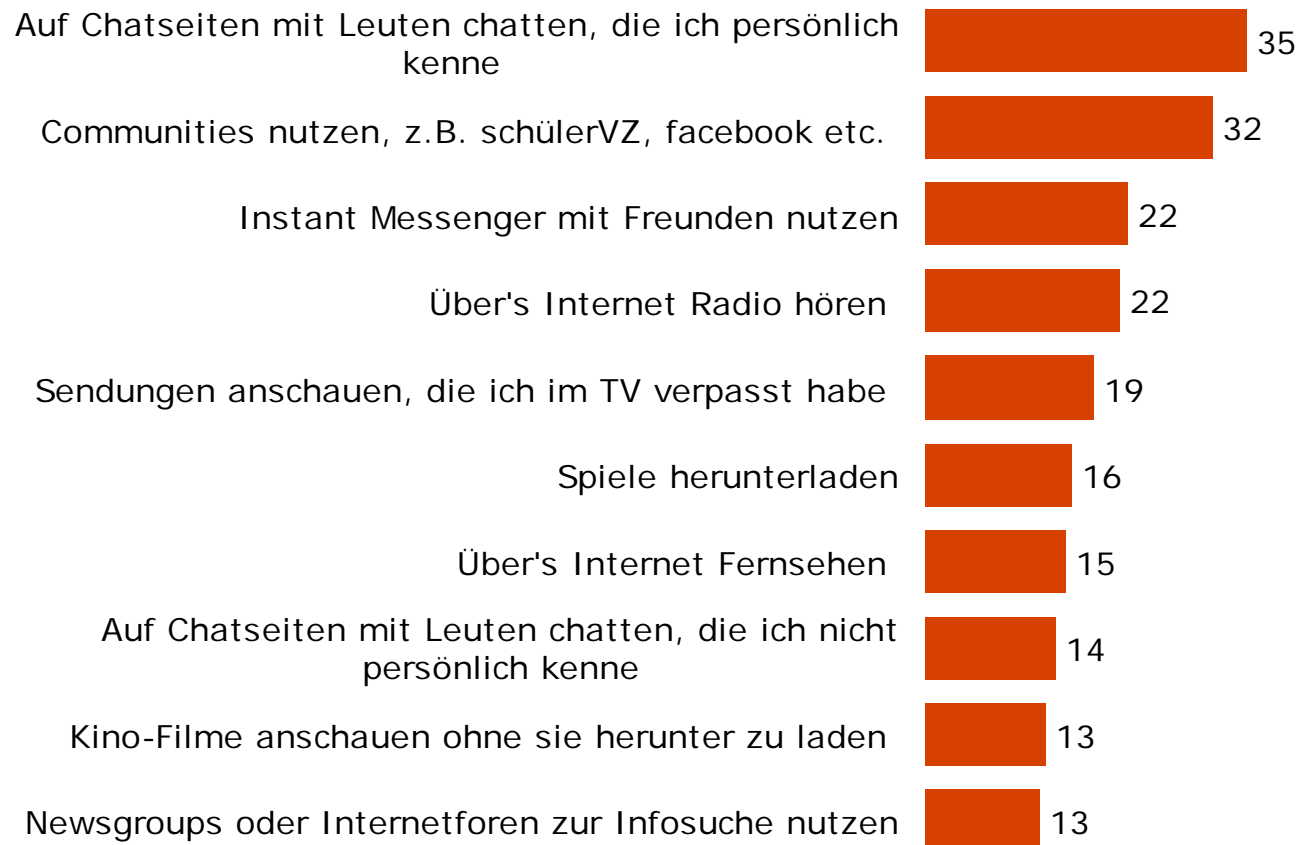
Online-Aktivitäten von Kindern „mindestens 1x pro Woche“ - 1

(gestützt, Listenvorlage, n= 436 Kinder 6–12 Jahre, die das Internet nutzen)



Schulische Themen und Kindersites dominieren Online-Aktivitäten von Kindern „mindestens 1x pro Woche“ - 2

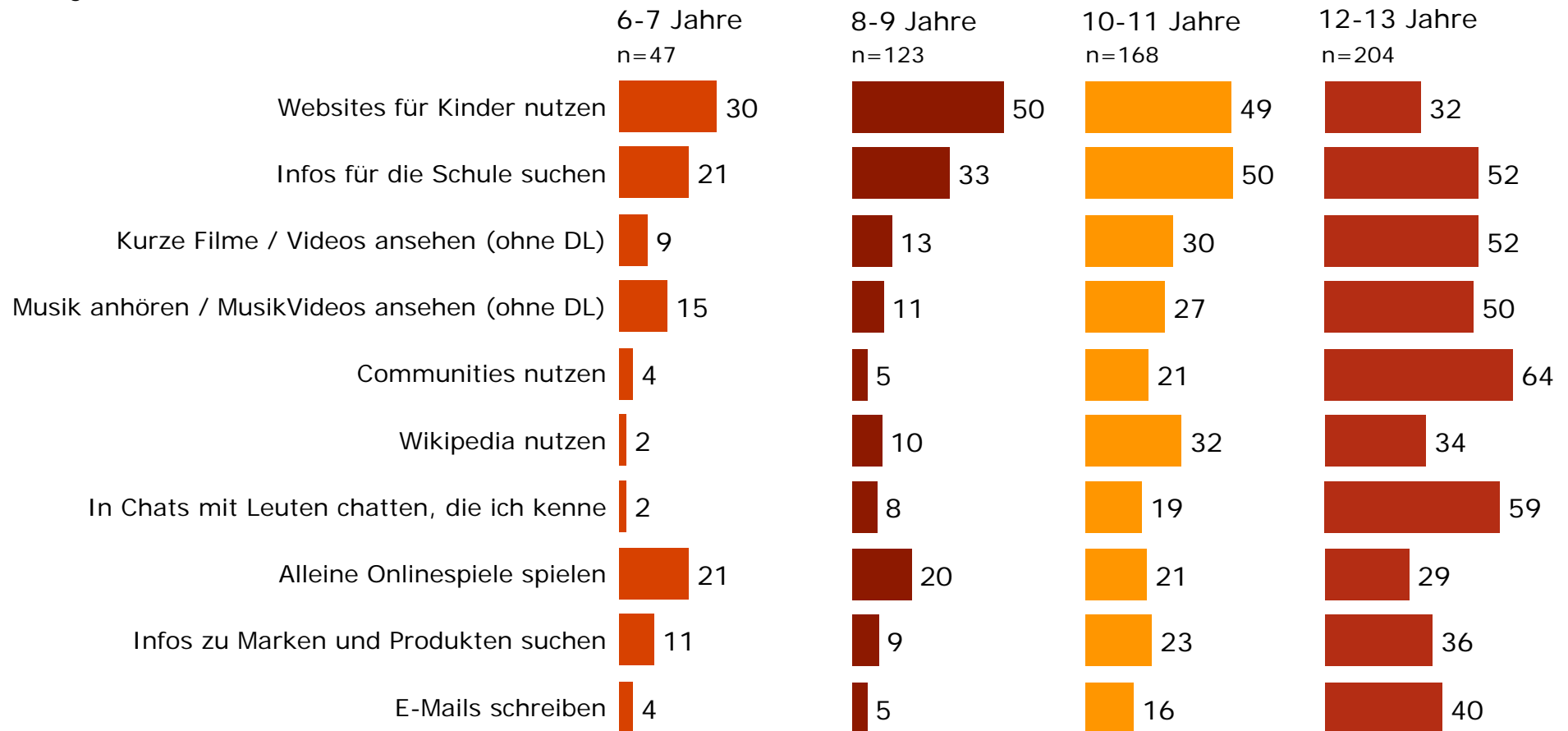
(gestützt, Listenvorlage, n= 435 Kinder 6–12 Jahre, die das Internet nutzen)



Grundschüler spielen primär, Ältere kommunizieren

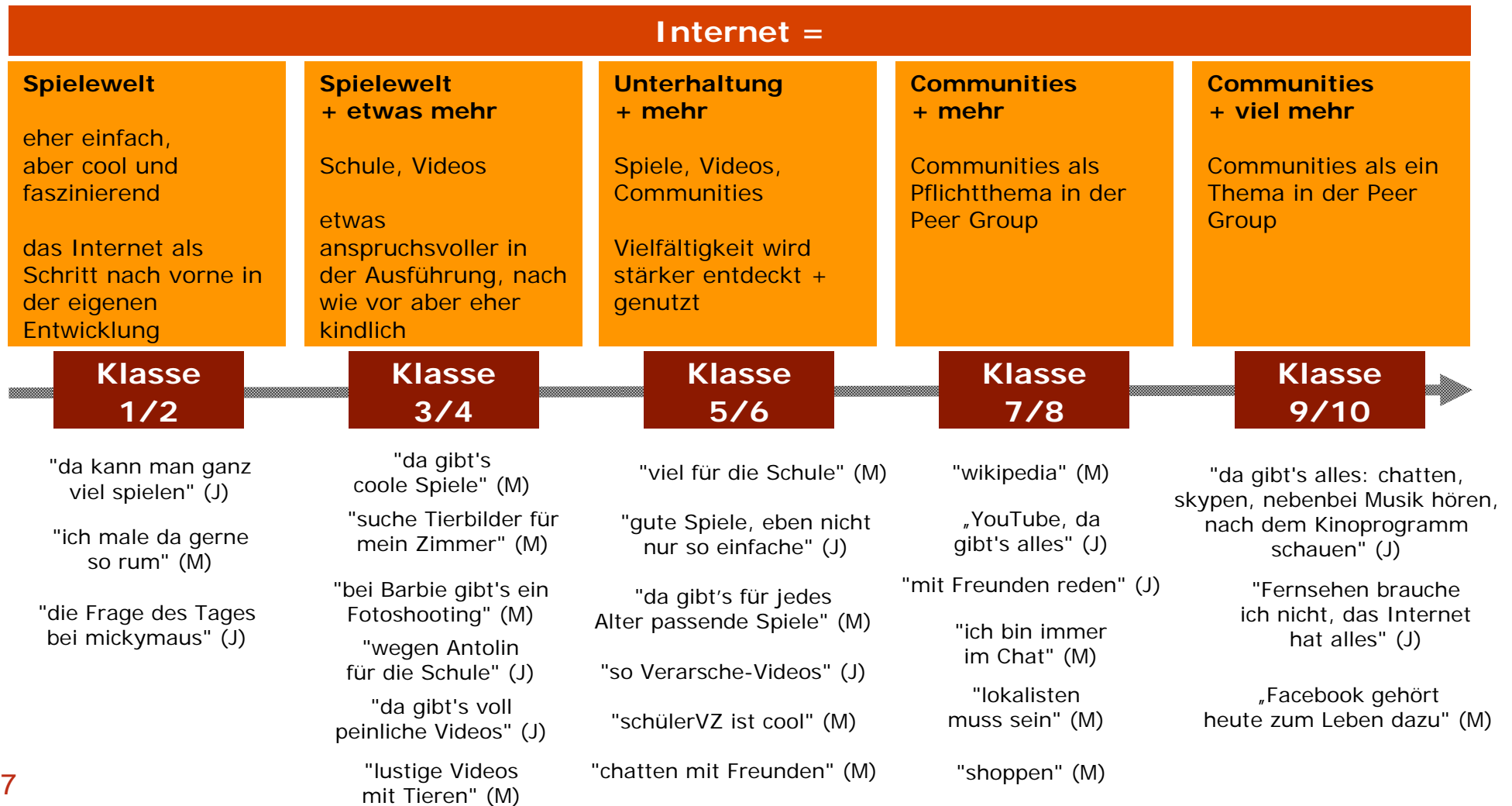
Ausgewählte Internettätigkeiten – mehrmals wöchentlich

„Sage mir bitte wie oft du die folgenden Sachen, die man im Internet machen kann, jeweils machst?“ (gestützt- Listenvorlage)
Angaben in %



Das Internet wird schrittweise komplexer wahrgenommen

Qualitative Ergebnisse



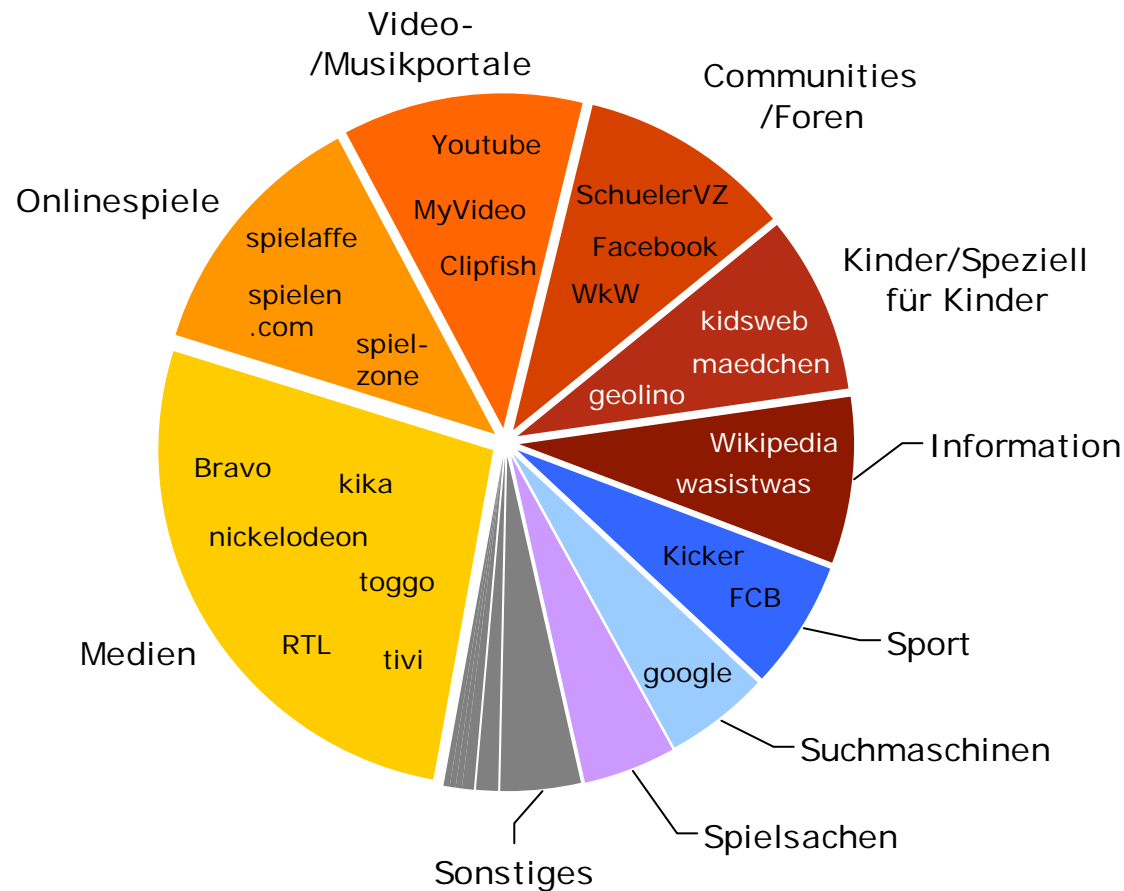
Zwischenfazit

Das Internet konkurriert bei den Jugendlichen um die Rolle des Leitmediums. Gründe hierfür sind:

- Die Schule empfiehlt die Internetnutzung zur Recherche und Bildung
- Jugendliche entdecken die Vielfalt des Netzes: Nicht mehr nur Spiele-Medium sondern medialen Allzweckwaffe, mit der sich alle Kommunikations-, Unterhaltungs- und Informationsaufgaben erledigen lassen.
- Das Internet spricht bei jeder Altersgruppe zentrale emotionale Grundbedürfnisse an:
 - Für **Grundschulkinder** ist das Internet wie ein Initiationsritual in das Jugendalter – das Internet ist cool!
 - Für die **"Einstiegsjugendlichen"** (etwa Klasse 5/6) ist das Internet das Werkzeug, um sich in der Jugendlichkeit zu orientieren und zu platzieren, d.h. auch, sich von kindlichen (Medien-) Welten abzugrenzen (Communities, die für Kleine noch tabu sind)
 - Für die **"Kernjugendlichen"** (ab Klasse 7/8) ist das Internet das Medium, um spezifische Interessen und eine Individualität zu entwickeln und zu kultivieren (jeder findet seine Nische)

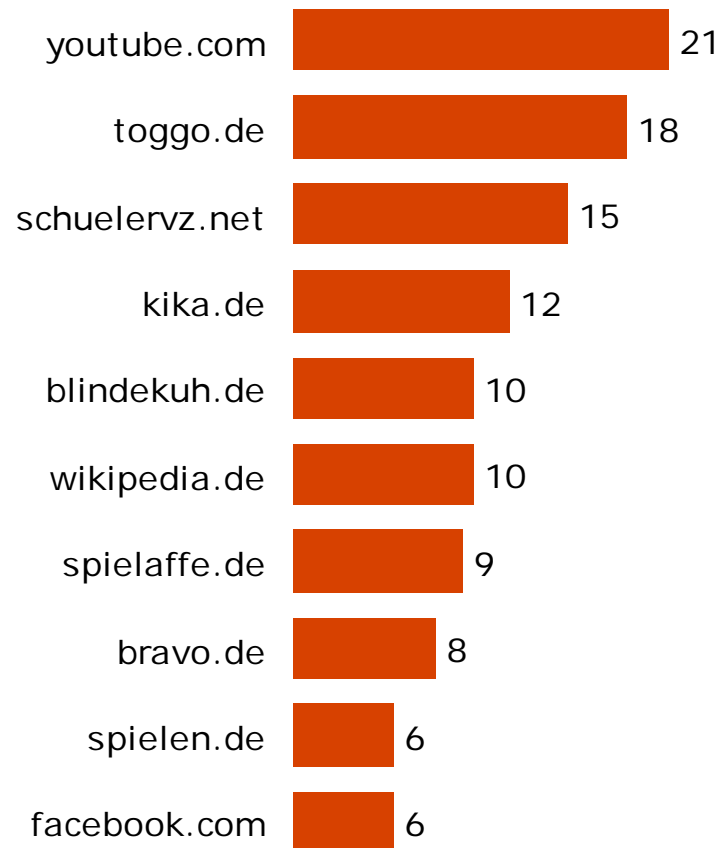
Mediensites, Gamingsites und Videoportale dominieren Lieblingswebsites von Kindern, 6-12 Jahre

„Welche Website ist deine Lieblingswebsite, also welche schaust du dir am häufigsten an?“ (ungestützt, 1.-3. Nennung, kategorisiert)



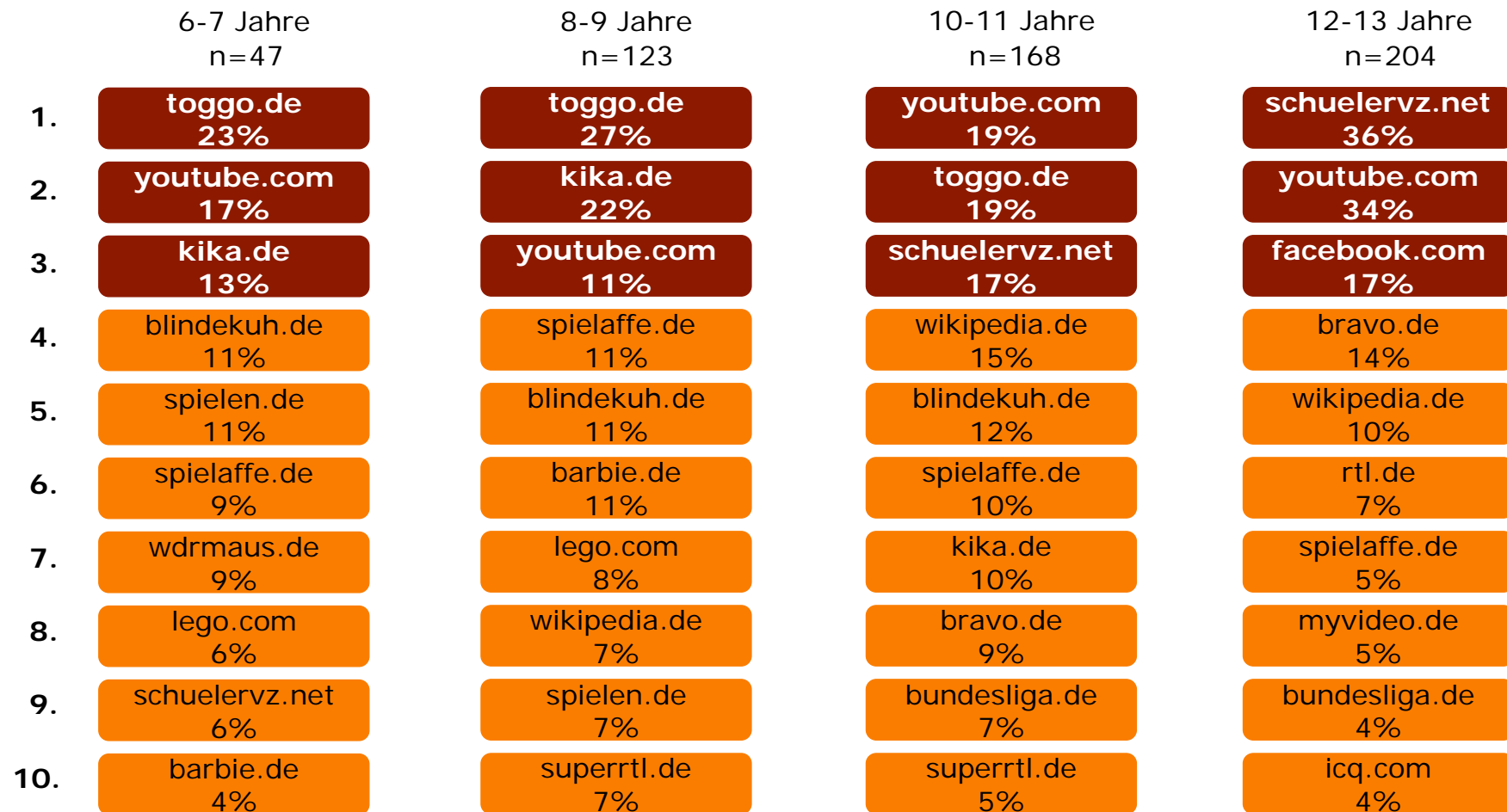
Erwachsenen- und Kinderangebote unter den Top 10 Lieblingswebsites von Kindern

„Welche Website ist deine Lieblingswebsite, also welche schaust du dir am häufigsten an?"; Ungestützt, 1.-3. Nennung, n=436 Kinder 6-12 Jahre, die das Internet nutzen.



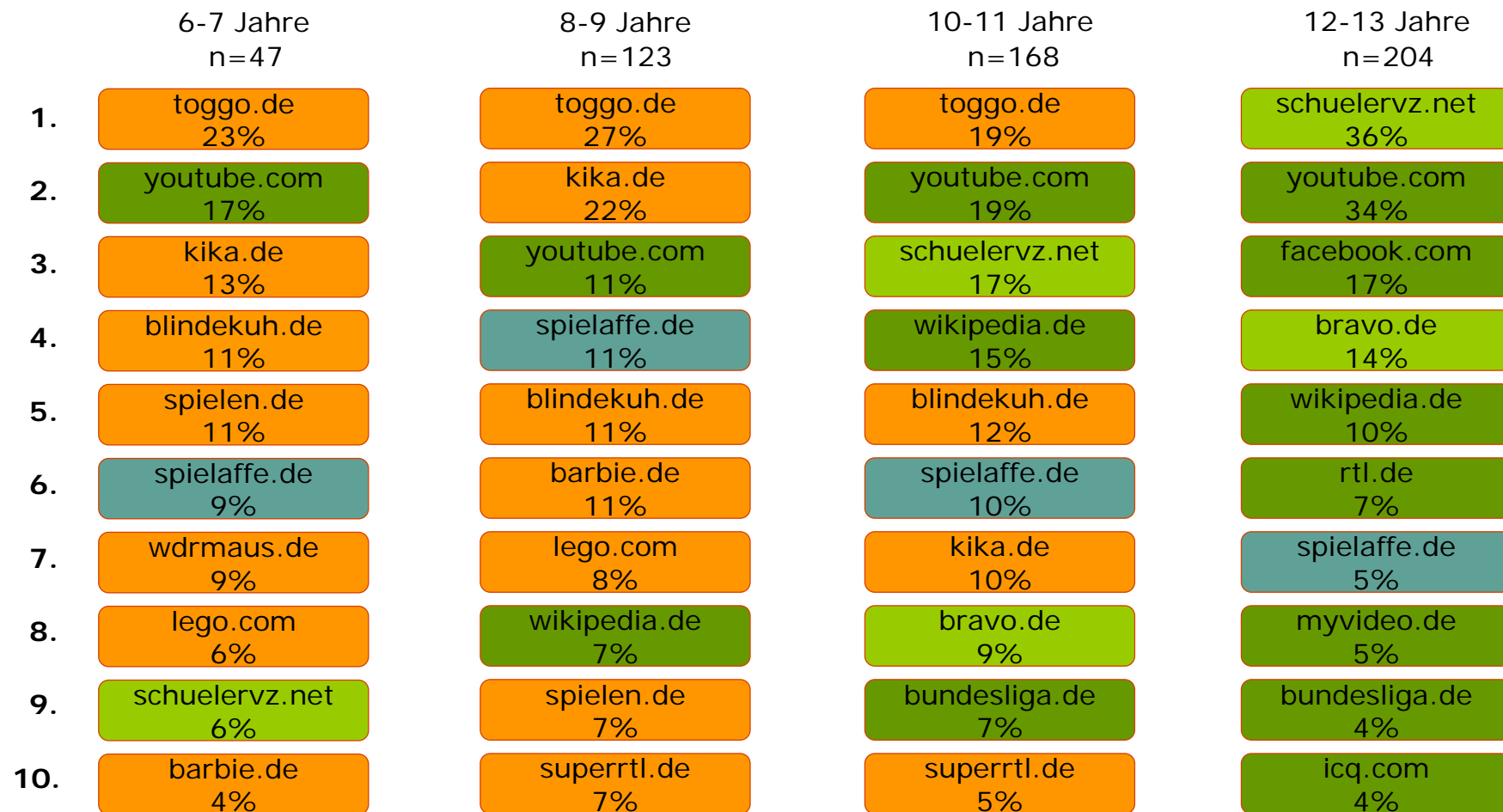
Youtube.com und SchuelerVZ ab 4. Klasse dominant

„Welche Website ist deine Lieblingswebsite, also welche schaust du dir am häufigsten an?"; Ungestützt, 1.-3. Nennung, n=542 Kinder 6-13 Jahre, die das Internet nutzen.



Ab 12 keine Kinderwebsites mehr unter den Lieblingsangeboten

„Welche Website ist deine Lieblingswebsite, also welche schaust du dir am häufigsten an?"; Ungestützt, 1.-3. Nennung, n=542 Kinder 6-13 Jahre, die das Internet nutzen.



Zwischenfazit

Quer durch die Altersgruppen zeigt sich eine sehr unterschiedliche Nutzungsfrequenz bei den Websites:

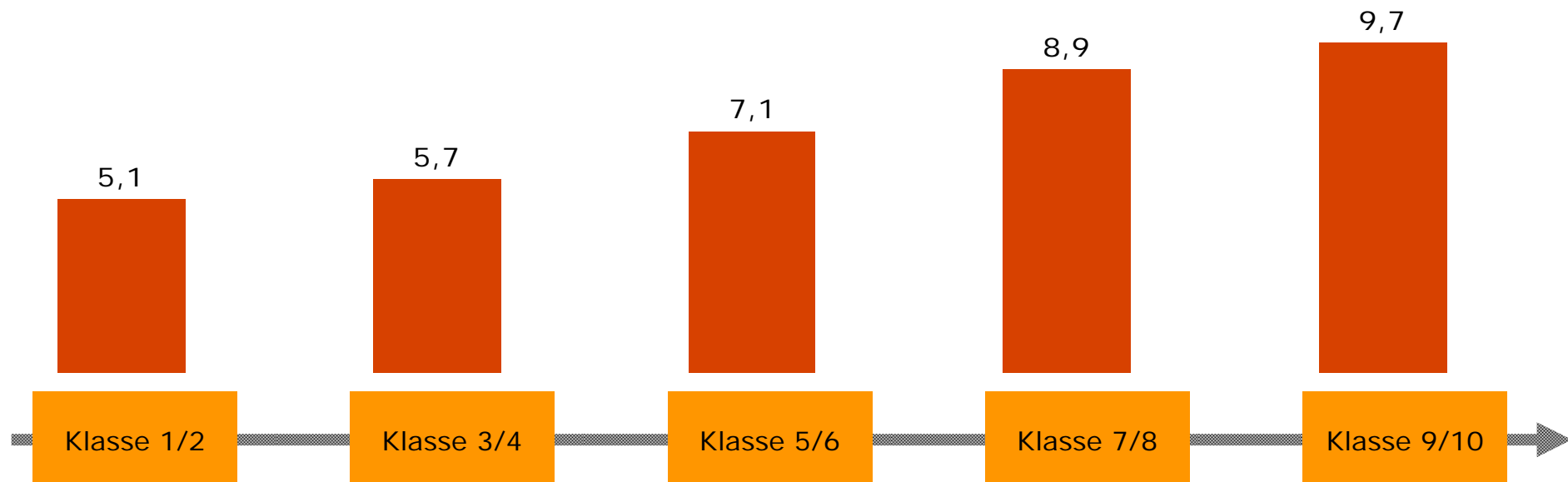
- Häufig genutzte Websites sind die, die einen **emotionalen Nutzen** haben (Primäres Relevant Set):
 - Kommunikation über Chats und Communities
 - Unterhaltung mit Spielen und Videos
- Weniger intensiv genutzt werden **rationalere Angebote**, z.B. informative Websites für die Schule, Markenwebsites, regionale Anbieter etc. (Sekundäres Relevant Set).
 - Hinter ihrer Nutzung steckt ein gezieltes Interesse, aber kein ständig relevanter Grundbedarf.

Das WWW wird von Schülern nur zu Bruchteilen genutzt – eher kleines Relevant Set

Quantitative Ergebnisse: „Auf welche Websites gehst du, wenn du ... willst?“

Übergreifende Auswertung über alle 7 untersuchten Genres (n=1.014 6- bis 16-Jährige / Mittelwerte)

Relevant Set (über alle Website-Genres)
7,8 Websites



➔ Das Relevant Set an Websites bei Schülern ist relativ klein.

Quelle: Studie „Internet und Relevant Set“, 2010 im Auftrag von eoa, IP Deutschland und SUPER RTL

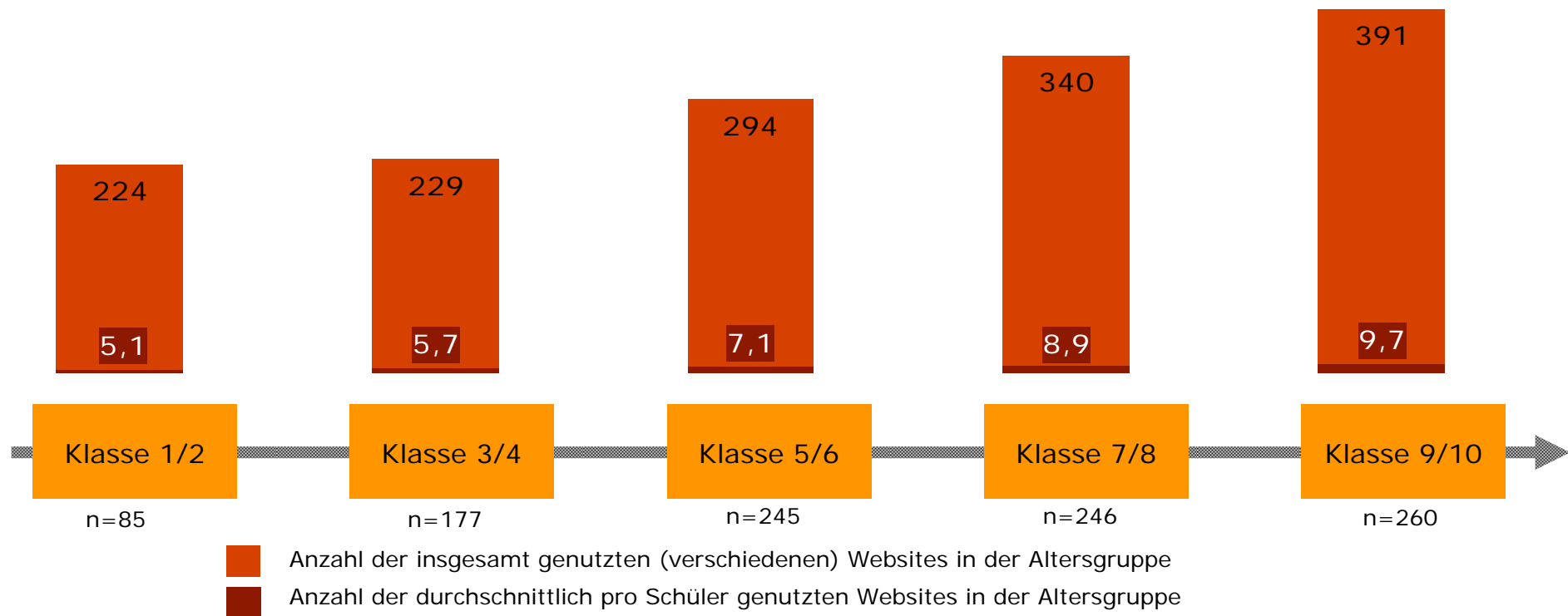
24 Basis: online-affine Kinder und Jugendliche Klasse 1 bis 10

Sehr viele genannte Websites – jeder nutzt "seine" Websites

Quantitative Ergebnisse: Auf welche Websites gehst du, wenn du ... willst?

Übergreifende Auswertung über alle 7 untersuchten Genres (n=1.014 6- bis 16-Jährige / Absolut-Werte)

Über alle 1.014 Schüler werden insgesamt 864 verschiedene Websites genutzt.
Jeder einzelne nutzt durchschnittlich aber nur 7,8 Websites.

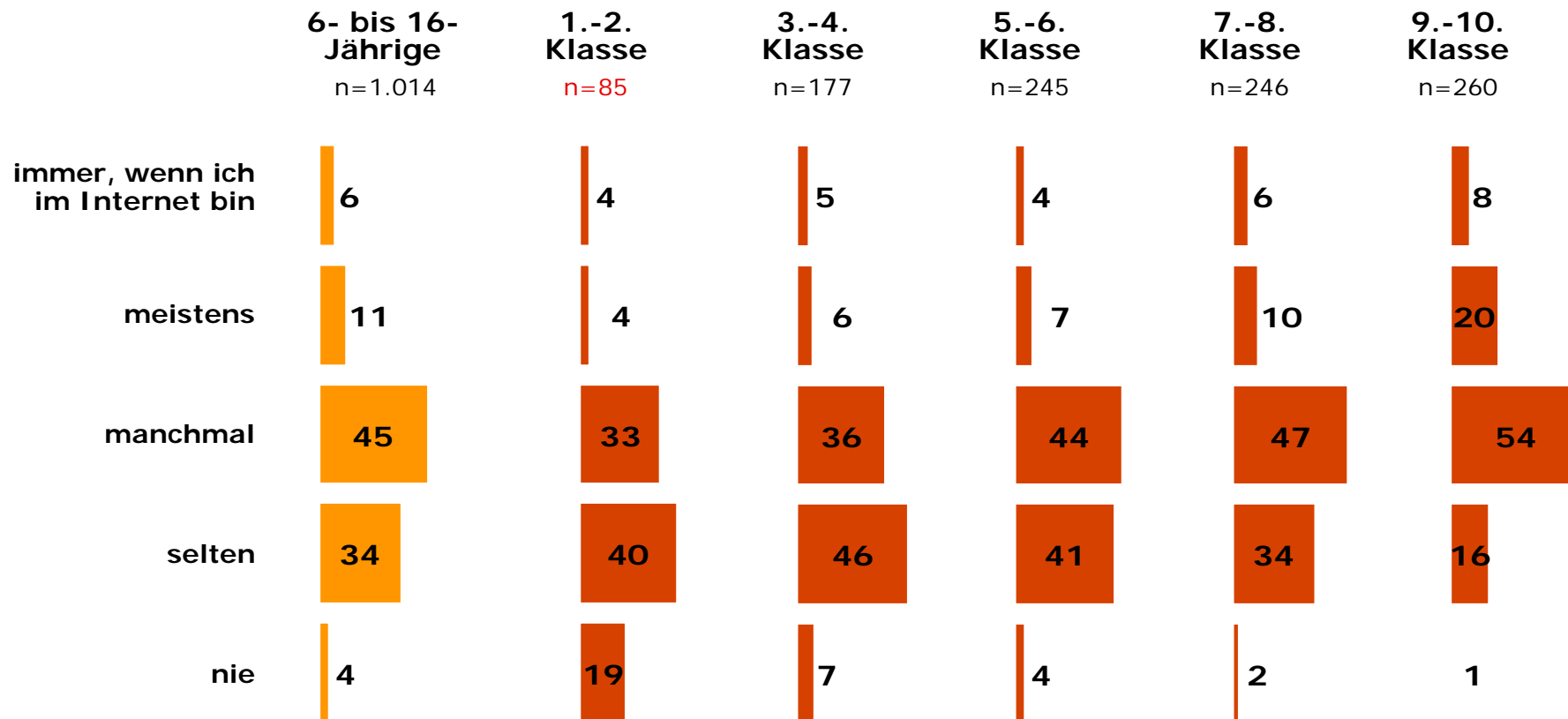


Quelle: Studie „Internet und Relevant Set“, 2010 im Auftrag von eoa, IP Deutschland und SUPER RTL

25 Basis: online-affine Kinder und Jugendliche Klasse 1 bis 10

Bekannte Seiten dominieren die kindliche Nutzung

Quantitative Ergebnisse - Frage: Wie oft gehst du auf neue Websites, die du zuvor noch nicht gekannt hast? (n=1.014 6- bis 16-Jährige / Angaben in %)



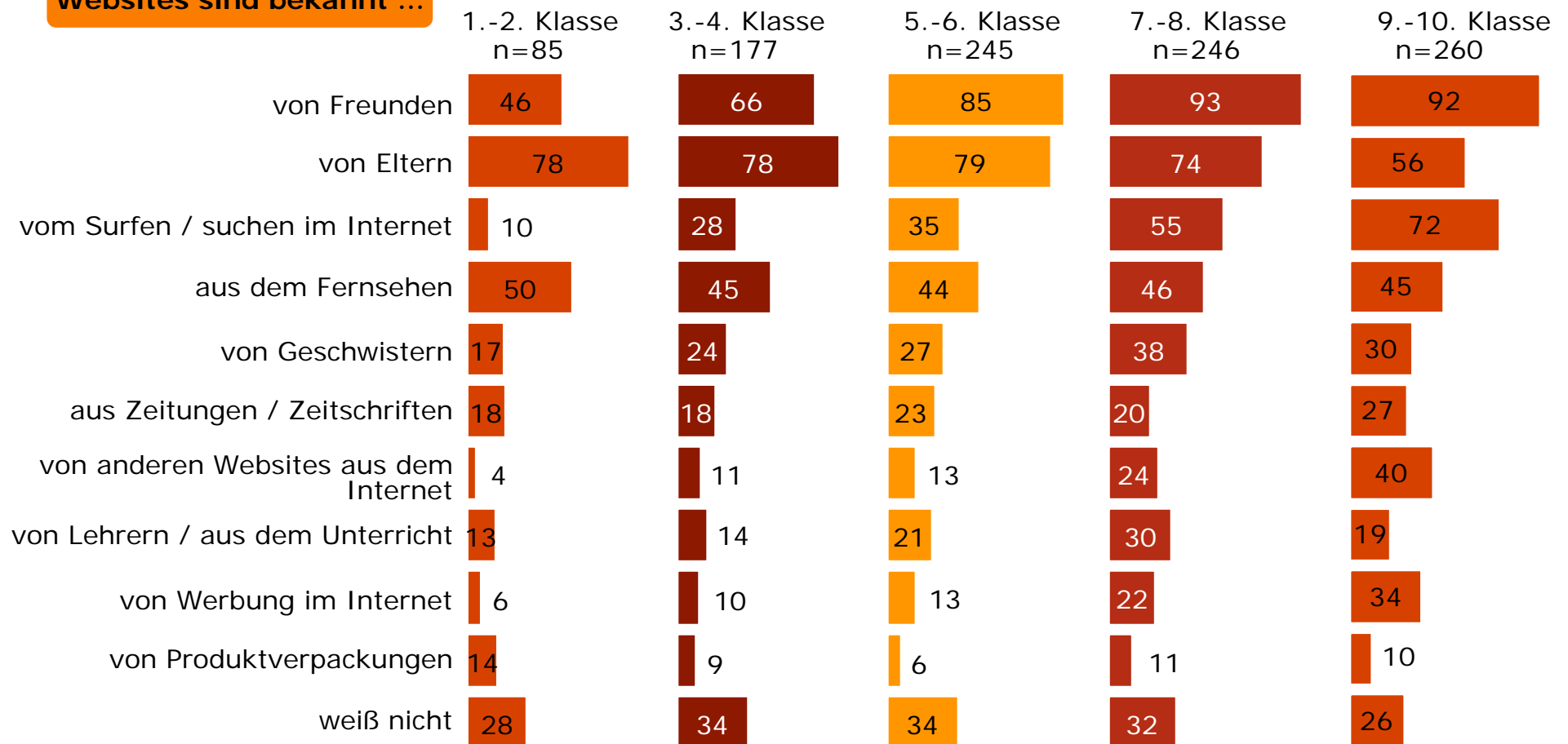
Zwischenfazit

- Das Internet ist für Kinder und Jugendliche kein unbegrenzter Supermarkt der Möglichkeiten, sondern eher eine **Ansammlung von spezialisierten "Fachgeschäften"**, die man gezielt besucht – das Internet ist die "Fußgängerzone" dazwischen.
- Dabei hat jeder seine **eigenen Präferenzen** und seine eigenen "Spezialgeschäfte".
- Kinder sind konservative Internet-Nutzer: Ihr Website-Portfolio ist extrem konstant. Hauptwebsites werden schon länger als 6 Monate genutzt. Nur 17% der Kinder und Jugendlichen gehen regelmäßig auf neue Websites.
- Unterschiedliche Nutzungsdauer je nach Kategorie:
 - Websites mit eher emotionalem Nutzen (Primäres Relevant Set) werden schon länger genutzt (Unterhaltung)
 - Websites mit eher rationalem Nutzen (Sekundäres Relevant Set) nutzt man meistens noch nicht so lange (Information).

Infos zu neuen Websites: über Eltern, Freunde und aus dem TV

Quantitative Ergebnisse: „Woher kennst du diese Websites eigentlich?“ (n=1.014 6- bis 16-Jährige / Angaben in % / Mehrfachantworten)

Websites sind bekannt ...

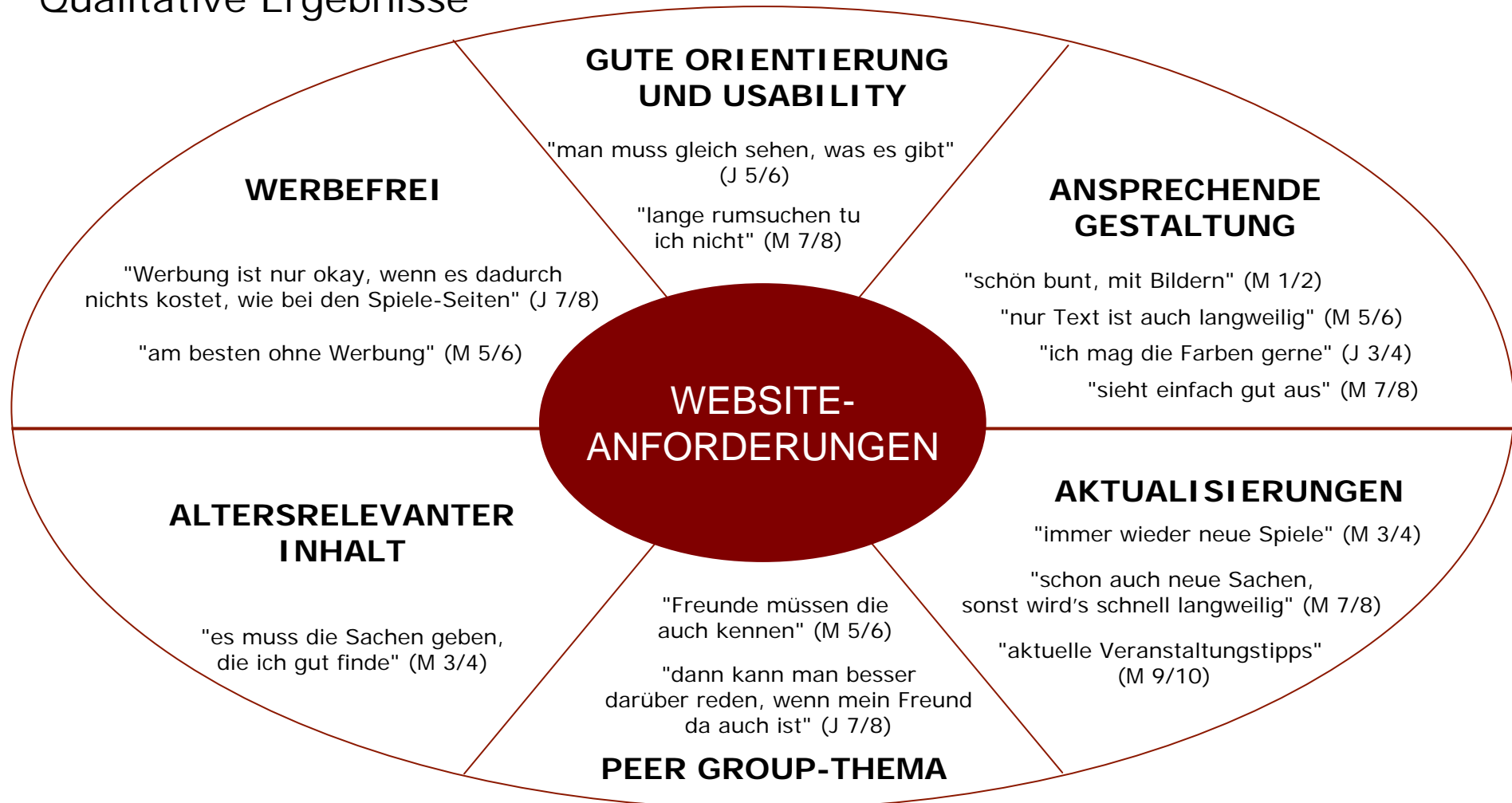


Zwischenfazit

- Kinder lernen neue Websites durch Familie, Freunde oder das Fernsehen kennen.
- Erst bei den Ältesten und auch bei den Eltern kann man auch über das Internet mit Online-Werbung, Links oder gutem Suchmaschinen-Marketing gefunden werden.
- Richtig groß wird eine Website dann, wenn sie den Sprung zum Schulhofthema schafft, also Gesprächsthema im sozialen Umfeld wird.

Was wird von interessanten Websites erwartet?

Qualitative Ergebnisse



Anforderungen an Website ändern sich je nach Alter

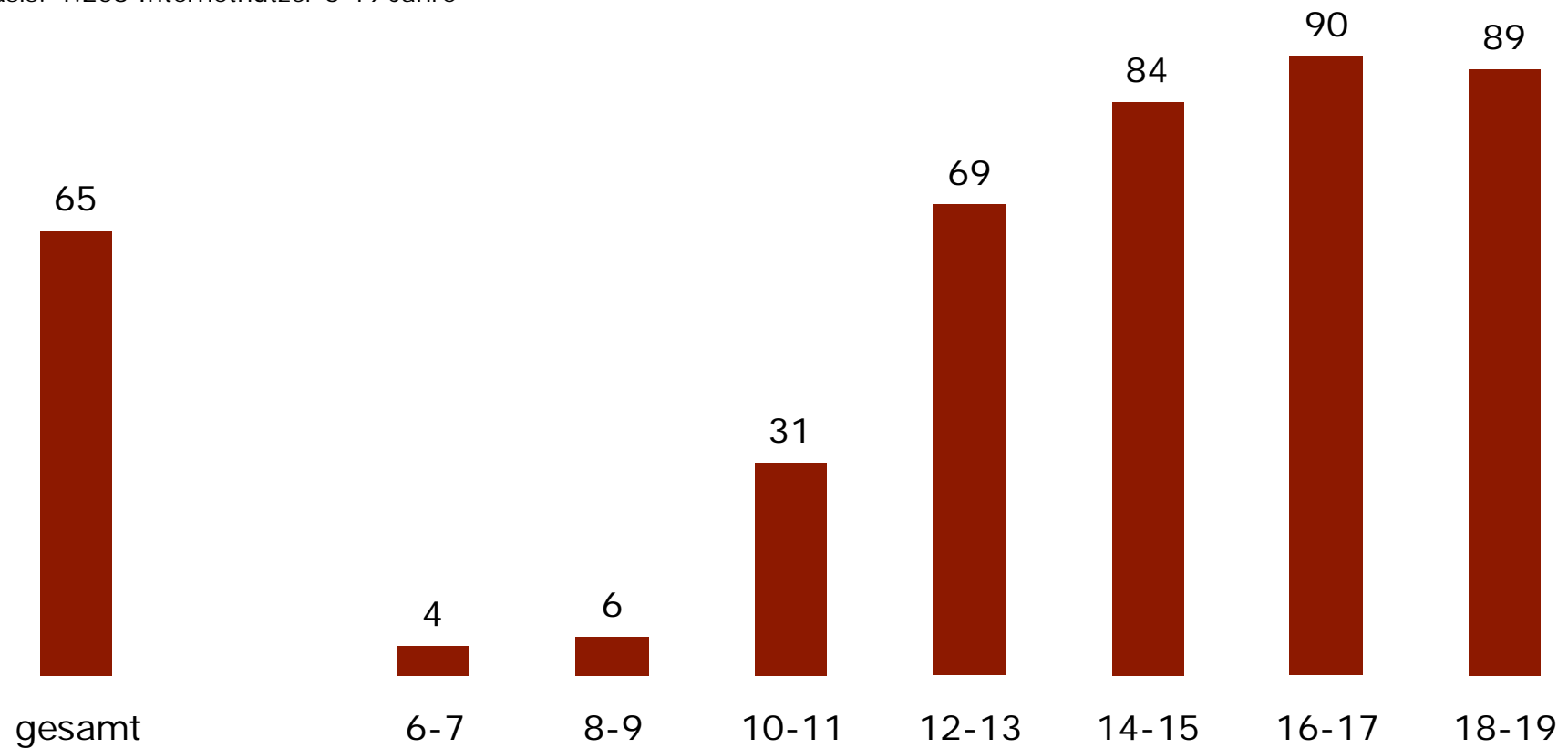
Man muss sich mit seinen Angeboten im Internet an die jeweilige Altersgruppe anpassen!

	Grundschulalter	Einstiegsjugendliche	Ältere Jugendliche
Inhaltlich: Funktionen und Features bieten, die die Zielgruppe will.	Spiele, lustige Videos	Kommunikation, Unterhaltung, Information zu <u>integrativen</u> Themen aus dem Mainstream (Musik, Mode, ...)	Kommunikation, Unterhaltung, Information zu <u>differenzierenden</u> Themen (Musik, Mode, ...)
Design: Signale aussenden , um die Zielgruppe emotional anzusprechen und einzufangen.	Einfach zugänglich, aber nicht zu kindisch gestaltet	Klare Abgrenzung von Kindlichem, aber nicht extrem jugendlich – nicht überfordern!	Ggf. spezifische, sogar polarisierende Gestaltung

Mitglied in einer Community

Kinder 6 bis 19 Jahre nach Altersstufen

„Bist du bei einer Internet-Community angemeldet?“, Angaben in %
Basis: 1.208 Internetnutzer 6-19 Jahre



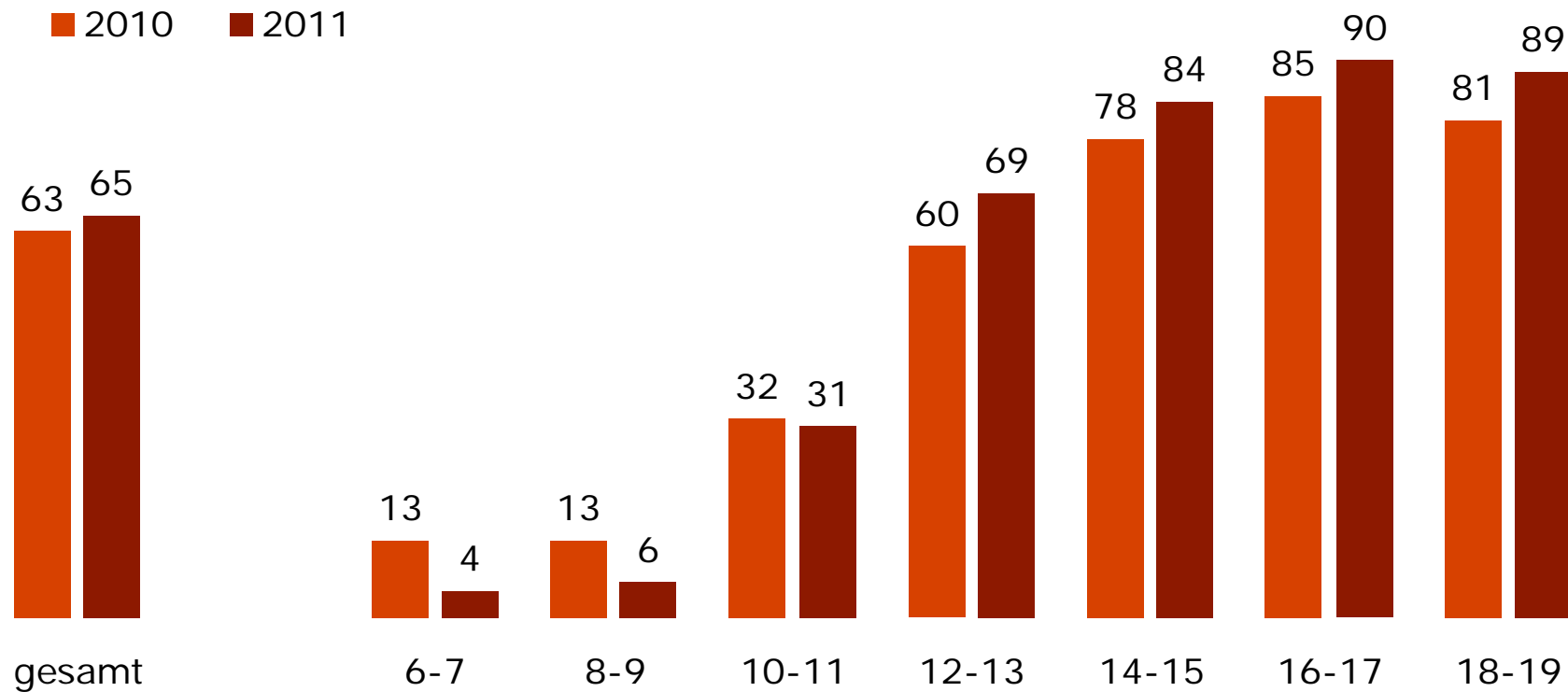
Basis: n = 1.502 Kinder / Jugendliche 6-19 Jahre

332 Quelle: Iconkids & Youth, Trend Tracking Kids®2011 / Medienforschung SUPER RTL

Mitglied in einer Community

Entwicklung 2010 vs. 2011

„Bist du bei einer Internet-Community angemeldet?“, Angaben in %
 Basis: 1.208 Internetnutzer 6-19 Jahre

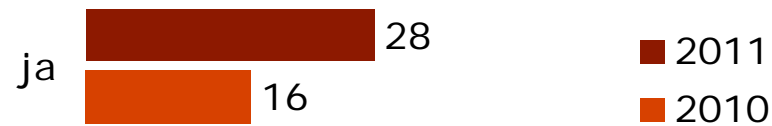


Basis: n = 1.502 Kinder und Jugendliche 6-19 Jahre

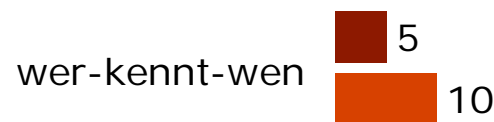
33 Quelle: Iconkids & Youth, Trend Tracking Kids® 2011 / Medienforschung SUPER RTL

Communities

„Bist du bei einer Internet-Community angemeldet?“, Angaben in %
 Basis: 436 Internetnutzer 6-12 Jahre



„Bei welchen Communities bist du angemeldet?“, 1.-3. Nennung, Angaben in %
 Basis: 121 Community-Nutzer 6-12 Jahre

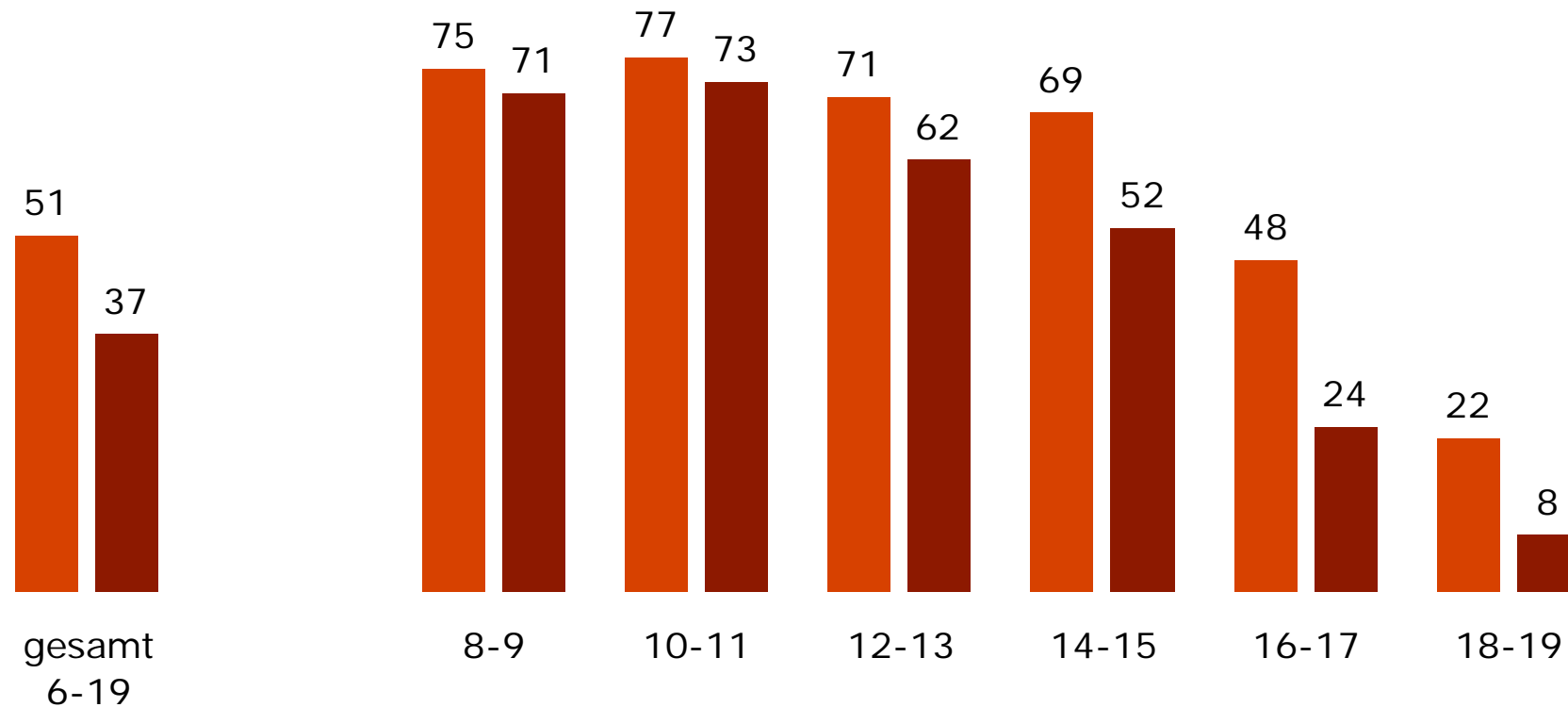


Mitglied bei Schüler VZ



„Bei welchen Communities bist du angemeldet?“, 1.-3. Nennung, Angaben in %
 Basis: Internetnutzer 6-19 Jahre

■ 2010 ■ 2011



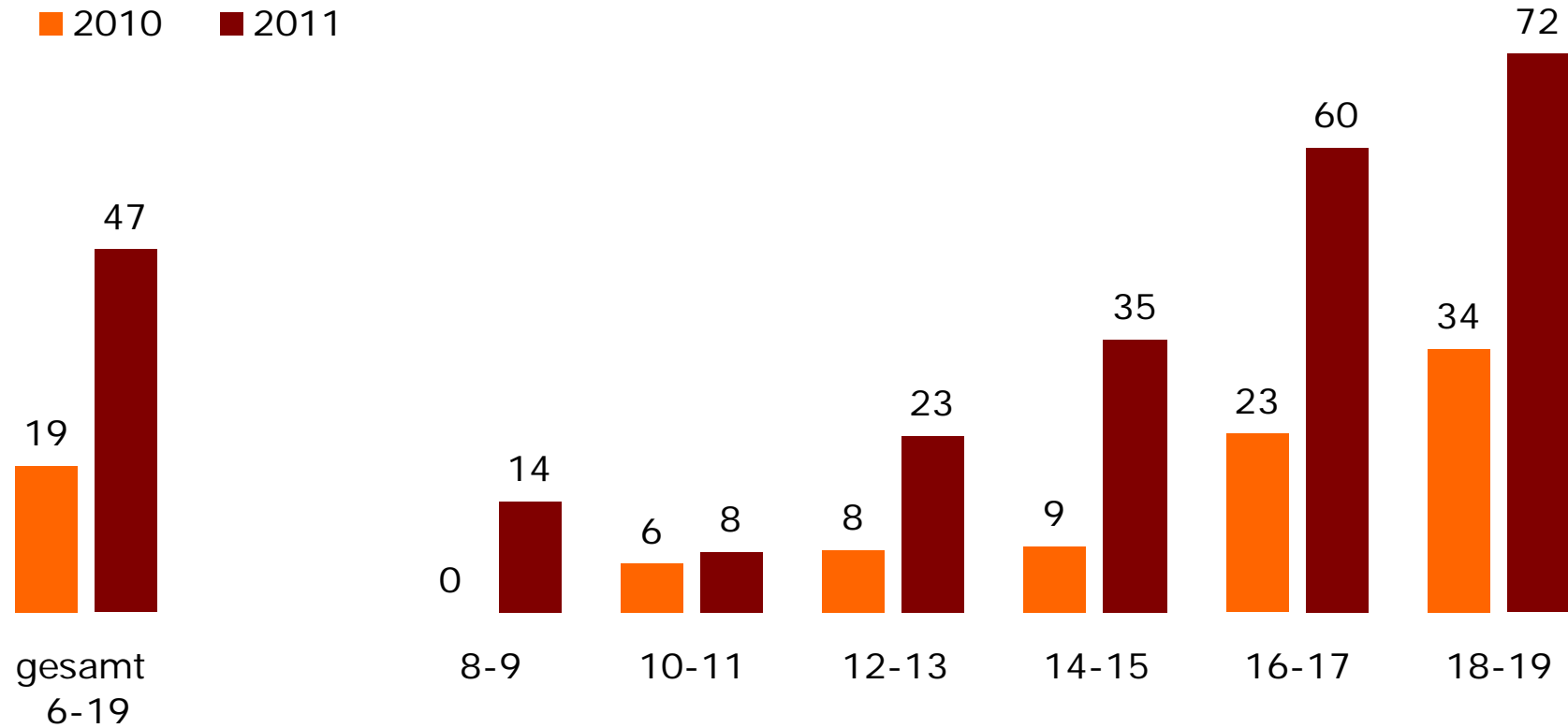
Basis: n = 1.502 Kinder und Jugendliche 6-19 Jahre

Quelle: Iconkids & Youth, Trend Tracking Kids® 2011 / Medienforschung SUPER RTL

Mitglied bei Facebook



„Bei welchen Communities bist du angemeldet?“, 1.-3. Nennung, Angaben in %
 Basis: Internetnutzer 6-19 Jahre



Basis: n = 1.502 Kinder und Jugendliche 6-19 Jahre
 Quelle: Iconkids & Youth, Trend Tracking Kids®2011 / Medienforschung SUPER RTL

Zwischenfazit

- Relevante Website-Inhalte sind **Spiele und Videos** bei Kindern, bei den Jugendlichen dann noch Kommunikations-Elemente.
- Eine Chance haben auch **Spezial-Seiten** mit klar umrissenen Themen. Diese Websites werden zwar nicht oft, aber dennoch immer wieder besucht.
- Nicht jede Website muss alles liefern, wichtig ist ein klarer Fokus (Was bringt mir die Website?). Inhalte müssen von guter Qualität und Usability sein.
- Bei zielgruppenrelevanten Inhalten wie Games wird man sich immer der stärkeren Konkurrenz der Spezial-Websites stellen müssen, sollte hier also realistische Erfolgserwartungen haben.

Zwischenfazit

- Aktualisierungen sind Pflicht – aber mit Augenmaß: Nicht alles muss ständig geändert werden.
- Beibehalten der Website-Struktur.
- Auf neue Inhalte **lautstark hinweisen** – sowohl auf der eigenen Startseite, als auch über die anderen zur Verfügung stehenden Kanäle (off- und online).
- Mit neuen **technischen Entwicklungen** mitziehen, keine wichtigen Trends "verschlafen"!
- Den Kindern aber weiterhin **das Bewährte liefern** – gute Inhalte dürfen ins Online-Archiv!

Fazit

- Das Web gewinnt bei Kindern weiter an **Relevanz im Alltag** und übernimmt mit steigendem Alter immer mehr Funktionen. Eltern spielen bei der Eroberung der digitalen Welt zunächst eine wichtige Rolle.
- **Spiele, Communities, Infos und Videos** sind die wichtigsten Online-Inhalte. Das Web 2.0 wird auch genutzt, aber eher passiv. Kinder sind selten aktive Blogger und Twitterer.
- Das **Website-Portfolio** der Kinder **ist relativ klein** und variiert stark zwischen den Usern. Pro Genre wird meistens nur eine Seite regelmäßig genutzt.
- Erfolgreiche Sites sind **Gesprächsthema in der Familie und auf dem Schulhof**. Kinder erfahren über Eltern, Freunde, und Geschwister von interessanten Angeboten.



Fazit

- Die **ideale Website** bietet **altersgerechte Inhalte, gute Usability, eine ansprechende Gestaltung** und regelmäßige **Aktualisierungen**. Zudem sollte sie als Gesprächsthema taugen und auch für die Freunde interessant sein.
- Websites mit **emotionalem Nutzen** – Spiele, Videos und Communities – werden besonders häufig aufgesucht. Aber auch Angebote mit rationalem Nutzen (z.B. Info-Seiten) spielen eine wichtige Rolle.
- Kinder und Jugendliche sind ihren **Websites lange treu** und experimentieren selten. Erst wenn sich ihre Bedürfnisse ändern, wird gewechselt.
- **Neue Angebote haben es schwer**. Am ehesten kann sich etablieren, wer ein komplett neues Genre schafft oder die starken Player qualitativ überbietet.
- Websites müssen nicht alles bieten um attraktiv zu sein. Auch **Spezial-Angebote** mit klar umrissenem Fokus haben eine Chance, regelmäßig genutzt zu werden.



Wie Kinder surfen – Ein Quiz

- **Was machen Kinder im Internet am häufigsten?**

a) Kinderwebsites nutzen b) Spiele spielen c) Videos schauen

- **Wie viel Prozent der Eltern von 6-13-Jährigen haben nach eigenen Angaben Regeln für die Internetnutzung ihrer Kinder festgelegt?**

96% der Eltern geben an (lt. Kids VA), die Internetnutzung inhaltlich, zeitlich, mechanisch oder durch eigene Anwesenheit zu beschränken.

- **Stimmt's? Die meisten Grundschüler haben mittlerweile Internet im eigenen Zimmer.**

Trifft nicht zu: Internet hat man erst ab ca. 7. Klasse im eigenen Zimmer.

- **Wie viel Prozent der 6- bis 12-Jährigen Internetnutzer sind in einer Community angemeldet?**

a) 19,5% b) 27,8% c) 40,6%

- **Wie erfahren Grundschüler meistens von neuen Websites?**

a) über das Fernsehen b) über Suchmaschinen c) über Freunde d) über die Eltern

Vielen Dank.