

# Aufwachsen mit digitalen Medien

---

Monitoring aktueller Entwicklungen in den  
Bereichen Medienerziehung und Jugendschutz

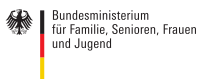
## Impressum

### **Aufwachsen mit digitalen Medien**

Monitoring aktueller Entwicklungen in den Bereichen  
Medienerziehung und Jugendschutz

Erstellt und herausgegeben vom  
Hans-Bredow-Institut für Medienforschung  
Rothenbaumchaussee 36  
20148 Hamburg  
Tel.: (+49 40) 450 217-0  
Fax: (+49 40) 450 217-77  
E-Mail: [info@hans-bredow-institut.de](mailto:info@hans-bredow-institut.de)  
Internet: [www.hans-bredow-institut.de](http://www.hans-bredow-institut.de)

Gefördert vom:



### **REDAKTION:**

Stephan Dreyer, Uwe Hasebrink, Christopher Hohage,  
Claudia Lampert, Joana Kühn, Marcel Rechlitz,  
Wolfgang Schulz  
Gastautorin: Anne Schulze  
1. Ausgabe, Stand: 2. Mai 2014

Satz: Christiane Matzen

Erscheinungsweise: halbjährlich

## Inhaltsverzeichnis

Zum Bericht:	
<b>Aufwachsen mit digitalen Medien</b>	5
Monitoring aktueller Entwicklungen in den Bereichen Medienerziehung und Jugendschutz	
<hr/>	
<b>1 Systematisierung der Problemlagen bei der Mediennutzung Minderjähriger: Herausforderungen für den Jugendmedienschutz</b>	7
<hr/>	
<b>2 Facebook und WhatsApp: Aktuelle Nutzungsentwicklungen und Bewertung der Übernahme aus Jugendschutzsicht</b>	11
<hr/>	
<b>3 Aktuelle Befunde aus der Nutzungsforschung</b>	17
3.1 DIVSI U25-Studie	17
3.2 Wie Heranwachsende einem ausgewählten Thema nachgehen – Aus dem Medienkonvergenz Monitoring	18
3.3 15 Jahre JIM-Studie	19
3.4 Mit Kindern unterwegs im Internet. Beobachtungen zum Surfverhalten – Herausforderungen für die Medienaufsicht	20
3.5 Rezeptionsanalyse zu Internetwerbung und Kindern	21
3.6 Prävalenz der Internetabhängigkeit – Diagnostik und Risikoprofile	22
3.7 Nutzung von „Erwachsenen“-Angeboten durch britische Minderjährige	22
3.8 Net Children Go Mobile – Erste Ergebnisse	24
3.9 Zero to eight 1: Zur Internetnutzung jüngerer Kinder in Europa	24
3.10 Zero to eight 2: Mediennutzung jüngerer Kinder in den USA	25
3.11 UNICEF: A Global Agenda for Children’s Rights in the Digital Age	26
<hr/>	
<b>4 Aktuelle Befunde aus der Medienerziehungsforschung</b>	27
4.1 Medienintegration in der Grundschule in Nordrhein-Westfalen	27
4.2 Zwischen Anspruch und Alltagsbewältigung: Medienerziehung in der Familie	28
4.3 UK: Ofcom-Bericht zum Einsatz von Jugendschutz-Software	28
<hr/>	
<b>5 Aktuelle regulatorische Entwicklungen im Jugendschutz</b>	30
5.1 EU: CEO Coalition veröffentlicht Jahresberichte über Unternehmensaktivitäten im Jugendschutz	30
5.2 UK: BBFC erwägt Möglichkeiten der Altersklassifizierung von Musikvideos	32

5.3	USA: COPPA 2.0 am 1. Juli 2013 mit restriktiven Vorgaben für den Kinderdatenschutz in Kraft getreten	32
5.4	USA: Kalifornien führt Straftatbestand für Rache pornos ein	33
5.5	Australien: Erste Erfahrungen mit neuer „R18+“-Kennzeichnung bei Games	34

---

<b>6</b>	<b>Sonstige Entwicklungen</b>	36
6.1	Wiedereinführung öffentlicher Einträge für Jugendliche auf Facebook	36
6.2	Medienberichte über falsche Blacklistings bei britischen Zugangsprovidern	36
6.3	Wirbel um Enthauptungsvideos auf Facebook	37

Zum Bericht:

# Aufwachsen mit digitalen Medien

Monitoring aktueller Entwicklungen in den Bereichen  
Medienerziehung und Jugendschutz

---

Die für Kinder und Jugendliche verfügbaren Medien- und Kommunikationsdienste unterliegen einem steten, teils recht dynamischen Wandel, aus dem sich laufend neue Herausforderungen für die Medienerziehung und den Jugendmedienschutz ergeben. Verschiedene akademische und nicht-akademische Einrichtungen befassen sich in wissenschaftlichen Untersuchungen mit diesen Herausforderungen und der Art und Weise, wie Kinder und Jugendliche sowie ihr soziales Umfeld diese bewältigen. Sowohl die Neuerungen auf der Angebotsseite als auch die wissenschaftlichen Befunde zur Nutzung sind allerdings vielfältig und werden an so unterschiedlichen Stellen veröffentlicht, dass es schwer fällt, sich einen Überblick zu verschaffen, die Einzelbefunde einzuordnen, neue Entwicklungen frühzeitig abzusehen und vor diesem Hintergrund politischen Handlungsbedarf zu identifizieren. Diese Orientierungsfunktion sollen die Monitoring-Berichte übernehmen, die das Hans-Bredow-Institut in den nächsten zwei Jahren im Auftrag des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) erstellen wird.

*Neuerungen auf der Angebotsseite wie wissenschaftliche Befunde zur Nutzung sind vielfältig und werden an so unterschiedlichen Stellen veröffentlicht, dass es schwer fällt, sich einen Überblick zu verschaffen.*

Basis für die Berichterstellung ist die kontinuierliche Beobachtung der einschlägigen Forschung zu aktuellen Entwicklungen im Bereich der Medienangebote, die sich an Kinder und Jugendliche richten bzw. von diesen genutzt werden, der Nutzung dieser Angebote sowie der mit dieser Nutzung verbundenen Chancen und Risiken.

Im Fokus stehen relevante neue Studien aus dem In- und Ausland, aktuelle politische Debatten und Regulierungsansätze auf EU-Ebene, in den Mitgliedstaaten, sowie in ausgewählten Ländern außerhalb der EU. >

Um eine thematische Einordnung und Priorisierung der breit aufgestellten Quellensichtung vornehmen zu können, folgt die Redaktion einer Systematisierung von Problemlagen im Jugendmedienschutz, die das Hans-Bredow-Institut in einer Studie für das Schweizerische Bundesamt für Sozialversicherungen entwickelt hat – diese Risikosystematisierung wird in dieser Ausgabe daher in einem Leitartikel vorgestellt. Als Textsorten enthalten die Monitoring-Berichte jeweils ein bis zwei analysierende Leitartikel, in denen eine bestimmte Entwicklung vertiefend

dargestellt und eingeordnet wird, Kurzberichte über aktuelle Studien und relevante Neuigkeiten bei Angeboten und Regulierungsansätzen sowie Hinweise auf weitere für die Thematik relevante Quellen und Entwicklungen. Die Berichte sind grob nach den Kategorien Nutzungsforschung, Medienerziehungsforschung und regulatorische Entwicklungen strukturiert. ◆

Hamburg, am 2. Mai 2014  
Uwe Hasebrink



## Systematisierung der Problemlagen bei der Mediennutzung Minderjähriger: Herausforderungen für den Jugendmedienschutz

*Das Zusammenwachsen von ehemals strikt voneinander getrennten Informations- und Kommunikationstechnologien, die technische Konvergenz, hat zu einer grundlegend veränderten Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen geführt. Die besonders für Heranwachsende reizvollen digitalen Welten bieten nicht nur kreative und soziale Entfaltungsräume, sondern führen auch zu neuen Gefährdungspotentialen. Dies stellt den traditionellen gesetzlichen Jugendmedienschutz vor teils fundamentale Herausforderungen. In einer Studie für das Schweizerische Bundesamt für Sozialversicherungen (BSV) hat das Hans-Bredow-Institut 2013 eine Systematik der aktuellen Problemfelder erarbeitet und die sich daraus ergebenden Steuerungsherausforderungen diskutiert.*

### Veränderter Medienalltag

Dem Jugendmedienschutz steht aufgrund der technischen Entwicklungen der letzten 20 Jahre eine grundlegende Neuausrichtung bevor. Grenzen zwischen Übertragungswegen, Endgeräten und Mediengattungen verschwimmen zunehmend. Schutzmaßnahmen, die an konkrete technische Übertragungswege und Geräte geknüpft sind, laufen im Hinblick auf die angestrebte Schutzfunktion ins Leere. Außerdem berücksichtigen die bestehenden Regelungen die mittlerweile erheblich veränderten Mediennutzungsmuster nicht hinreichend. Kindern und Jugendlichen stehen heute mehr technische Geräte zur Verfügung, diese bieten Zugang zu mehr Diensten und führen zu einer längeren Nutzungsdauer. Gleichzeitig verschiebt sich das Verhältnis von rezipierenden Formen der Mediennutzung („lean back“) hin zu interaktiven und partizipativen Nutzungsformen („lean forward“). Das mobile Internet verstärkt diese Entwicklung nochmals, denn die Mediennutzung wird dadurch autonomer – hinsichtlich der zeitlichen und räumlichen Bedingungen, aber auch hinsichtlich der potenziell schwindenden elterlichen Einflussnahme und sozialen Kontrolle.

### Systematisierung jugendmedienschutzrelevanter Risikodimensionen

Um die Problemlagen zu identifizieren, die sich aus diesen veränderten Nutzungsbedingungen ergeben, wurde in der Studie des Hans-Bredow-Instituts eine Systematik möglicher Gefährdungen entwickelt (siehe Tabelle). Diese unterscheidet vier verschiedene, teils neue Nutzerrollen:

- › Rezipienten vorgefertigter Medienangebote, die durch ungeeignete Inhalte oder Darstellungsformen verstört oder belastet werden können,
- › Marktteilnehmer und Vertragspartner von Medienanbietern, die mit kommerziellen Angeboten in Kontakt kommen und etwa durch intransparente Nutzungsbedingungen oder Abfallen in die Irre geführt werden,
- › Teilnehmer an individuellen Kommunikationsprozessen, im Zuge derer sie durch Kommunikationspartner mit belastenden Inhalten in Kontakt kommen, bedrängt oder beleidigt werden,
- › selbst Akteure in individuellen Kommunikationsprozessen, die ihrerseits ungeeignete Inhalte produzieren, verbreiten oder auch andere Kommunikationsteilnehmer bedrängen oder beleidigen können. >

Tabelle: Systematik möglicher Problemlagen für Kinder und Jugendliche

Art der Problemlage		Anbieterbezogene Problemlagen		Kommunikationsbezogene Problemlagen		
		Standardisierte Inhalte	Individualisierte Anbieterkontakte	Individualisierte Kontakte mit Anderen	Handlungen des Kindes	
Rolle des Kindes		<i>Kind als Rezipient</i>	<i>Kind als Marktteilnehmer</i>	<i>Kind als Kommunikationsteilnehmer</i>	<i>Kind als Akteur</i>	
Risikodimension	Wertebezogene Risiken	<b>Gewalt</b>	Gewalthaltige, bedrohliche, hasserfüllte Inhalte	Druckausübung (z.B. Inkasso), Bedrohung mit vertraglichen Sanktionen	Belästigung, Schikane, Einschüchterung durch Andere, Cyberbullying (Opfer)	Belästigung oder Einschüchterung Anderer, Cyberbullying (Täter)
		<b>Sexualität</b>	Pornografische oder unerwünschte sexuelle Inhalte	Erotik-Spam	Anzügliche Botschaften von Anderen, Kontakte mit Pädophilen	Sexuelle Belästigung Anderer, Erstellung und Veröffentlichung pornographischer Materials
		<b>Sonstige</b>	Rassismus, verzerrte oder irreführende Informationen und Ratschläge (z.B. zu Drogen, Anorexie, Selbstschädigungen)	Wertebezogene Konsumenten- bzw. Vertragspartnerappelle	Anstiftung durch Andere zu Selbstschädigungen oder sozialem bzw. kriminellen Fehlverhalten	Veröffentlichung problematischer Inhalte z. B. zu Suizid oder Anorexie, Aufforderung zu Nachahmung
	<b>Kommerzielle Risiken</b>	Werbung, Sponsoring, Schleichwerbung, Spam	Micro-Payments, In-App-Käufe, Gewinnspiele, Abofallen, Betrug, Irreführung	Gruppendruck, Reziproker Druck (Social Games)	Illegale Uploads, schädliche Downloads, Hacking, Glücksspiel	
	<b>Exzessive Nutzung</b>	Dramaturgische Gestaltungsmittel, die exzessive Nutzung fördern	Flatrates, Bonuspunkte und Rabatte	Gruppendruck, Wettbewerb	Selbst gesetzter Leistungsdruck, Vernachlässigung alternativer Aktivitäten	
	<b>Personenbezogene Daten</b>	/.	Intransparenz bzgl. der Verwendung oder Weitergabe eigener Daten	Ausspionieren und Sammeln persönlicher Daten durch Kommunikationspartner	Problematische Formen der Selbstdarstellung (Drogen, politische Einstellung, sexuelle Orientierung)	

In jeder der derzeitigen Nutzerrollen sind Kinder und Jugendliche unterschiedlichen Risikodimensionen ausgesetzt (siehe Zeilen in Tabelle). Diese reichen von verschiedenen (kulturkreis-spezifischen) wertebezogenen Risikodimensionen (z. B. Gewalt, Sexualität und sozialetische Desorientierung) bis hin zu (kulturkreisübergreifenden) wertneutralen Risikodimensionen. Neben bekannten kommerziellen Problemlagen (kindliche Werberezeption) ergeben sich kommerzielle Gefahren aus der neuen Rolle Minderjähriger als Vertragspartei oder als Anbieter etwa urheberrechtlich angreifbarer Inhalte. Durch die

allzeit verfügbaren Medien steigt zudem das Risiko einer exzessiven Mediennutzung durch Kinder und Jugendliche. Betroffene weisen insofern suchtähnliche Merkmale auf, als sie alternative Aktivitäten, Verpflichtungen und Sozialkontakte vernachlässigen. Ein weiteres Problemfeld ist die Gewährleistung oder Aufrechterhaltung der digitalen Privatheit bzw. informationellen Selbstbestimmung. Der Gebrauch neuer Kommunikationsdienste generiert massenhaft personenbezogene Nutzungsdaten, woraus sich zunehmend eine jugendschutzrelevante Risikodimension entwickelt (siehe unterste Zeile der Tabelle). >



## Konsequenzen für den regulatorischen Jugendmedienschutz

Die Studie diskutiert im nächsten Schritt, wie für jede der oben identifizierten Problemlagen – jedenfalls theoretisch – Steuerungsprogramme zur Sicherung der Ziele des Jugendmedienschutzes entwickelt werden können. Dies führt zu den folgenden Herausforderungen an einen dem Medienwandel angepassten Regulierungsrahmen.

werden.

- › Durch die Veränderungen drängen alternative Aufsichtsstrukturen und Vollzugsmaßnahmen in den Vordergrund. Das klassische Steuerungssubjekt – der Staat – wird sich für neue Formen der gemeinsamen Übernahme von Gewährleistungsverantwortung, z. B. institutionalisierte Selbst- und Ko-Regulierung, öffnen müssen, wenn nicht bereits geschehen.
- › Letztendlich ist im Hinblick auf die Steuer-

## *Jugendmedienschutz muss um gerätefunktions-, konsumenten- und kommunikationsbezogene Schutzziele erweitert werden*

- › Der Steuerungsbedarf, die Problemlagen, auf welche regulatorisch reagiert werden sollen, muss teilweise neu ausgehandelt werden. Modernes Jugendschutzrecht muss dabei einen Mittelweg zwischen einer der Dynamik geschuldeten Offenheit seiner Anwendung und der erforderlichen Rechtssicherheit für die Anbieter finden.
- › Die Steuerungsobjekte, die Regelungsadressaten, sind in Anzahl und Ausgestaltungsform explodiert. Der Gesetzgeber findet hier kein abgrenzbares Akteursnetzwerk mehr vor, sondern eine Gemengelage an heterogenen Stakeholdern, die sich in ihren Strategien, Geschäftsmodellen, Agenden und in ihrem freiwilligen Engagement im Jugendmedienschutz voneinander abgrenzen. Erschwerend kommt hinzu, dass das Steuerungsobjekt strukturell um jede Privatperson, also auch um Kinder, als Adressaten erweitert werden muss.
- › Im Hinblick auf das Steuerungsziel – traditionell die Vermeidung medieninhaltsbezogener Entwicklungsrisiken – ergibt sich die Notwendigkeit des Umdenkens. Jugendmedienschutz muss um gerätefunktions-, konsumenten- und kommunikationsbezogene Schutzziele erweitert werden. Auch kindgerechte Regelungen der informationellen Selbstbestimmung müssen in zukünftige Überlegungen einbezogen

rungswirkung davon auszugehen, dass globalisierte Medienmärkte naturgemäß wenig Rücksicht auf nationalstaatliche Vorgaben nehmen. Moderner Jugendschutz steht hier vor der Herausforderung, diesen Wirkungsverlust zu akzeptieren und durch verstärkte Formen von grenzüberschreitender Kooperation und Koordination auszugleichen.

## Mehrdimensionalität moderner Steuerung im Jugendmedienschutz

Die Studie zeigt, dass medienbezogene Risiken sich analog zur steigenden technischen Konvergenz ausdifferenzieren und vermehren. Ein moderner Jugendschutz muss sich danach einiger grundlegender und wichtiger Phänomene bewusst werden und daraus entsprechend ausdifferenzierte Steuerungsansätze entwickeln:

- › Ein ausschließlich auf die Rezeption vorproduzierter Inhalte ausgerichtetes Schutzkonzept, welches Schutzmaßnahmen linear anhand risikoübergreifender Altersgrenzen abstuft, reicht nicht (mehr) aus.
- › Aufgrund der Konvergenz der Endgeräte und Medieninhalte erscheinen dienste- oder endgerätespezifische Regulierungsansätze überholt. Es muss in erster Linie darum

gehen, Kinder und Jugendliche vor (unge-  
wollten) Kontakten mit beeinträchtigenden  
Kommunikaten von Massen- und Individual-  
kommunikation zu schützen.

Akteurskonstellationen und eine hohe Angebots-  
und Nutzungsdynamik zu reagieren. Zudem muss  
eine stetige Rückkopplung an gesellschaftlich  
ausgehandelte Jugendschutzziele erfolgen. Mo-

*Ein ausschließlich auf die Rezeption vorproduzierter Inhalte  
ausgerichtetes Schutzkonzept, welches Schutzmaßnahmen  
linear anhand risikoübergreifender Altersgrenzen abstuft,  
reicht nicht (mehr) aus.*

- › Durch die zunehmende Ausstattung der Kin-  
der und Jugendlichen mit eigenen internetfä-  
higen, mobilen Endgeräten steigt die autonome  
Mediennutzung. Technische Hilfsmittel  
gewinnen daher für Eltern an Bedeutung. Hilf-  
reich können dabei Alterskennzeichen als ma-  
schinenlesbare Informationen in IT-Systemen  
sein.
- › Medienkommunikation in digitalen Medien-  
umgebungen ist zu einem guten Teil grenz-  
überschreitend ausgerichtet; daraus ergibt sich  
die Notwendigkeit internationaler Zusammen-  
arbeit auch im Jugendmedienschutz.

Als Ergebnis der Studie kann festgehalten werden,  
dass moderne Jugendmedienschutzregulierung  
sich als ein vielfältiges Steuerungsinstrument in  
einer komplexen Governancessstruktur begreifen  
muss. Daraus ergibt sich die Notwendigkeit, den  
Regulierungsansatz netzwerkgerecht zu gestalten.  
Dieser muss in der Lage sein, flexibel auf neue

des Jugendrecht muss den Spagat schaf-  
fen, neben netzwerkgerechten Schutzinstrumen-  
ten auch Steuerungsansätze zu bieten, die Eltern  
in mobilen digitalen Medienumgebungen bei der  
Übernahme ihrer Erziehungsverantwortung be-  
stärken und ihnen alltagstaugliche Hilfsmittel in  
die Hand geben. [CH]



#### LITERATUR

- › Dreyer, S. / Hasebrink, U. / Lampert, C. / Schröder, H.-D.  
(2013): Herausforderungen für den Jugendmedienschutz  
durch digitale Medienumgebungen. In: Soziale Sicherheit  
(CHSS) Nr. 4/2013, S. 195-199, [http://www.bsv.admin.ch/  
dokumentation/publikationen/00096/03270/03290/index.  
html](http://www.bsv.admin.ch/dokumentation/publikationen/00096/03270/03290/index.html).
- › Dreyer, S. / Hasebrink, U. / Lampert, C. / Schröder, H.-D.  
(2013): Entwicklungs- und Nutzungstrends im Bereich der  
digitalen Medien und damit verbundene Herausforderun-  
gen für den Jugendmedienschutz. Studie im Auftrag des  
Schweizerischen Bundesamts für Sozialversicherung. In:  
Beiträge zur Sozialen Sicherheit. Bericht im Rahmen des  
nationalen Programms Jugend und Medien, Forschungs-  
bericht Nr. 09/13, Teilbericht II, [http://www.bsv.admin.ch/  
index.html?webcode=d\\_11253\\_de](http://www.bsv.admin.ch/index.html?webcode=d_11253_de).

## 2

## Facebook und WhatsApp: Aktuelle Nutzungsentwicklungen und Bewertung der Übernahme aus Jugendschutzsicht

*Nicht zum ersten Mal beschworen Tageszeitungen, Blogs und Nachrichtendienste Anfang 2014 das Ende Facebooks herauf: Teenager würden dem Sozialen Netzwerk in Scharen davonlaufen und individuellere Dienste wie WhatsApp, Instagram und Snapchat nutzen. Nun gehört Instagram bereits zu Facebook, und mit der Übernahme von WhatsApp durch Facebook im Februar 2014 verleibte sich die Plattform den aus Sicht vieler Analysten größten Konkurrenten ein. Doch was ist dran an den vermeintlichen dramatischen Abwanderungszahlen jüngerer Mediennutzer? Und was bedeutet die Übernahme von WhatsApp für den Jugendschutz? Der vorliegende Beitrag gibt eine Bestandsaufnahme und Bewertung aktueller Nutzungszahlen, Nutzerströme und der Schutzkontexte der beiden Dienste.*

Die Beobachtung des Nutzerschwunds bei Facebook, den die deutsche und internationale Presse ausmachte, beruhte auf der Werbeanalyse einer US-amerikanischen Digitalagentur – drei Millionen Nutzer im Teenager-Alter soll das Soziale Netzwerk danach in den letzten drei Jahren verloren haben<sup>1</sup>. Doch diese Lesart der von der Agentur iSTRATEGYLABS in ihrem Blog veröffentlichten Statistik ist nicht ganz zulässig, wie die Agentur in einem Update ihres viel zitierten Posts selbst zurechtrückte.<sup>2</sup>

Die Nutzerstatistik, die die Digitalagentur aus dem speziellen Facebook-Werbetool „Facebook Social Ads Platform (Estimated Reach)“ gezogen hatte, weist aus, dass es im Januar 2014 in den USA drei Millionen adressierbare 13- bis 17-Jährige weniger gibt als noch drei Jahre zuvor. Die Zahlen beziehen sich zudem auf für Facebook-Werbetreibende kontaktierbare gerundete Profilzahlen als eine wichtige Werbewährung

und nicht auf aktuelle Nutzungszahlen. Wenn man diese von der Presse als Studie deklarierte Werbereichweitenstatistik dennoch interpretieren möchte – und dabei außer Acht lässt, dass die Altersangaben bei Facebook freiwillig sind – kann man konstatieren, dass die US-amerikanischen Facebook-Nutzer nicht in Massen abgewandert, sondern lediglich älter geworden sind. Jedoch treten die jüngeren Kohorten dem Sozialen Netzwerk nicht mehr in den Scharen bei, wie es noch 2011 der Fall war. Das von der Agentur in Zahlen gefasste Phänomen ist also weniger ein Nutzerschwund als ein US-Nachwuchsproblem.

### Facebook-Nachwuchs in Deutschland

Letzte offiziell von Facebook veröffentlichte Zahlen für Deutschland stammen aus dem Sommer 2013. Auch wenn die hier angestellten Vergleiche einige Werbetreibende nicht überzeugen werden, so beeindruckt die Reichweite allemal: 19 Millionen tägliche Nutzer!<sup>3</sup>

<sup>1</sup> <http://istrategylabs.com/2014/01/3-million-teens-leave-facebook-in-3-years-the-2014-facebook-demographic-report/> (Stand 02.04.2014).

<sup>2</sup> <http://istrategylabs.com/2014/01/3-million-teens-leave-facebook-in-3-years-the-2014-facebook-demographic-report> (Stand 02.04.2014).

<sup>3</sup> <https://www.facebook.com/notes/tina-kulow/facebook-ver%C3%B6ffentlicht-zum-ersten-mal-t%C3%A4gliche-und-t%C3%A4gliche-mobile-nutzerzahlen/724769520882236>.

**Tabelle: "Nutzerzahlen" Facebook Deutschland**

Alter	JAN 11		JAN 14		Zuwachs (%)
	Nutzer	Anteil (%)	Nutzer	Anteil (%)	
13-17	2.219.460	16,14	3.200.000	11,69	44
18-24	3.938.600	28,64	6.600.000	24,11	6
25-34	3.848.840	27,99	7.600.000	27,76	97
35-44	2.096.520	15,24	4.600.000	16,80	119
45-54	1.082.280	7,87	3.400.000	12,42	214
55+	567.320	4,13	1.980.000	7,23	249
Gesamt	13.753.020		27.380.000		99

Quelle: AllFacebook.de Januar 2011 und Januar 2014

Das Facebook-Themen-Blog [allfacebook.de](http://allfacebook.de) veröffentlichte in einem Blogeintrag<sup>4</sup> Facebook-„Nutzerzahlen“ für Deutschland, die nach gleicher Vorgehensweise wie die US-Zahlen erstellt wurden, um die Daten miteinander zu vergleichen. Wie in Tabelle 1 zu erkennen ist, kann man auch in Deutschland nicht vom einem Facebook-Nutzerschwund sprechen.

Facebook erst vergleichsweise spät für sich entdeckt und waren zuvor bzw. sind immer noch unterrepräsentiert. Die Zuwachsmöglichkeiten waren dadurch bei allen älteren Bevölkerungsgruppen viel höher und bei den Jugendlichen schon durch hohe Nutzeranteile so geschrumpft, dass hier eine Abflachung des Zuwachses (und eine entsprechende Abnahme der Nutzeranteile

### *Facebook laufen die Nutzer nicht weg – der Nutzerzuwachs bei den Jüngeren steigt langsamer, doch Facebook bleibt mit Abstand das meistgenutzte Soziale Netzwerk*

Diesen Zahlen ist – angesichts der fragwürdigen Validität der Nutzerprofile und des Zwecks der Darstellung von Reichweitentendenzen – mit Vorsicht zu begegnen. Dennoch wird sichtbar, dass Facebook gewachsen ist, auch im Segment der 13- bis 17-Jährigen. Vergleicht man den Zuwachs in den unterschiedlichen Altersstufen, so scheint sich der Nutzungszuwachs der jüngeren Nutzer abzuschwächen. Zwei Erklärungen dafür zeigen sich in dem exponentiellen Zuwachs bei den über 45-Jährigen: Gerade die Älteren haben

an der Gesamtgruppe aller deutschen Facebook-Nutzer) einfach erklärbar ist. Aus diesen Beobachtungen lassen sich jedoch noch keine Rückschlüsse auf eine vermeintlich sinkende Relevanz des Angebots für die jungen Nutzer ziehen: Facebook bleibt mit Abstand das meistgenutzte Soziale Netzwerk bei den 12- bis 19-Jährigen.

Hier können aber nutzerseitige Umfragen helfen, welche die nach wie vor große Bedeutung Facebooks für deutsche Jugendliche unterstreichen: So sind laut der aktuellen (repräsentativen) JIM-Studie die deutschen 12- bis 19-Jährigen in 1,2 Communities aktiv, wobei Facebook

<sup>4</sup> [http://allfacebook.de/zahlen\\_fakten/lustige-studien#more-34146](http://allfacebook.de/zahlen_fakten/lustige-studien#more-34146) (Stand: 02.04.2014).

von 80% genutzt wird und damit seine Vorreiterposition weiterhin behauptet (2012: 81%, 2011: 72%). Bereits bei den 12- bis 13-Jährigen hat Facebook eine dominante Stellung: 53% nutzen diese Community [vgl. JIM 2013:38]. Zu ähnlichen Zahlen kommt eine während der YOU 2013 erhobene (nicht repräsentativen) Studie<sup>5</sup>. Hier wurden rund 1000 Besucher nach ihrem Online-Verhalten gefragt. Auch wenn YouTube auf leicht höhere Nutzerzahlen kam, ist Facebook wichtigstes besuchtes Soziales Netzwerk: 72,8% der Befragten nutzen es regelmäßig.

Der BRAVO Trendmonitor 2014<sup>6</sup>, eine (nicht repräsentative) Erhebung der Bauer Media Group aus dem Herbst 2013, lässt ebenfalls keinen Zweifel an der großen Bedeutung von Facebook für die 12-19-Jährigen in Deutschland. 92% der befragten Mädchen und 82% der befragten Jungen sind bei Facebook registriert.<sup>7</sup> Die Erhebung zeigt auch die Endgeräte-Nutzung auf, mit der Jugendliche Soziale Netzwerke nutzen: 83% über das „Internet“, 81% mit dem Handy, 12% mit dem Tablet und 8% mit dem iPod Touch.

### Von Facebook zu WhatsApp: Hinweise auf aktuelle Nutzerströme

Die genannten Untersuchungen machen auf weitere Beobachtungen aufmerksam: WhatsApp läuft dem Sozialen Netzwerk im Bereich Kommunikation und Kontaktpflege zunehmend den Rang ab. Laut BRAVO Trendmonitor sind die meisten Jugendlichen bei Facebook registriert, doch das meist genutzte „Soziale Netzwerk“ ist bei 46% der in Sozialen Netzwerken aktiven Mädchen (Facebook: 33%) und bei 34% der Jungen (Facebook: 34%) WhatsApp. Gut ein Drittel (36%)

der befragten 1000 YOU 2013-Besucher nutzen WhatsApp zur Kontaktpflege, was ein Zuwachs von knapp 200% zum Vorjahr bedeutet; Facebook wurde zum Vergleich „nur noch“ von 23% zur Kontaktpflege benutzt.

Über Facebook versorgen sich die Heranwachsenden mit den aktuellen Neuigkeiten aus dem eigenen Netzwerk, sie nutzen es aber nicht mehr so intensiv, um darüber mit anderen zu kommunizieren (vgl. JIM-Studie 2013). 70% haben WhatsApp auf ihren internetfähigen Mobiltelefonen installiert. In der Gruppe der 12- bis 13-Jährigen benutzen bereits 55% WhatsApp, in der Gruppe ab 14 Jahren drei Viertel der Befragten (14-15 Jahre: 73%, 16-17 Jahre: 76%, 18-19 Jahre: 76%). Die Antwortverteilung auf die Frage nach der „wichtigsten App“ (bis zu drei Nennungen möglich) unterstreicht die Bedeutung von WhatsApp noch einmal deutlich: 81% zählen Messenger-Apps zu den wichtigsten, dabei ist WhatsApp mit 80% der Nennungen praktisch konkurrenzlos. Community-Apps sind nur die zweitwichtigste Kategorie, wobei hier Facebook mit 59% die Liste der Nennungen anführt.

Auch wenn die eingangs beschriebenen Nutzerentwicklungen nicht so fundamental sind, wie es in der Presse zu lesen war, so zeigt sich dennoch eine deutliche Nutzungserweiterung auf neue, zusätzliche Kommunikationsdienste und -plattformen bei den jüngeren Internetnutzern. Zu beachten ist dabei, dass – wie zumeist bei neuen Medienangeboten – die Nutzung von WhatsApp und Facebook sich nicht gegenseitig ausschließt, sondern komplementär erfolgt: Beide Dienste werden genutzt, nur z.B. im Hinblick auf andere (Freundes-) Kreise und ggf. für unterschiedliche Kommunikationsformen. Insbesondere Letztere sind ein oft genannter Grund für die zu beobachtenden Nutzerströme: Sobald Eltern ein von Heranwachsenden favorisiertes Medium intensiv zu nutzen beginnen, suchen diese sich neue Kommunikationsplattformen wie z.B. WhatsApp oder Snapchat.

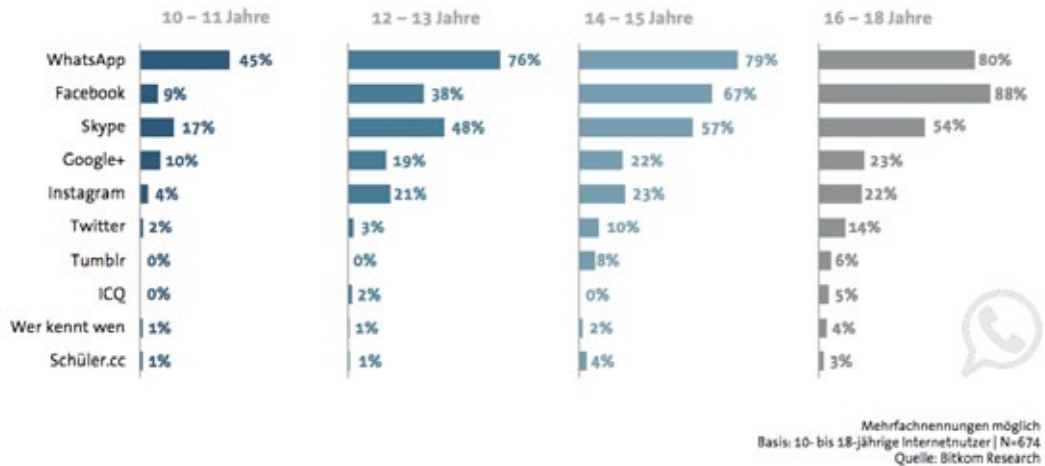
5 <http://www.you.de/Presse-Service/Pressemitteilungen/index.jsp?lang=de&id=357504> (Stand: 02.04.2014, 16:30).

6 [http://www.baueradvertising.de/uploads/media/BRAVO\\_TrendMonitor\\_Februar\\_2014.pdf](http://www.baueradvertising.de/uploads/media/BRAVO_TrendMonitor_Februar_2014.pdf) (Stand: 06.04.2014).

7 Zu beachten ist dabei, dass die Befragungsteilnehmer neben einem Panel der respondi AG über die Facebook-Seiten von bravo.de, bravosport und bravogirl rekrutiert wurden.



Tabelle: Welche sozialen Netzwerke nutzt du zumindest ab und zu aktiv?



Quelle: [http://www.bitkom.org/files/documents/BITKOM\\_PK\\_Kinder\\_und\\_Jugend\\_3\\_0.pdf](http://www.bitkom.org/files/documents/BITKOM_PK_Kinder_und_Jugend_3_0.pdf).

Zudem ist eine insgesamt stärkere Diversifizierung des Kommunikationshandelns bei jüngeren Nutzern zu beobachten. Die Heranwachsenden nutzen nicht mehr (nur) ein alle multimedialen Spielarten der Kommunikation umfassendes Soziales Netzwerk wie Facebook, sondern spezielle Apps für spezifische Kommunikationsformen: Sie laden Fotos in Alben auf Tumblr-Blogs oder Instagram-Seiten, schicken ihre (privaten und mit einer kurzen Haltbarkeit versehenen) Fotos über Snapchat, inszenieren sich und ihre Interessen auf pinterest, teilen Playlists auf YouTube, Spotify usw.

#### WhatsApp im Vergleich zu Facebook: Versuch einer Einordnung aus Sicht des Jugendschutzes

Dass die Entwicklungen Facebook nicht verborgen geblieben sind, zeigte sich bereits im April 2012: Facebook übernahm dort den Social Photo-Dienst Instagram für die Summe von einer Milliarde US-Dollar<sup>8</sup>. In den folgenden Jahren wuchs Instagram unter dem neuen Besitzer von ca. 30

Millionen Nutzern<sup>9</sup> auf derzeit 200 Mio. monatlich aktive Nutzer an<sup>10</sup>. Im Februar 2014 reagierte Facebook nun ein weiteres Mal auf die Entwicklungen im mobilen Segment der Online-Kommunikation und übernahm am 19.02. WhatsApp für die Summe von 19 Milliarden Dollar<sup>11</sup>. Damit liegen drei der fünf von deutschen Jugendlichen am häufigsten genutzten Dienste in der Hand von Facebook.

Was bedeutet diese Entwicklung für Überlegungen aus der Perspektive des Jugendschutzes? Folgt man wie hier einem breiten Verständnis von Jugendschutz, der nicht nur Medieninhalte, sondern auch Risiken der Individualkommunikation und informationellen Selbstbestimmung mitdenkt, so zählten beide Dienste in den vergangenen Jahren zu denjenigen Onlineangeboten, die in der Öffentlichkeit vielfacher, teils vehemente Kritik ausgesetzt waren:

- › Datenschutz: Hauptkritikpunkt war meist der Datenschutz auf den beiden Plattformen, die geringe Transparenz bzw. die kaum

8 <http://newsroom.fb.com/news/2012/04/facebook-to-acquire-instagram/> (Stand 06.06.2014); <http://blog.instagram.com/post/20785013897/instagram-facebook> (Stand 06.04.2014).

9 <http://blog.instagram.com/post/20411305253/instagram-for-android-available-now> (Stand: 06.04.2014).

10 <http://instagram.com/press/#> (Stand 06.04.2014).

11 <http://newsroom.fb.com/news/2014/02/facebook-to-acquire-whatsapp/> (Stand: 06.04.2014).

mögliche Abschätzbarkeit der Konsequenzen aus der Verarbeitung, Verdichtung und Weitergabe personenbezogener Daten. Mit dieser Problematik einher geht die schwierige Zumessung der Relevanz der Kommunikationsaktivitäten auf den Plattformen aus Sicht der informationellen Selbstbestimmung, auch (aber nicht nur) für jüngere Nutzer. Kurz nach der WhatsApp-Übernahme durch Facebook meldeten mehrere Quellen einen deutlichen Nutzerrückgang bei der SMS-Alternative, der vermeintlich auf Datenschutzbedenken basierte, und einen sprunghaften Download-Anstieg bei datenschutzfreundlicheren Alternativen (wie z.B. Threema). WhatsApp selbst teilte dagegen im April 2014 mit, dass der Dienst seit der Facebook-Übernahme 50 Millionen Neukunden gewinnen konnte und nunmehr 500 Millionen Nutzer hat.<sup>12</sup>

- › Jugendschutzrelevante Inhalte: Aus Sicht des Jugendschutzes relevante Inhalte scheinen in beiden Diensten immer wieder auf. Zuletzt machten auf Facebook Enthauptungsvideos die Runde, bei denen sich Facebook erst nach einigem Hin und Her dazu entscheiden konnte, diese als Verstöße gegen die Nutzungsbedingungen anzusehen (s. S. 36 in diesem Bericht). Währenddessen machte WhatsApp Schlagzeilen mit einer vermeintlichen Todesdrohung in Kettenbriefform, die vielfach über diesen Kommunikationskanal verschickt wurde.<sup>13</sup>
- › Individualkommunikation: Auf beiden Plattformen können Nutzer private Nachrichten in Text-, Audio-, Foto- oder Videoform austauschen, teils in Form von Individualkommunikation, teils innerhalb begrenzter Gruppen wie z.B. dem engen Freundeskreis. Damit eröffnen beide Dienste auch Missbrauchspotentiale für Persönlichkeitsrechtsverletzungen und Cyberbullying. Formen von (Individual-) Kommunikation erscheinen so als weiterer

wichtiger Aufmerksamkeitspunkt aus Sicht des Jugendschutzes.

Betrachtet man den bisherigen Umgang von Facebook und WhatsApp mit diesen Problemfeldern, so erscheint – trotz der auch weiteren Vorbehalte und Kritik – Facebook als die Plattform, die in letzter Zeit Verbesserungen, Hilfsinstrumente (Meldebuttons, Blockingmöglichkeiten), Ansprechstellen und erläuternde Texte etabliert bzw. erstellt hat und so die eigenen Nutzer im Falle eines Problems anleitet. Die Nutzungsbedingungen und die Datenverwendungsrichtlinien bietet Facebook auf Deutsch an, auch in den mobilen Apps; das Beschwerdemanagement und die Abhilfezeiten wurden verbessert, und in der Praxis hilft das Vorhandensein eines deutschen Ansprechpartners für Politik und Aufsichtsstellen – auch wenn die Facebook Deutschland GmbH als reine Werbetochter keinen Einfluss auf die Plattforminhalte hat. Durch seine EU-Niederlassung in Irland gilt für Facebook jedenfalls auch der EU-Rechtsrahmen. Daneben hat das Unternehmen auf EU-Ebene (etwa in der CEO Coalition sowie in der ICT Coalition) Aktivitäten entfaltet, die auf eine weitere Verbesserung des Kinder- und Jugendschutzes ausgerichtet sind (s. auch S. 29 in diesem Bericht).

Blickt man dagegen auf den Status Quo der WhatsApp-Angebote und -Aktivitäten sowie die Reaktion auf bekannte Vorfälle, ergibt sich ein ungleich schlechteres Bild: Das einzige Hilfsinstrument für WhatsApp-Nutzer ist die Möglichkeit, bestimmte Kommunikationspartner zu blockieren. Ein Beschwerdebutton, eine Löschmöglichkeit oder eine zuständige Ansprechstelle existiert nicht. Auch erläuternde Texte, die einem betroffenen Nutzer im Problemfall helfen, sind nicht vorhanden. Die „AGB“ und Nutzungsbedingungen finden sich zwar auf der Seite [whatsapp.com](http://whatsapp.com), sind aber weder über den AppStore noch über die App selbst erreichbar oder einsehbar. Die „Datenschutzvereinbarung“, die im AppStore vorgehalten wird, verweist lediglich auf das Unternehmens-

<sup>12</sup> <http://blog.whatsapp.com/613/500000000>.

<sup>13</sup> [http://www.lka.niedersachsen.de/praevention/vorbeugung\\_themen\\_und\\_tipps/whatsapp-todesdrohung-kurziert-109737.html](http://www.lka.niedersachsen.de/praevention/vorbeugung_themen_und_tipps/whatsapp-todesdrohung-kurziert-109737.html).

blog des Anbieters; dort findet man einen Link zu „Datenschutz & AGB“, beide Dokumente sind aber auf (Rechts-)Englisch und damit für jüngere Nutzer kaum verständlich. In den AGBs findet sich ein Abschnitt, in dem WhatsApp die Nutzung des Dienstes grundsätzlich nur für Personen ab 16 Jahren erlaubt, jüngere Nutzer bedürfen der Zustimmung der Eltern; eine Alterskontrolle oder die Überprüfung der elterlichen Zustimmung erfolgt gleichwohl zu keinem Zeitpunkt. Eine Ansprechstelle oder Adresse sucht man sowohl in der App als auch auf der Website vergeblich – lediglich ein Supportformular für Kundenanfragen bei Produktproblemen wird angeboten. WhatsApp sitzt in Kalifornien, die AGB sehen entsprechend die Anwendung kalifornischen Rechts vor. Dieser kursorische Vergleich im Hinblick auf den Umgang mit der eigenen (gesellschaftlichen) Verantwortung bei beiden Diensten lässt Facebook aus Jugendschutzsicht als deutlich aufgeschlossener, aktiver und hilfsbereiter erscheinen als das neue Tochterunternehmen WhatsApp. Die Über-

Das Fazit fällt vor diesem Hintergrund eher problemorientiert aus: Mit der Übernahme von Instagram und nun WhatsApp ist Facebook Anbieter von drei der meistgenutzten Online-Kommunikationsplattformen deutscher Minderjähriger. Die Kommunikation zwischen einzelnen Personen und innerhalb eng umgrenzter Freundes- und Bekanntenkreise verlagert sich zunehmend weg von Facebook auf Messaging- und Video- bzw. Foto-sharing-Dienste. Der mittlerweile vergleichsweise gute Umgang mit Schutzmöglichkeiten, Hilfestellungen und Erklärungen, aber auch die Teilnahme an gesellschaftlichen Auseinandersetzungen über risikobehaftete Nutzungsformen seines Sozialen Netzwerks lassen das Mutterunternehmen Facebook hier in einem deutlich besseren Jugendschutz-Licht erscheinen als die hinzugekauften Dienste. Ändert sich durch die Übernahme von WhatsApp dessen Zugewandtheit in Richtung gesellschaftlicher und politischer Foren nicht und sieht sich Facebook auf EU- und nationaler Ebene nicht auch als Ansprechpartner

*Facebook scheint deutlich aufgeschlossener, aktiver und hilfsbereiter als das neue Tochterunternehmen WhatsApp.*

nahme mag daher als der theoretische Beginn einer Verbesserung der Schutzmöglichkeiten auch bei WhatsApp erscheinen. Die Erfahrungen beim ebenfalls von Facebook übernommenen Instagram lassen allerdings einen anderen Rückschluss zu: Instagram ist seit der Übernahme sehr eigenständig geblieben, neue schutzbezogene Features wurden seitdem nicht eingeführt. Auch die WhatsApp-Gründer bemühten sich nach der Übernahme, auf die zukünftige Eigenständigkeit des Messengers hinzuweisen – vor allem vor dem Hintergrund der Nutzerbefürchtung, dass es in Zukunft Werbung in WhatsApp geben könnte.<sup>14</sup>

für WhatsApp, so wird der Messaging-Dienst auch weiterhin ein eher „virtuelles“ Unternehmen ohne Public Policy- und Beschwerdeabteilung bleiben. Facebook und WhatsApp weisen dann voraussichtlich auch zukünftig unterschiedliche Standards und Möglichkeiten bei der Unterstützung von Selbstschutzmaßnahmen und integrierte Beschwerdemöglichkeiten auf. Behält WhatsApp seine Eigenständigkeit wie angekündigt, muss konstatiert werden, dass die schutzbezogene Infrastruktur der neuerlich von den Minderjährigen genutzten Dienste sich im Vergleich zu den Facebook-Features und -Abläufen teils deutlich schlechter darstellt. [CH/SD] ◆

<sup>14</sup> <http://blog.whatsapp.com/index.php/2014/02/facebook/?lang=de&set=yes> (Stand 06.04.2014).



## 3 Aktuelle Befunde aus der Nutzungsforschung

### 3.1 DIVSI U25-Studie

Im Auftrag des Deutschen Instituts für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI) und in Zusammenarbeit mit dem Erich Pommer Institut hat das SINUS-Institut Heidelberg eine Studie zur Online- und Mobilkommunikation von Neun- bis 24-Jährigen durchgeführt; sie basiert auf einer qualitativen Vorstudie und einer repräsentativen persönlichen Befragung (n=1.500). Die Befunde dokumentieren zunächst grundlegende Merkmale der Internetnutzung, etwa dass diese zum integralen und nicht mehr wegzudenkenden Bestandteil des Alltags von Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen geworden ist, dass der wichtigste Zugang zum Internet das Smartphone ist und dass sich WhatsApp nach Facebook und Google als drittwichtigstes Onlineangebot für diese Altersgruppe etabliert hat (siehe dazu auch den Leitartikel, S. 11). Das besondere Augenmerk dieser Studie liegt aber zum einen bei der differenzierten Untersuchung verschiedener lebensweltlicher Hintergründe, zum anderen beim Rechts- und Sicherheitsverständnis in dieser Altersgruppe; so wurden das Verständnis von Privatheit und die darauf bezogenen Regeln, das Bewusstsein für die Illegalität verschiedener Anwendungen sowie das Sicherheitsempfinden, die wahrgenommenen Risiken und das Vertrauen in verschiedene Akteure erfragt.

Die Unterteilung der Altersgruppe (hier nur der 14- bis 24-Jährigen) in verschiedene Internet-Milieus führt vor Augen, wie eng verbunden die konkreten Muster der Online- und Mobilkommunikation mit dem lebensweltlichen Hintergrund und den jeweiligen individuellen Wertvorstellungen sowie dem Rechts- und Sicherheitsemp-

finden beim Umgang mit dem Internet sind. Die Unterschiede zwischen diesen Milieus wie auch zwischen den verschiedenen Bildungsgruppen unterstreichen, dass es differenzierter Ansätze zur Förderung eines kompetenten Umgangs mit dem Internet bedarf, um den jeweiligen Problemlagen und individuellen Wertvorstellungen gerecht zu werden. Für eine solche Differenzierung sprechen auch die Befunde zu der mit dem Alter erfolgenden Verschiebung des Vertrauens von persönlichen Bezugspersonen wie den Eltern und Lehrkräften hin zu den Freunden und Gleichaltrigen sowie zu verschiedenen Institutionen und softwaregestützten Instrumenten.

Die Studie sieht Beratungs-, Aufklärungs- und Sensibilisierungsbedarf sowohl im Bereich der Sicherheits- und Privatsphäre-Einstellungen als auch im Bereich des Umgangs mit der Nutzung kultureller Güter im Internet. Zwar sind Zweifel im Hinblick auf die Sicherheit der eigenen persönlichen Daten oder auf die Legalität der Nutzung bestimmter Filme oder Musikstücke durchaus weit verbreitet; im alltäglichen Umgang mit dem Internet werden daraus aber wenig Konsequenzen gezogen, dieser orientiert sich vor allem an dem, was die anderen Gleichaltrigen machen. [Ha] ◆

#### QUELLE:

- › Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI) (2014): DIVSI U25-Studie. Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene in der digitalen Welt. Eine Grundlagenstudie des SINUS-Instituts Heidelberg im Auftrag des Deutschen Instituts für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI), Hamburg. <https://www.divsi.de/wp-content/uploads/2014/02/DIVSI-U25-Studie.pdf>.

## 3.2 Wie Heranwachsende einem ausgewählten Thema nachgehen – aus dem Medienkonvergenz Monitoring

Der dritte Medienkonvergenz Monitor der Universität Leipzig (2009-2012) untersucht die Aneignung von Information durch Jugendliche (Alter zw. 12-19 Jahren) zu Themen, die für sie bedeutsam sind. Dabei wird ein weites Verständnis von Information zu Grunde gelegt und sämtliche Mediengattungen berücksichtigt. Der Medienkonvergenz Monitor basiert auf einer teil-standardisierten Online-Befragung von 12- bis 19-Jährigen (n=1787) sowie leitfadengestützten Intensivinterviews (n=57), die teilweise mit denselben 26 Jugendlichen zu unterschiedlichen Zeitpunkten in den Jahren 2007-2012 durchgeführt wurden. Die Ergebnisse zeigen, dass das Internet für Heranwachsende bei der Informationssuche an erster Stelle steht, gefolgt von Fernsehsendungen und Printmedien. In Kapitel 4 richtet sich der Fokus auf die informationsbezogene Onlinenutzung.

Für 88% der Befragten ist das Internet sehr wichtig oder eher wichtig bei der Informationssuche. Besonders der einfache, kostenfreie (abgesehen von Verbindungskosten), orts- und zeitunabhängige Zugang zu einer quasi-unerschöpflichen Fülle an aktuellen, aber auch älteren Informationen gibt den Ausschlag für die herausragende Stellung des Internets im medialen Informationshandeln. Ein weiterer Grund ist die digitale Form der Daten und somit die einfache Weiterverarbeitung. Die Notwendigkeit der Weiterverarbeitung entscheidet darüber, ob der stationäre PC oder ein mobiles Endgerät genutzt wird, um Informationen zu suchen. 53% der Befragten mit mobilem internetfähigem Device gehen damit auch ins In-

ternet. Die Jugendlichen suchen vor allem nach alltagspraktischen Informationen oder gehen durch Apps ihren spezifischen Themeninteressen nach. Google wird von den Jugendlichen am häufigsten als Ausgangspunkt für die Informationssuche genutzt. Auch soziale Netzwerke erfüllen für die Jugendlichen eine Informationsfunktion, z.B. im Hinblick auf Neuigkeiten von den eigenen Kontakten oder auch durch Verweise auf andere Angebote. Zwei Drittel der jugendlichen (zumindest seltenen) mobilen Internetnutzer geben an, dass sie das Handy oder Smartphone nutzen, um sich in sozialen Netzwerken auszutauschen. Informationshandeln ist also nicht zwangsläufig ein rein rezeptiver, sondern auch ein kommunikativer Prozess. Geschlechtsspezifische Unterschiede zeigen sich dahingehend, dass Mädchen eher auf soziale Netzwerke und Jungen auf informations-spezifischere Angebote zurückgreifen, was auf das besondere Interesse von Mädchen an Themen wie Prominente, Stars und Mode, die eher in sozialen Netzwerken verhandelt werden, zurückgeführt wird. Im Hinblick auf das Alter wird festgestellt, dass Jüngere kürzere Darstellungsformen in sozialen Netzwerken zu bevorzugen scheinen, während Ältere auch schon auf längere Einträge bei Wikipedia zurückgreifen. Bei den Befragten mit geringerem Bildungshintergrund stellt die Autorin zudem eine große Affinität für audiovisuelle Darbietungsformen fest.

Was aktive informationsbezogene Tätigkeiten angeht, finden sich zwar Hinweise, dass die Jugendlichen die sozialen Onlinenetze nutzen, um andere aus ihrem näheren sozia- ➤

len Umfeld über aus ihrer Sicht relevante Themen zu informieren. Allerdings wird eingeräumt, dass die informationsbezogenen Tätigkeiten der Jugendlichen insgesamt doch auf einem eher niedrigen Aktivitätsniveau stattfinden. [CH/CL] ◆

**QUELLE:**

- › Jünger, Nadine (2013): Wie Heranwachsende einem ausgewählten Thema nachgehen. In: Schorb, B. (Hrsg.): Jugend – Information – Medien. Report des Forschungsprojektes Medienkonvergenz Monitoring zur Aneignung von Information durch 12- bis 19-Jährige, S. 47-90. <https://www.uni-leipzig.de/mepaed/medienkonvergenz-monitoring/publikationen/jugend-information-medien>.

### 3.3 15 Jahre JIM-Studie

Einer der wesentlichen Vorteile der JIM- und KIM-Studien des Medienpädagogischen Forschungsverbunds Südwest (mpfs) besteht darin, dass sie mittlerweile einen beachtlichen Zeitraum abdecken und es so ermöglichen, längerfristige Entwicklungen der Mediennutzung von Heranwachsenden sichtbar zu machen. Für die JIM-Studie, die den Medienumgang Zwölf- bis 19-Jähriger untersucht, liegt nun ein zusammenfassender Bericht über die ersten 15 Jahre (1998 - 2013) dieser Studienreihe vor, der einige bedeutsame Veränderungen im Bereich der Radio-, TV- und Büchernutzung, der Verbreitung und Nutzung von Onlinespielen sowie der Internetnutzung und der mobilen Onlinekommunikation dokumentiert. An dieser Stelle seien lediglich beispielhaft einige relevante Veränderungen hervorgehoben.

Interessant sind zum einen Befunde, die – entgegen verbreiteten Erwartungen – gerade nicht für Veränderungen sprechen, denen zufolge also der rasante mediale Wandel keine gravierenden Spuren hinterlassen hat. Das gilt etwa für eine ganze Reihe nicht-medienbezogener Aktivitäten, die 2013 noch annähernd genau so weit verbreitet waren wie 1998 – oder sogar häufiger vorkommen: Dazu gehören Treffen mit Freunden, Sport, und Familienunternehmungen, auch die Mitgliedschaft in Vereinen und Initiativen hat nicht abge-

nommen. Relativ hohe Stabilität besteht auch in der Häufigkeit der Radio- und Fernsehnutzung und der Lektüre von Büchern sowie bei den Vorlieben für bestimmte Sender, Einzelsendungen oder Spiele.

Neben diesen Befunden, die die Tatsache dokumentieren, dass es sich bei Mediennutzungsweisen um etablierte kulturelle Praktiken handelt, die sich in der Regel nur langsam verändern, hebt der Bericht zum anderen aber auch die Aspekte hervor, bei denen sich in kürzester Zeit gravierende Veränderungen ergeben haben. Dazu gehören konkrete Endgeräte: MP3-Player wurden 2000 erstmals bei 4 Prozent angetroffen, allein zwischen 2004 und 2005 stieg der Ausstattungsgrad von 26 auf 66 Prozent, bis 2008 mit 86 Prozent der Höhepunkt erreicht war; danach sanken die Werte bis auf 73 Prozent im Jahr 2013. Der entscheidende Wandel für die Mediennutzung zwischen 1998 und 2013 wird in dem Bericht auch noch einmal dokumentiert: Waren es 1998 noch fünf Prozent, die täglich oder mehrmals pro Woche das Internet nutzten, liegt der entsprechende Wert seit 2009 stabil um 90 Prozent. Dabei ist der jüngste Wandel im technischen Zugang besonders bemerkenswert: Von 2006 bis 2013 sank der Anteil derer, die das Internet über einen Computer oder Laptop nutzten, von 99 auf 87 Prozent, während der Zugang über das Smartphone von >

fünf auf 73 Prozent stieg und der Zugang über einen Tablet PC von null auf zwölf Prozent. Im Hinblick auf die genutzten Dienste sind ebenfalls sehr kurzfristige Veränderungen zu beobachten: Der Bericht dokumentiert eindrucksvoll die fast vollständige Verschiebung der Nutzerschaft von schülerVZ (2008: 45%, 2013: 2%) zu Facebook (2008: 0%, 2013: 80%). [CL] ◆

#### QUELLE

- › Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.) (2013): 15 Jahre JIM-Studie. Jugend, Information, (Multi-)Media. Studienreihe zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. 1998-2013. Stuttgart: MPFS, <http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM15/PDF/15JahreJIMStudie.pdf>.

### 3.4 Mit Kindern unterwegs im Internet. Beobachtungen zum Surfverhalten – Herausforderungen für die Medienaufsicht

Die Studie einer interdisziplinären Forschergruppe von der Hochschule der Medien in Stuttgart befasst sich mit der Onlinewerbung von 6- bis 13-Jährigen. Im Mittelpunkt der Untersuchung stehen die Fragen, wie Werbung im Internet präsentiert wird und inwieweit sie vom redaktionellen Inhalt unterscheidbar ist, ob Kinder Werbung im Internet erkennen und wie sie darauf reagieren, ob Kinder über eine ausreichende Werbekompetenz verfügen und ob angesichts des medienregulatorischen Ungleichgewichts zwischen Fernsehen und Internet ein Handlungsbedarf erkennbar ist. Die Angebotsanalyse richtet den Fokus auf das Onlineangebot ausgesuchter Fernsehveranstalter (z.B. [superrtl.de](http://superrtl.de), [nick.de](http://nick.de), [toggo.de](http://toggo.de), [prosieben.de](http://prosieben.de), [sat1.de](http://sat1.de)), TV-Formate (z.B. Supertalent und Voice of Germany) und exemplarischer Kinderseiten (z.B. [micky-maus.de](http://micky-maus.de)). Die Wahrnehmung und das Werbeverständnis von Kindern (n=26) wurde mittels Eye-tracking und Befragung erfasst.

Die Ergebnisse der Werberezeptionsstudie bestätigen allgemeine Vorannahmen, dass die Aufmerksamkeit von Kindern insbesondere durch animierte Websitelemente (z.B. Pop-ups, Videos) gebunden wird und dass es ihnen schwer fällt,

Werbung zu erkennen, wenn diese sich nur wenig von redaktionellen Inhalten abhebt. Bezüglich der Werbekompetenz (hier insbesondere mit Fokus auf Werbekritik) bestätigen die Ergebnisse Befunde bereits vorliegender Studien, dass das kritische Werbeverständnis bei jüngeren Kindern weniger ausgeprägt ist als bei Älteren. Gleiches gilt auch für die Privatheitskompetenz (Privacy Literacy), die u.a. das Wissen um das Risiko der Datenpreisgabe umfasst. Ergänzt werden die empirischen Untersuchungsteile durch ein Rechtsgutachten. Auf der Basis der empirischen Untersuchungsteile werden Handlungsempfehlungen für die medienpädagogische Praxis (Schule und Elternhaus) aufgezeigt. Die Autoren verweisen zudem darauf, dass es einer weitergehenden Verständigung über werbeethische Normen bedarf, in die auch die Anbieter von Internetangeboten, die sich auch bzw. insbesondere an Kinder richten, unbedingt einbezogen werden sollten. [CL] ◆

#### QUELLE

- › Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz (Hrsg.) (2014): Mit Kindern unterwegs im Internet. Beobachtungen zum Surfverhalten – Herausforderungen für die Medienaufsicht (Jugendschutz und Werbung) [Schriftenreihe der Landeszentrale für Medien und Kommunikation, Band 29]; [http://www.lmk-online.de/fileadmin/webdateien/PDF/LMK-Forschungsprojekt\\_Mit\\_Kindern\\_unterwegs\\_im\\_Internet.pdf](http://www.lmk-online.de/fileadmin/webdateien/PDF/LMK-Forschungsprojekt_Mit_Kindern_unterwegs_im_Internet.pdf).

### 3.5 Rezeptionsanalyse zu Internetwerbung und Kindern

Eine Ende 2013 erschienene Dissertationspublikation untersuchte den Umgang von Grundschulkindern mit Internetwerbung und gewann aktuelle Erkenntnisse über den Grad der kindlichen Internetwerbekompetenz und deren Entwicklungsbedingungen. Die Studie beobachtete Kinder beim Surfen und insbesondere bei ihrem Umgang mit Internetwerbung und befragte sie zu ihrer Werbewahrnehmung.

Die befragten Grundschüler weisen Gemeinsamkeiten in der für Grundschulkindern typischen Nutzung des Internets und in ihrer noch in der Entwicklung befindlichen Kompetenz im Umgang mit Internetwerbung auf. Ihre Internetnutzung erfolgt überwiegend entlang kindlicher Neugier und dem Spielbedürfnis; dies deckt sich regelmäßig nicht mit den Erwartungen ihrer Eltern, die für ihre Kinder eine primäre Nutzung des Internets zu Bildungs- und Informationszwecken als wünschenswert erachten.

Unterschiede sind dagegen vor allem hinsichtlich der Kompetenz im Umgang mit Internetwerbung zu beobachten. Keine der ermittelten „Stilgruppen“ verfügt bereits über eine Ausprägung von Internetwerbekompetenz, die keine Optimierungspotenziale mehr aufweisen würde. Die Studie stellt fest, dass die überwiegende Mehrheit der untersuchten Grundschulkindern der Internetwerbung keineswegs bedingungslos ausgeliefert ist. Sie identifiziert Bereiche, die hinsichtlich eines angemessenen Umgangs der Kinder mit Internetwerbung als eher unproblematisch einzustufen sind, verweist aber auch auf eine Reihe von Problemen, mit denen Kinder dieser Altersgruppe beim Umgang mit Internetwerbung konfrontiert werden, darunter etwa fehlende Kennzeichnungen, die optische Ähnlichkeit von Werbung zu übrigen Inhalten oder die Integration von Werbung in einen spielerischen Kontext. [AS] ◆

#### QUELLE

- › Schulze, Anne (2013): Internetwerbung und Kinder. Eine Rezeptionsanalyse. Wiesbaden: VS.

### 3.6 Prävalenz der Internetabhängigkeit – Diagnostik und Risikoprofile

Bei der vorliegenden Studie handelt es sich um eine im Anschluss an die 2011 vorgestellte Studie „Prävalenz und Internetabhängigkeit“ (PINTA) durchgeführte Nachbefragung, in der zum einen die in PINTA erhobenen Prävalenzraten überprüft werden und zum anderen ein Cut-off-Wert ermittelt werden sollte, um zwischen Personen mit und ohne Abhängigkeit zu differenzieren. Darüber hinaus wurden die

Risikofaktoren für Internetabhängigkeit sowie die damit verbundenen Beeinträchtigungen untersucht. Befragt wurden bundesweit 196 Personen, die in der PINTA-Studie einen Wert von 21 oder mehr Punkten im CIUS (Compulsive Internet Use Scale) aufwiesen. Die Ergebnisse der PINTA-DIARI-Studie bestätigen im Wesentlichen die Prävalenzschätzung aus der vorangegangenen PINTA-Studie. >

**Tabelle: Prävalenz der Internetabhängigkeit aus PINTA**

Altersgruppe	Gesamt (%)	Weiblich (%)	Männlich (%)
14-64	1,0	0,8	1,2
14-24	2,4	2,4	2,5
14-16	4,0	4,9	3,1

Quelle: Bischof u.a. (2013), Prävalenz der Internetabhängigkeit, S. 4.

Als zentrale Risikofaktoren für Internetabhängigkeit werden zum einen eine hohe Internetnutzungsdauer und zum anderen eine intensive Nutzung von Online-Spielen herausgestellt. Darüber hinaus wird das Vorliegen komorbider psychischer Erkrankungen als weiterer relevanter Faktor im Kontext von Internetabhängigkeit identifiziert. Die Befunde zeigen weiterhin, dass sich eine In-

ternetabhängigkeit – unabhängig, ob von Online-Spielen oder von sozialen Netzwerken – beeinträchtigend auf verschiedene Lebensbereiche wie z.B. Arbeit im Haushalt, Arbeitsfähigkeit und soziale Beziehungen auswirkt. Genderspezifische Unterschiede bestehen dahingehend, dass bei den männlichen Betroffenen die Störung häufiger mit der Nutzung von Online-Spielen assoziiert ist und bei den Frauen mit sozialen Netzwerken, was die Autoren zur der Empfehlung führt, die auf Computerspielabhängigkeit ausgerichteten Interventionsprogramme um das Thema soziale Netzwerke zu erweitern. [CL] ◆

#### QUELLE

- › Bischof, Gallus/Bischof, Anja/Meyer, Christian/John, Ulrich/Rumpf, Hans-Jürgen (2013): Prävalenz der Internetabhängigkeit – Diagnostik und Risikoprofile (PINTA-DIARI); [http://www.drogenbeauftragte.de/fileadmin/dateien-dba/DrogenundSucht/Computerspiele\\_Internetsucht/Downloads/PINTA-DIARI-2013-Kompaktbericht.pdf](http://www.drogenbeauftragte.de/fileadmin/dateien-dba/DrogenundSucht/Computerspiele_Internetsucht/Downloads/PINTA-DIARI-2013-Kompaktbericht.pdf).

## 3.7 Nutzung von „Erwachsenen“-Angeboten durch britische Minderjährige

Die Authority for Television on Demand (ATVOD), eine von der Ofcom anerkannte Ko-Regulierungseinrichtung für Video on Demand-Anbieter, hat die Nutzung von „Erwachsenen“-Seiten durch britische Heranwachsende im Dezember 2013 analysiert.

Grundlage dieser Analyse sind die monatlichen repräsentativen Erhebungen von Nielsen Netview; das UK-Netview-Panel umfasst 45.000 Personen ab dem Alter von 2 Jahren. Die Netview-Zahlen spiegeln dabei ausschließlich die Nutzungen wider, die an einem stationärem PC oder einem Laptop erfolgen; die mobile Internet-

nutzung wird nicht erfasst. Die Herausgeber gehen daher davon aus, dass die tatsächliche Pornografienutzung noch höher ausfällt. Interessant in diesem Zusammenhang ist die Veröffentlichung der mobilen Nutzungszahlen von Pornhub.com selbst: Laut ihren Angaben sind 58% der Aufrufe aus Großbritannien mittels eines Smartphones oder Tablets getätigt worden. Nur zum Vergleich: Die mobilen Aufrufe aus Deutschland liegen bei nur 28%. „Erwachsenen“-Seiten wurden für die Auswertung definiert als Seiten, die Informationen, Produkte und/oder Services speziell für Erwachsene anbieten (z.B. pornografische Bilder und Filme, explizite Texte und/oder Host) >

Provider). Die in die Auswertung einbezogenen über 1.200 Erwachsenenangebote wurden allerdings nicht im Einzelnen auf die Möglichkeit ungeschützten Zugangs zu pornografischem Material getestet, sondern lediglich durch Stichprobenkontrollen abgesichert.

Der Analyse zufolge haben im Dezember 2013 44.000 Grundschul Kinder (Alter 6 bis 11 Jahre) eine Seite mit Erwachsenen-Inhalten besucht (6 bis 15 Jahre: 200.000; 6 bis 17 Jahre: 473.000). Jeder zwanzigste britische Besucher einer Erwachsenen-Seite war damit minderjährig; jeder fünfte männliche Brite im Alter zwischen 12 und 17 Jahren, der im Dezember online ging, besuchte eine Erwachsenen-Seite. Allein die Seite „Pornhub“ wurde von 112.000 männlichen 12- bis 17-jährigen Briten im vergangenen Dezember besucht. Nimmt man auch erwachsene Nutzer dazu, so haben 9,4 Millionen Briten im vergangenen Dezember mindestens ein Mal eine Erwachsenen-Seite besucht. Der Durchschnittsbesuch dauerte 15 Minuten. Fast jeder vierte britische Internetnutzer besuchte eine Seite mit Erwachsenen-Inhalten. Die beliebteste Seite war mit 2,7 Millionen Aufrufen xHamster.

Vor dem Hintergrund der britischen Zahlen stellt die ATVOD Forderungen an die Politik auf, darunter die Austrocknung entsprechender Dienste durch die Verhinderung von Zahlungsflüssen an Hardcore-Anbieter im außereuropäischen Ausland und die gesetzliche Einführung von Zugangskontrollen zu entsprechenden Diensten, wie sie in Deutschland durch den JMStV vorgesehen sind (§ 4 Abs. 2 S. 2 JMStV). Die Selbstkontrollstelle ATVOD geht dabei von der grundsätzlichen Rechtswidrigkeit der Erwachsenenseiten wegen eines Verstoßes gegen das in der Audiovisuellen Mediendienste-Richtlinie (AVMD-RL) enthaltene Pornografieverbot aus. Videoplattformen im Netz fallen aber nur dann in den Anwendungsbe-

### Zahlen der Landesmedienanstalten

Zum Vergleich: Die Landesmedienanstalten veröffentlichten deutsche Nutzungszahlen von Porno- und Erotikangeboten im Internet – ebenfalls auf Grundlage von Nielsen Netview – von September 2013. In der Altersklasse der 12- bis 17-Jährigen hatten diese Seiten eine Reichweite von 2,8% (1,8% Jungen, 1% Mädchen). 344.000 Aufrufe von Erotik- und Pornoseiten durch Kinder und Jugendliche wurden registriert. Auch in Deutschland ist xHamster über alle Altersklassen hinweg die meistgenutzte Seite dieses Segments; und auch hier ist der Großteil der meistgenutzten Porno-Websites frei zugänglich und kostenfrei. Insbesondere einige Landesmedienanstalten fordern hier eine Diskussion über die Einführung ISP-seitiger Netzfilter nach dem Vorbild in Großbritannien, um den Eltern mit einem entsprechenden Opt-In die Ausblendung von Erwachseneninhalten zu ermöglichen.

die medienanstalten / BLM Medienwirtschaft (2013): Daten und Fakten zur Internetnutzung im September 2013 auf Basis von Nielsen – Schwerpunkt: Porno- und Erotikangebote im Internet. [http://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/Download/Publikationen/Nielsen-NetView/Porno-und\\_Erotikangebote\\_Bericht-November13\\_Daten-September13-2.pdf](http://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/Download/Publikationen/Nielsen-NetView/Porno-und_Erotikangebote_Bericht-November13_Daten-September13-2.pdf).

reich der Richtlinie, wenn sie fernsehähnlich sind und ein Medienanbieter die Inhalte redaktionell auswählt. Für Erotikportale, die in erster Linie aus nutzergenerierten Inhalten bestehen und bei denen keine vorherige redaktionelle Betreuung stattfindet, geht die Rechtswissenschaft davon aus, dass die Richtlinie gerade keine Anwendung findet. Der ATVOD-Vorwurf des generellen Verstoßes gegen EU-Recht erscheint ohne die Prüfung im Einzelfall daher kaum haltbar. Die abweichende ATVOD-Interpretation würde aber faktisch zur Bekämpfung von aus ATVOD-Mitgliedersicht unliebsamer Konkurrenz führen. [CH/SD] ◆

#### QUELLE

- › ATVOD (2014), For Adults Only? Underage access to online porn. 28th March 2014. [http://www.atvod.co.uk/uploads/files/For\\_Adults\\_Only\\_FINAL.pdf](http://www.atvod.co.uk/uploads/files/For_Adults_Only_FINAL.pdf).

### 3.8 Net Children Go Mobile – Erste Ergebnisse

**K**inder kommen immer früher mit dem Internet und Smartphones in Kontakt. Dies zeigt eine Studie des europäischen Projekts „Net Children Go Mobile“, für die 2.000 Kinder und Jugendliche im Alter von neun bis 16 Jahren aus Dänemark, Italien, Rumänien und Großbritannien zu ihrer Internetnutzung befragt wurden. Demzufolge nutzen Kinder im Alter von durchschnittlich acht Jahren zum ersten Mal das Internet. Mit neun Jahren bekommen sie dann ihr erstes Handy und mit zehn Jahren das erste Smartphone. Über die Hälfte (53%) der befragten Kinder und Jugendlichen im Alter von neun bis 16 Jahren besitzt bereits ein Smartphone.

Doch trotz der steigenden Anzahl internetfähiger Mobilgeräte greifen Kinder und Jugendliche vorrangig von zu Hause aus auf das Internet zu. Dabei schätzen sie vor allem die Privatsphäre ihrer eigenen Zimmer. Laptops und Smartphones

sind die meistgenutzten Geräte, um online zu gehen, wobei Smartphones neben der bevorzugten Nutzung im eigenen Zimmer auch bei der unterwegs Nutzung eine große Bedeutung zukommt. Knapp ein Viertel der befragten Kinder und Jugendlichen greifen damit von unterwegs auf das Internet zu.

Zu den beliebtesten Onlineaktivitäten gehören das Besuchen von sozialen Netzwerkeiten (z.B. Facebook), Musik hören, Videos anschauen und Instant Messaging. [JK] ◆

#### QUELLE

- › Mascheroni, Giovanna/Ólafsson, Kjartan (2013): Net Children Go Mobile. Mobile internet access and use among European children. Initial findings of the Net Children Go Mobile project. Milano: Educatt, [http://www.netchildren-gomobile.eu/wp-content/plugins/downloads-manager/upload/1stShortReport\\_web-colori\\_ultimo.pdf](http://www.netchildren-gomobile.eu/wp-content/plugins/downloads-manager/upload/1stShortReport_web-colori_ultimo.pdf).

### 3.9 Zero to eight 1: Zur Internetnutzung jüngerer Kinder in Europa

**E**in aus dem Kontext von EU Kids Online stammender Bericht gibt einen Überblick über die vorliegenden internationalen Befunde und Trends zur Internetnutzung von Kindern unter neun Jahren. Die Zusammenschau verweist insbesondere auf die Attraktivität von Video- und Spieleplattformen für jüngere Kinder sowie auf die zunehmende Verbreitung von mobilen Endgeräten in den unteren Altersgruppen. Darüber hinaus machen die Autoren darauf aufmerk-

sam, dass Kinder nicht erst online präsent sind, sobald sie selbst das Internet nutzen, sondern dass bereits die Eltern über Blogs oder die Veröffentlichung von Fotos „digital footprints“ ihrer Kinder verbreiten bzw. im Internet hinterlassen. Auf der Basis der Literaturstudie empfehlen die Autoren u.a., medienpädagogische Aktivitäten auch an Eltern jüngerer Kinder zu adressieren und Eltern für die langfristigen Folgen der „digital footprints“ zu sensibilisieren. Mit Blick auf die Anbieter >



(insbesondere von Video- und Spieleplattformen) wird als Handlungsempfehlung formuliert, die Entwicklung schützender Maßnahmen künftig auch verstärkt auf jüngere Nutzergruppen auszuweiten. [CL] ◆

#### QUELLE

- › Holloway, D., Green, L. and Livingstone, S. (2013): Zero to eight. Young children and their internet use. LSE, London: EU Kids Online. [http://eprints.lse.ac.uk/52630/1/Zero\\_to\\_eight.pdf](http://eprints.lse.ac.uk/52630/1/Zero_to_eight.pdf).

### 3.10 Zero to eight 2: Mediennutzung jüngerer Kinder in den USA

**B**ei einer von Common Sense Media publizierten, US-amerikanischen Studie handelt es sich um eine Wiederholungsbefragung zur Mediennutzung von Kindern unter neun Jahren, die erstmals 2011 durchgeführt wurde (Zero to Eight: Children's Media Use in America, Common Sense Media, 2011). Befragt wurden 1.463 Eltern mit Kindern im Alter von 0 bis 8 Jahren (Erhebungszeitraum: 20. Mai 2013 - 12. Juni.2013). Fernsehen bleibt danach weiterhin das von den Kindern bevorzugte und meist genutzte Medium, auch wenn sich die Möglichkeiten der Nutzung um Festplattenrekorder, Downloadmöglichkeiten oder andere Abrufmöglichkeiten erweitert haben. Die Ergebnisse verweisen vor allem auf einen drastischen Anstieg von Tablet-PCs in Familien (2011: 8%, 2013: 40%). Der Anteil von mobilen internetfähigen Geräten (d.h. Smartphones und Tablets) stieg von 53% in 2011 auf 75%. Unter den 0- bis 8-Jährigen haben 72% schon mal ein mobiles Endgerät genutzt (auch bei

den unter Zweijährigen lag der Anteil bereits bei 38%). Die Zeit, die Kinder mit mobilen Geräten verbringen, hat sich gegenüber 2011 verdreifacht und liegt 2013 bei durchschnittlich 15 Minuten am Tag, wohingegen die Dauer für andere Medien und auch die Dauer der gesamten Mediennutzung gegenüber 2011 um durchschnittlich 21 Minuten gesunken ist. Hinsichtlich eines möglichen Digital Divide konstatieren die Autoren: „Despite this increase in ownership, the gaps remain large. For example, although 20% of lower-income children now have a tablet device at home, 63% of higher-income children do; and while 35% of lower income-parents have downloaded educational apps for their child, 75% of higher-income parents have done so.“ (S. 11) [CL] ◆

#### QUELLE

- › Common Sense Media (2013): Zero to eight. Children's Media use in America 2013, <http://www.commonsensemedia.org/sites/default/files/research/zero-to-eight-2013.pdf>.

### 3.11 UNICEF: A Global Agenda for Children's Rights in the Digital Age

Im Auftrag der UNICEF hat die Jugend- und Kommunikationsforscherin Sonia Livingstone im September 2013 einen Bericht erstellt, der die Forschungslücken im Bereich der Online-Nutzung von Kindern und Jugendlichen identifizieren soll und so aufzeigt, an welchen Stellen politische Entscheidungen derzeit noch nicht auf Grundlage empirischer Erkenntnisse ergehen können. Vor dem Hintergrund dieser Grundannahme – Jugendschutzentscheidungen müssen wissenschaftsbasiert erfolgen und die tatsächlichen Erfahrungen und Probleme von Kindern und Jugendlichen berücksichtigen – stellt die Studie zunächst fest, dass die bisherige Politik noch zu oft auf unvollkommenem Wissen und Mutmaßungen Erwachsener basiert, auf der Südhalbkugel und in ärmeren Ländern noch deutlicher als auf der Nordhalbkugel und in reicheren Staaten. Entscheider müssten sich vermehrt der fundamentalen technologischen und kulturellen Umstellungen, die mit der Online-Kommunikation einhergehen, bewusst werden.

Der Bericht arbeitet vier Hauptbereiche heraus, für die deutliche Forschungslücken erkennbar sind:

- › Es liegen noch zu wenige Erkenntnisse darüber vor, wie man die positiven Aspekte und Chancen von Online-Kommunikation unterstützen und fördern kann.
- › Die Voraussetzungen auf Kinderseite sowie spezifische Nutzungskontexte, die Kinder besonders gefährdungsgeneigt werden lassen, sind kaum erforscht, so dass effektive Schutzansätze noch nicht entwickelt werden können.

- › Die Frage der Übertragbarkeit der bereits zu Tage geförderten Ergebnisse auf andere Gebiete und Regionen ist vollkommen ungeklärt.
- › Trotz vieler Forschungsanstrengungen, guter Ergebnisse und vieler Datensätze vermisst die Studie grundsätzliche systematische, länderübergreifende und vergleichbare Erhebungen, sowohl im Bereich der Nutzungsforschung wie im Bereich der Analyse von jugendschutzrechtlichen Rahmen und begleitenden Jugendschutzpolitiken; dadurch würde das Lernen aus den Erfahrungen anderer Systeme und die Möglichkeit, Best-Practice-Lösungen zu adaptieren, erschwert.

Die Studie sieht UNICEF als möglichen zukünftigen Akteur, der eine entsprechend systematische Forschungsagenda entwickeln und koordinieren könnte. Da große internationale Erhebungen methodisch außerordentlich aufwändig und schwierig sind, schlägt die Expertin vor, einen modularen Erhebungsansatz zu wählen. Im Rahmen der Umsetzung von Forschungsergebnissen in politische Entscheidungen plädiert der Bericht deutlich für eine stärkere Einbeziehung von Kindern und Jugendlichen, um ihren Wünschen, Motiven, Erfahrungen und Erwartungen mehr Gewicht zu schenken. [SD] ◆

#### QUELLE

- › Livingstone, Sonia / Bulger, Monica (2013): A Global Agenda for Children's Rights in the Digital Age: Recommendations for developing UNICEF's research strategy. <http://www.unicef-irc.org/publications/702>.

## 4 Aktuelle Befunde aus der Medienerziehungsforschung

### 4.1 Medienintegration in der Grundschule in Nordrhein-Westfalen

Die hier vorgestellte Studie liefert einen umfassenden Überblick über die Integration von Medienbildung in Grundschulen in NRW. Medienintegration wird verstanden als „nachhaltige und erfolgreiche Einbettung von Medien in der Grundschule mit all ihren Akteuren und Rahmenbedingungen, die geeignet ist, den Bildungserfolg aller Schülerinnen und Schüler in seinen unterschiedlichen Facetten zu verbessern“ (Zusammenfassung, S. 3f.).

Um die Situation ganzheitlich zu erfassen, wurde ein multimodales Methodendesign gewählt, das neben einer standardisierten Lehrerbefragung (n=973), qualitative Gruppeninterviews mit Vertretern der Kompetenzteams und Schulträger, Schulfallstudien (n=5) sowie eine Auswertung von u.a. Lehrplänen und Prüfungsordnungen umfasst. Die Ergebnisse zeigen, dass das Buch nach wie vor das Leitmedium in der Grundschule darstellt, die Nutzung digitaler Medien aber in den letzten Jahren durchaus zugenommen hat. Zumeist wird versucht, die digitalen Medien in bestehende Unterrichtskonzepte zu integrieren, weniger wird auf die mit den digitalen Medien verbundenen Herausforderungen eingegangen. „Die veränderte Relevanz gerade der digitalen Medien auch schon für die Kinder und die daraus erwachsende Notwendigkeit, diesen Veränderungen medienpädagogisch adäquat zu begegnen, findet in der Grundschule noch keinen angemessenen Widerhall. Dem nicht-schulischen Medienhandeln der Kinder begegnen viele Lehrkräfte

offenbar vor allem mit Unsicherheit sowie Misstrauen und Ablehnung“ (Zusammenfassung, S. 8). In der Konsequenz werde Medienkompetenzförderung in der Schule in vielen Fällen auf Risikominimierung bzw. „Gefahrenabwehr“ (S. 8) und die Vermittlung von Medienkompetenzen reduziert, den Eltern die Aufgabe der Medienkompetenzförderung und -erziehung überlassen und die Bildungspotenziale der Medien verschenkt.

Auf der Grundlage der Befunde sowie eines Expertenworkshops formulieren die Autoren vier Handlungsempfehlungen, die eine verbindliche Einbindung von Medienbildung in die Lehrerbildung sowie in die Lehrpläne und Kerncurricula, die Bereitstellung einer adäquaten medientechnischen Ausstattung sowie entsprechender Unterstützungsangebote sowie eine systematische Integration von Medienbildung in die Prozesse der Schulentwicklung und Evaluation als Basis für eine erfolgreiche Medienintegration betonen. [CL] ◆

#### QUELLE

- › Breiter, Andreas / Aufenanger, Stefan / Averbeck, Ines / Welling, Stefan / Wedjelek, Marc (2013): Medienintegration in der Grundschule. Untersuchung zur Förderung von Medienkompetenz und der unterrichtlichen Mediennutzung in Grundschulen sowie ihrer Rahmenbedingungen in Nordrhein-Westfalen. Berlin: Vistas [Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Medien NRW (LfM), Band 73]; <http://www.lfm-nrw.de/forschung/schriftenreihe-medienforschung/band-73.html>.

## 4.2 Zwischen Anspruch und Alltagsbewältigung: Medienerziehung in der Familie

**M**ediennutzung beginnt in der Familie und wird maßgeblich durch die Eltern mitgeprägt. Das medienerzieherische Handeln in der Familie steht im Mittelpunkt der Studie. Durchgeführt wurden zum einen eine repräsentative CAPI-Befragung von Eltern mit Kindern im Alter von fünf bis zwölf Jahren (n=453), in der die elterliche Medienkompetenz und Mediennutzung, Medienerziehungskonzepte, die praktizierte Medienerziehung in den jeweiligen Familien und vorhandene Informationsbedarfe sowie Informationsquellen im Kontext Medienerziehung erhoben wurden. Zum anderen wurde eine qualitative Familienstudie durchgeführt (n=48), in deren Mittelpunkt die Erforschung der Einbettung der Medienerziehung in den familialen Kontext, die Ursachen für eine mögliche Diskrepanz zwischen medienerzieherischem/-er Anspruch und Wirklichkeit sowie die spezifischen Bedarfslagen bzw. Informationsbedürfnisse standen.

Die Ergebnisse zeigen, dass Eltern sich vordergründig im Hinblick auf das Thema Medienerziehung sicher fühlen, wobei diese subjektiv empfundene Sicherheit einerseits mit zunehmendem Alter der Kinder (ab ca. 9 Jahren) abnimmt und andererseits auch mit dem jeweiligen Medium variiert. So fühlen sich die Eltern im Hinblick auf das Fernsehen vergleichsweise sicher, während sie der (künftigen) Internetnutzung ihrer Kinder mit großer Skepsis und Sorge begegnen. Die Computerspiele wiederum stellen in vielen Familien insbesondere gegen Ende der Grundschulzeit ein großes Konfliktthema dar, dem sich viele Eltern nicht hinreichend gewachsen sehen. Die empfundene Sicherheit sinkt hier von 53 Prozent

der Eltern von 7- bis 8-jährigen Kindern, die sich „sehr sicher“ fühlen“ auf 30 Prozent bei den Eltern von 8- bis 10-jährigen Kindern. Die tatsächliche Unsicherheit der Eltern, die insbesondere in den qualitativen Familienstudien zum Ausdruck kommt, führt allerdings keinesfalls dazu, dass Eltern sich aktiv über das Thema Medienerziehung informieren und das breite Angebot vorliegender Informationsmaterialien nutzen. Auf der Basis der Interviews wurden unter Zugrundelegung der Dimensionen Kindorientierung und medienerzieherisches Aktivitätsniveau sechs verschiedene Medienerziehungsmuster identifiziert. Besonderer Handlungsbedarf wird in Bezug auf zwei Muster festgestellt: Die Eltern, die sich nicht für die Mediennutzung ihrer Kinder interessieren, und diejenigen, die die Mediennutzung ihrer Kinder sehr stark regulieren und kontrollieren. In beiden Fällen bedarf es einer stärkeren Sensibilisierung für die Kindsperspektive, wenngleich in unterschiedlicher Weise: Dies wiederum unterstreicht die Notwendigkeit einer zielgruppenspezifischen Ansprache, um Eltern mit unterschiedlichen Medienerziehungsmustern und unterschiedlichen Haltungen gegenüber Medien mit passenden und zugleich hilfreichen medienpädagogischen Informationen zu erreichen. [CL] ◆

### QUELLE

- › Wagner, U. / Gebel, C. / Lampert, C. (2013) (Hrsg.): Zwischen Anspruch und Alltagsbewältigung: Medienerziehung in der Familie. Berlin: Vistas (Schriftenreihe Medienforschung der LfM Band 72); [http://www.lfm-nrw.de/fileadmin/lfm-nrw/Forschung/Kurzfassung\\_Studie\\_72.pdf](http://www.lfm-nrw.de/fileadmin/lfm-nrw/Forschung/Kurzfassung_Studie_72.pdf).

### 4.3 UK: Ofcom-Bericht zum Einsatz von Jugendschutz-Software

Nach einer aktuellen Erhebung kommt ein Bericht der britischen Medienaufsichtsbehörde Ofcom zu dem Ergebnis, dass mehr als die Hälfte der Eltern in Großbritannien Software oder Jugendschutzeinstellungen als ein ergänzendes Element bei der Medienerziehung einsetzen. 40 Prozent der Eltern nutzen danach Filterprogramme auf PC oder Laptop, am häufigsten bei Kindern zwischen acht und elf Jahren (51%). Auch die medienerzieherischen Hintergründe und Motive des Einsatzes entsprechender Hilfsmittel hat die Kurzstudie analysiert: In den meisten Familien fügt sich die Medienerziehung konsistent in die generelle Erziehung der Eltern ein. Der Hauptgrund, warum Eltern dabei auf technische Hilfsmittel verzichten, ist eine Mischung aus Vertrauen und Aufsicht bei der Mediennutzung ihrer Kinder. Auch ein Mangel an Wissen, Interesse oder zeitlichen Ressourcen kann Ursache für den Verzicht auf entsprechende Software sein. Dabei sehen britische Eltern die Internetnutzung ihrer

Kinder in erster Linie positiv; die größten Sorgen bereiten ihnen Risiken wie Cybermobbing oder Schadsoftware. Eine untergeordnete Rolle spielt die Konfrontation mit potenziell belastenden Inhalten.

Der Bericht widmet sich daneben den Strategien, mit denen Eltern versuchen, ihre Kinder vor Gefahren im Umgang mit Online-Medien zu schützen. Er bezieht sich auf Ergebnisse mehrerer Erhebungen aus den Jahren 2012 und 2013. Zwei weitere Berichte sind geplant, die unter anderem die Bereitschaft von Zugangsanbietern zur Implementierung von Netzwerkfiltern thematisieren werden (s. auch S. 35, Art. 6.2). **[MR]** ◆

#### QUELLE

- › Ofcom (2014): Ofcom Report on Internet safety measures – Strategies of parental protection for children online, vom 15. Januar 2014. <http://stakeholders.ofcom.org.uk/internet/internet-safety-measures>.

## 5

## Aktuelle regulatorische Entwicklungen im Jugendschutz

### 5.1 EU: CEO Coalition veröffentlicht Jahresberichte über Unternehmensaktivitäten im Jugendschutz

Die Ende 2011 von der EU-Kommission initiierte „CEO Coalition to make the Internet a better place for kids“<sup>1</sup> hatte bereits Anfang 2013 ihre Endergebnisse vorgestellt.<sup>2</sup> Viele der Unternehmen versprachen für 2013 weitere Aktivitäten in den fünf Feldern der Initiative (einfache und verlässliche Meldemöglichkeiten; altersadäquate Datenschutzeinstellungen; vermehrte Inhalteklassifikation; größere Verfügbarkeit von Kinderschutzsoftware; effektives Löschen von Material, das Kindesmissbrauch darstellt). Im Februar stellten die 26 Unternehmen nun ihre Aktivitäten in Form von „Implementation Reports“ vor.<sup>3</sup>

**Meldemöglichkeiten:** Viele der Unternehmen verlinken mittlerweile angebotsweit und auch in den mobilen Apps auf eigene Beschwerdeabteilungen oder externe Meldestellen, an die sich Nutzer wenden können, sollten sie auf anstößige oder beeinträchtigende Inhalte treffen (u.a. Deutsche Telekom, Facebook, Google, Microsoft, RTL Gruppe). Einige Anbieter haben die Kategorien möglicher Beschwerdeinhalte erweitert (Dailymotion). Andere haben die Praxis oder den Zeitrahmen hinsichtlich der Rückmeldung der Beschwerdebearbeitung an den meldenden Nut-

zer optimiert (Deutsche Telekom, RTL Gruppe, Skyrock, Vodafone). Google hat mit „Trusted Flagger“ vertrauenswürdigen Nutzern die Möglichkeit gegeben, relevante Inhalte noch detaillierter zu melden.

**Datenschutzeinstellungen:** Facebook hat seine Datenschutz-Voreinstellungen für 13- bis 17-Jährige dahingehend überarbeitet, dass die Voreinstellung der Sichtbarkeit eigener Einträge auf „Freunde“ begrenzt wird, und nicht mehr auf „Freunde von Freunden“ wie bisher. Altersabhängige Datenschutzeinstellungen und eine entsprechende Dokumentation führen teils zu weitreichenderen Umbaumaßnahmen auf Anbieterseite; einige der Unternehmen arbeiten derzeit an der Umstellung (Dailymotion; Mediaset). Andere verweisen auf die seit je bestehenden kinderschutzfreundlichen Voreinstellungen (Nintendo). Die teilnehmenden Mobilfunkprovider haben die „GSMA Privacy Design Guidelines for Mobile Application Development“ angenommen.

**Inhalteklassifikation:** Vodafone hat gemeinsam mit der BBFC (UK) und JusProg in Deutschland elektronische Alterskennzeichen für Android-Systeme entwickelt. Apple hat im AppStore einen speziellen Kinderbereich eingerichtet. Entwickler, die mit ihren Apps in diesen Bereich aufgenommen werden wollen, müssen sich an restriktivere Vorgaben halten, darunter eine genauere anbieterseitige Inhalteklassifikation und eine gesonderte Abfrage für Eltern im Fall

1 [http://ec.europa.eu/digital-agenda/sites/digital-agenda/files/ceo\\_coalition\\_statement.pdf](http://ec.europa.eu/digital-agenda/sites/digital-agenda/files/ceo_coalition_statement.pdf).

2 [http://ec.europa.eu/information\\_society/newsroom/cf/document.cfm?action=display&doc\\_id=1656](http://ec.europa.eu/information_society/newsroom/cf/document.cfm?action=display&doc_id=1656).

3 <http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/news/ceo-coalition-2014-progress-reports-actions-make-internet-better-place-kids>.

von in-App-Purchases. Dailymotion ermöglicht es neuerdings den Nutzern, die Inhalte auf das Portal laden, diese bereits beim Upload als „nur für Erwachsene“ zu kennzeichnen; Google hatte entsprechende Möglichkeiten bereits vor 2014 implementiert. Nintendo ist 2013 USK-Mitglied geworden und hat seine Online-Angebote sichtbar lassen. Mediaset und die RTL Gruppe geben Alterskennzeichen mittlerweile auch in elektronischer Form aus. Daneben wurden zwei Pilotprojekte auf EU-Ebene gestartet, die die nutzerseitige Alterseinstufung auf nutzergenerierten Plattformen erleichtern sollen (yourateit.eu; Mediaset plant die Implementation dieses Ansatzes) und die unterschiedlichen bestehenden Altersklassifikationen technisch interoperabel machen sollen (MIRACLE – Machine-readable and Interoperable Age Classifications in Europe).

Kinderschutzsoftware: Einige der Unternehmen haben 2013 Kinderschutzsoftware auf ihren Endgeräten implementiert (LG und Samsung auf Smartphones und in Smart TVs; Nokia auf Smartphones). Apple ermöglicht auf dem iPhone und dem iPad ab iOS 7 auch das Aktivieren von Kinderschutz-Filtern im Safari-Browser. Andere Anbieter hatten entsprechende Feature bereits vorgesehen (Nintendo, Telenor). Die britischen Access-Provider verweisen auf die in UK in 2013 implementierte und kampagnenbegleitete Praxis der ISP-seitigen Aktivierung von Filterlisten; neue Kunden müssen diese Filter bewusst deaktivieren, auch Bestandskunden wurden angeschrieben und mussten eine Auswahl treffen. KPN hat für 2014 das Angebot von mybee.nl auch für Tablets angekündigt. Mediaset hat Schutzinstrumente für den Zugang zu Online-Inhalten >14 Jahren eingerichtet, die denen im digitalen Rundfunk entsprechen. Microsoft hat die bestehenden Schutzanforderungen in einer Richtlinie zusammengefasst („Mi-

crosoft Online Safety Policy, Standards and Procedures“). Teile der RTL Gruppe bieten spezielle Kids-Safe-Bereiche mit ausschließlich kindgeeigneten Inhalten an. Tuenti hat ein „Expert Committee on Security and Privacy“ eingerichtet, das das Unternehmen über neue Nutzungsentwicklungen und -praktiken informiert.

Löschmaßnahmen: Einige der Unternehmen unterstützen internationale Initiativen und Knoten zur Bekämpfung von kinderpornografischem Material mit finanziellen Mitteln (BT, Liberty, Telefónica, Vodafone). Andere versprechen weitere Arbeiten an der Verbesserung der Zusammenarbeit mit internationalen Stellen (Facebook) oder haben bereits Schnittstellen eingerichtet (Microsoft, Nokia, Telecom Italia, TeliaSonera). Google hat seine Suche dahingehend verbessert, dass die Ergebnisse bei über 100.000 Wortkombinationen um potentiell illegale Inhalte bereinigt wurden; daneben zeigt die Suchmaschine bei einschlägigen Suchwörtern Warnhinweise an. Google weist daneben darauf hin, dass das Unternehmen derzeit einen Algorithmus entwickelt, der kinderpornografisches Videomaterial besser automatisiert erkennen kann. Microsoft hat einen speziellen „Chief Online Safety Officer (COSO)“ etabliert und ein „Cybercrime Centre“ eingerichtet, die sich (auch) um die Schutzbelange Jünger kümmern.

Die einzelnen Berichte der Unternehmen weisen daneben eine weitere Bandbreite an Aktivitäten aus. Viele der Implementationsberichte machen aber nicht deutlich, inwieweit die beschriebenen Aktivitäten lediglich den bereits bestehenden Status Quo darstellen und in welchen Bereichen tatsächlich eine Verbesserung bzw. ein Ausbau der Aktivitäten in 2013 erfolgte. [SD] ◆

## 5.2 UK: BBFC erwägt Möglichkeiten der Altersklassifizierung von Musikvideos

Nach Beschwerden von Eltern und einer Warnung von Premierminister Cameron an die Musikindustrie experimentiert der britische Inthaltklassifizierer BBFC derzeit mit der Alters-einstufung von Musikvideos. Im Vorfeld hatten Videos von Miley Cyrus, Robin Thicke und Lily Allen für eine öffentliche Debatte in Großbritannien darüber gesorgt, inwieweit die als besonders idolisierend wahrgenommenen Musikvideos bestimmte – etwa sexualisierte, rassistische, gewaltverherrlichende oder frauenverachtende – Lebensweisen als anzustrebendes Lebensmodell oder gesellschaftliche Normalität suggerieren. Für die Tests hat die BBFC ein Prüfungsraster entwickelt, das derzeit auf freiwillig von britischen Musiklabels eingereichten Videos

Anwendung findet. Die Erprobung erfolgt offenbar auch in Kooperation mit Google. Das Unternehmen würde nach Aussage der BBFC erwägen, die BBFC-Altersfreigaben bei Abrufen mit anzuzeigen und nach Möglichkeiten der Nutzbarkeit für elterliche Schutzsoftware Ausschau halten. Die neuen Bewertungsrichtlinien der BBFC weisen darauf hin, dass die Klassifikationsstelle alle Elemente mit bewertet, die problematische Verhaltensweisen idolisiert. [SD] ◆

### QUELLEN

- › Telegraph, „Cameron gets tough on raunchy videos“; <http://www.telegraph.co.uk/technology/internet/9192366/Cameron-gets-tough-on-raunchy-videos.html>.
- › Guardian, „BBFC plans to introduce age ratings for music videos“; <http://www.theguardian.com/music/2014/jan/13/bbfc-wants-age-rating-system-introduced-online-videos>.

## 5.3 USA: COPPA 2.0 am 1. Juli 2013 mit restriktiven Vorgaben für den Kinderdatenschutz in Kraft getreten

Die von der US-amerikanischen Handelskommission FTC novellierte Vorgaben für die Verarbeitung personenbezogener Daten von Kindern unter 13 Jahren (COPPA - Children's Online Privacy Protection Act von 1998) sind zum 1. Juli 2013 in Kraft getreten. Die Vorschriften richten sich an Betreiber von Online-Diensten, die sich entweder spezifisch an Kinder unter 13 Jahren richten oder wissen, dass es sich bei bestimmten Nutzern um entsprechende Minderjährige handelt. Mit der Novellierung wurden die rechtlich verbindlichen Anforderungen an Online-Anbieter an die neuen Angebotsstrukturen und Nutzungsweisen angepasst. Wichtige Ände-

rungen betreffen die definierte Liste der Daten mit Personenbezug, zu denen jetzt auch Lokalisierungsdaten, Fotografien und Videos zählen. Auch persistente Identifikationsmerkmale wie Cookies und AdIDs werden von den Vorgaben umfasst. Eine teils ausgenutzte Schutzlücke, bei der Anbieter von Kinder-Apps das Verbot durch an die App gedockte Dienste Dritter umgehen konnten, wurde geschlossen; entsprechende Praktiken, die intransparent waren, sind nunmehr komplett untersagt. In allen Fällen der transparenten Zuhilfenahme entsprechender Drittdienste müssen sich auch diese externen Dienstleister an die COPPA-Vorgaben halten. >



Der nach wie vor geltende Grundsatz von COPPA ist das Verbot der Datenverarbeitung von Kindern – außer die Eltern haben eingewilligt. Im Hinblick auf die elterliche Einwilligung stellt die COPPA-Revision höhere Anforderungen an den Prozess und die Dokumentation der Einwilligung (transparent, freiwillig, nachvollziehbar). Liegt deren Einwilligung in Form von Unterschriften, mündlichen Erklärungen über Webcams, Abgabe bestimmter Personen-IDs oder der Eingabe von altersverifizierten Zahlungsdaten vor, können die Daten der Kinder verarbeitet werden. Hier gelten dann restriktive Vorgaben für den Umgang (Datensicherheit) und für die Weitergabe der Daten an Dritte (Datenschutz). Datenverarbeitende Unternehmen müssen daneben Sicherheitsvorkehrungen für die Speicherung und Löschung vorhalten. Die FTC ermöglicht die Einreichung und Anerkennung weiterer Einwilligungsformen.

Daneben sieht der „COPPA 2.0“ die Möglichkeit vor, dass sich Gruppen von Wirtschaftsunternehmen selbstregulative Vorgaben und Richtlinien geben (codes of conduct), die von der FTC auf ihre Rechtmäßigkeit hin überprüft und entsprechend von den beigetretenen Mitgliedsunternehmen implementiert werden („safe harbors“). Begleitet wurde das Inkrafttreten der neuen Vorschriften von mehreren Informationsangeboten, die sich teils an Anbieter, teils an Eltern richten. [SD] ◆

#### QUELLE

- › FTC, „Revised Children’s Online Privacy Protection Rule Goes Into Effect Today“; <http://www.ftc.gov/news-events/press-releases/2013/07/revised-childrens-online-privacy-protection-rule-goes-effect>.

## 5.4 USA: Kalifornien führt Straftatbestand für Rachepornos ein

Im Herbst hat der kalifornische Gesetzgeber einen neuen Straftatbestand in das Strafgesetzbuch aufgenommen, der speziell Fälle umfassen soll, in denen die Tatperson Nacktfotos oder -Videos ins Netz stellt, ohne das Einverständnis der abgebildeten Person nachweisen zu können. Ziel der neuen Vorschrift ist es, das Posten von sogenannten Rachepornos einzudämmen, d.h. Situationen zu sanktionieren, in denen ein Ex-Partner einer sexuellen Beziehung aus Wut, Enttäuschung oder Rache die von ihm angefertigten Darstellungen veröffentlicht – nicht jedoch die vorher vom Ex-Partner zugesandten Fotos. Anders als im deutschen Strafrecht sind von einer solchen Vorschrift solche Konstellationen umfasst, in denen die Fotos oder Videos zunächst einvernehmlich angefertigt wurden. Die deutsche Vergleichsvorschrift § 201 a Abs. 3 StGB ist da-

gegen nur auf Situationen anwendbar, in denen die Weitergabe vormals befugter Aufnahmen wissentlich unbefugt erfolgt; zudem erfordert die Vorschrift eine Abbildung von einer Person, „die sich in einer Wohnung oder einem gegen Einblick besonders geschützten Raum befindet“. Dies mag aber nicht für alle Sexting-Situationen, d.h. das Zusenden selbst angefertigter Aufnahmen an einen Sexualpartner, zutreffen. Dafür arbeitet das deutsche Recht nicht mit der Einschränkung, dass der Täter, der das Bild weitergibt, auch selbst angefertigt haben muss.

Eine Regelungslücke des deutschen Rechts besteht auch ansonsten nicht, da die Veröffentlichung von Bildnissen – nicht nur aus dem Intimbereich – ohne das Einverständnis der betroffenen Person ebenfalls strafrechtlich bewehrt ist ➤

(s. § 33 Abs. 1 KUG). Da es sich hierbei allerdings um bildnisschutzspezifisches Nebenstrafrecht handelt, ist diese Möglichkeit nicht allen Polizeibehörden und Betroffenen bekannt. Ein Vorgehen gegen den Täter auf zivilrechtlichem Wege (Unterlassung, Schadenersatz, ggf. Schmerzensgeld) bleibt dem Betroffenen daneben in beiden Rechtsordnungen unbenommen.

Bürgerrechtsorganisationen kritisierten die kalifornische Vorschrift als zu unscharf und in der Lage, schlimmstenfalls negative Konsequenzen für das Recht auf freie Meinungsäußerung zu haben. „Revenge Porn“-Aktivisten gehen die Regelungen dagegen nicht weit genug, da Studi-

en aufzeigen, dass in 80% der Nacktaufnahmen diese von den Abgebildeten selbst angefertigt und dann im Rahmen von Sexting dem anderen Partner verfügbar gemacht würden. [SD] ◆

#### QUELLEN

- › Mashable, „California Senate Votes to Ban Online 'Revenge Porn'“; <http://mashable.com/2013/08/15/state-senate-ban-revenge-porn/>.
- › Telepolis, „Kalifornischer Senat verabschiedet Gesetz gegen 'Rachepornos'“; <http://www.heise.de/tp/blogs/8/154812>.
- › CNN, „New California 'revenge porn' law may miss some victims“; <http://edition.cnn.com/2013/10/03/tech/web/revenge-porn-law-california/>.

## 5.5 Australien: Erste Erfahrung mit neuer "R18+"-Kennzeichnung bei Games

**A**ls Australien im Februar 2013 die neue Altersfreigabe „R18+“ gesetzlich einführte, war diesem Schritt eine mehrjährige Diskussion in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft vorausgegangen. Zuvor war die höchste Altersfreigabe für in Australien erscheinende Games die Kategorie „M15+“. Aus der Einführung einer neuen (hohen) Alterskategorie lassen sich bereits zu diesem Zeitpunkt erste Erfahrungen gewinnen, die auch für Änderungen der Altersgruppen in anderen nationalen Systemen aufschlussreich sein können. So lässt sich eine besonders kritische Begleitung der jüngsten „M15+“-Vergaben beobachten, da das Risiko eines traditionellen Wohlwollens vermutet wird. Entsprechende Forderungen an die Korrektheit und Rigorosität der Anwendung der neuen Altersstufe wurden danach laut, auch der Vergleich mit Einstufungen kritischer Titel in anderen Ländern wurde von Kri-

tikern angestellt. Im Herbst ordnete der Justizminister des Territoriums Süd-Australien an, zwölf Games erneut einer Beurteilung zu unterziehen, bei denen er der Ansicht sei, dass die aufgestellten Richtlinien nicht adäquat angewandt wurden.

Der erwartete Dammbbruch bei der Prüfung von actionlastigen Spielen, die ihrer Art nach zuvor keine Freigabe erhielten und in Australien nicht erhältlich waren, ist dagegen nicht eingetreten. Die Klassifizierungsbehörde hat auch nach der Einführung der neuen Altersstufe verweigert, einzelnen Spielen eine „R18+“-Freigabe zu erteilen; Gründe dafür waren neben besonders gewalthaltigen Darstellungen auch der Umstand, dass in den betreffenden Spielen Drogen oder verschreibungspflichtige Medikamente konsumiert werden können, die die Ausdauer oder Kraft der Spielfigur erhöhen. Damit bleiben spezifische >

Spiele in Australien auch weiterhin nicht erhältlich, obwohl sie nicht gegen Strafrecht verstoßen. Letzteren Umstand prangert der australische Spieleherstellerverband als Zensur an, da so auch Erwachsenen aufgrund einer staatlichen Entscheidung der Zugang zu einigen Erwachsenenspielen verwehrt wird. Auf Kritik der Spieleindustrie traf Anfang des Jahres zudem, dass die südaustralische Regierung Spielsucht-Präventionsplakate veröffentlicht hatte, die mit dem Slogan „Gambling starts with gaming“ den Eindruck erweckt hatten, dass es einen Zusammenhang zwischen Computerspielen und Glücksspiel gäbe. Einen entsprechenden Kausalzusammenhang hatte aber eine australische Studie im Vorfeld der Plakataktion gerade nicht herstellen können. [SD] ◆

#### QUELLEN

- › Gamepolitics, „State of Decay Refused Ratings Classification in Australia“; <http://gamepolitics.com/2013/06/26/state-decay-refused-ratings-classification-australia>.
- › ABC, „SA Government doubts tougher video games classification rules are working“; <http://www.abc.net.au/news/2013-09-20/sa-doubts-tougher-video-games-rules-working/4971384>.
- › Australian Government, „Classification review announced for 12 computer games“; [http://www.classification.gov.au/Public/Resources/Documents/2013%20media%20releases/CRB\\_release\\_announcingthereviewofMultiplecomputergames.pdf](http://www.classification.gov.au/Public/Resources/Documents/2013%20media%20releases/CRB_release_announcingthereviewofMultiplecomputergames.pdf).
- › Gamepolitics, „Australian Classification Board Reveals Specific in Saints Row IV Ruling“; <http://gamepolitics.com/2013/06/26/australian-classification-board-reveals-specific-saints-row-iv-ruling>.
- › Gamepolitics, „IGDA Applauds South Australian Government's Decision to Take Down Anti-Videogame Billboards“; <http://gamepolitics.com/2014/01/10/igda-applauds-south-australian-governments-decision-take-down-anti-videogame-billboards>.

## 6 Sonstige Entwicklungen

### 6.1 Wiedereinführung öffentlicher Einträge für Jugendliche auf Facebook

Facebook kündigte Mitte Oktober zwei Änderungen im Hinblick auf die Konten junger Nutzer von 13 bis 17 Jahren an, die sich um die Sichtbarkeit von auf dem sozialen Netzwerk eingestellten Beiträgen drehen. So änderte das Unternehmen die Voreinstellung für neue Posts von „Freunde von Freunden“ zu „Freunde“, was einer deutlichen Beschränkung der Sichtbarkeit entspricht. Gleichzeitig führte Facebook daneben die Möglichkeit (wieder) ein, die eigenen Beiträge für alle Welt sichtbar zu machen. Das Unternehmen begründet den Schritt mit dem Hinweis darauf, dass andere soziale Netzwerke vergleichbare Möglichkeiten böten und es Situationen und

minderjährige Nutzer gebe, die eine entsprechende Öffentlichkeit benötigen, um ihre Anliegen effektiv kommunizieren zu können (z. B. politischer Aktivismus). Jugendliche, die einen entsprechend öffentlich einsehbaren Post erstellen, erhalten bei der Auswahl eine Warnung („Wusstest Du, dass öffentliche Beiträge von jedem gesehen werden können, nicht nur von Personen, die Du kennst?“). [SD] ◆

#### QUELLE

- › Facebook, „Teens Now Start With "Friends" Privacy for New Accounts; Adding the Option to Share Publicly“; <http://newsroom.fb.com/News/737/Teens-Now-Start-With-Friends-Privacy-for-New-Accounts-Adding-the-Option-to-Share-Publicly>.

### 6.2 Medienberichte über falsche Blacklistings bei britischen Zugangs Providern

Die auf Seiten der großen britischen Zugangsprovider in erster Linie aufgrund von politischen Forderungen der britischen Regierung eingeführten Netzsperrungen geraten zunehmend in die Kritik. In Medienberichten mehren sich die Hinweise auf fehlerhafte Einordnungen jugendschutzrechtlich unbedenklicher Seiten in die den Sperrungen zugrundeliegenden Blacklists: So wurde im Dezember 2013 bekannt, dass die ISP-

seitig eingesetzten Filter versehentlich auch Sexualerziehungsangebote und Seiten von Aufklärungsinitiativen sowie Unterstützungsstellen in Fällen häuslicher Gewalt und Kindesmissbrauch sperrten. Im Januar folgte eine Blockade des zentral ausgespielten Updates für das Spiel „League of Legends“, da im Dateinamen die Buchstabenfolge s-e-x enthalten war. Ende Januar folgte dann eine versehentliche Blockade des Zugriffs auf >

die jQuery-Javascript-Bibliotheken, die von unzähligen Webseiten auf aller Welt eingesetzt und entsprechend verlinkt werden; die entsprechend betroffenen Angebote waren dadurch für britische Kunden mit aktiviertem Filter nur eingeschränkt oder gar nicht nutzbar. [SD] ◆

#### QUELLEN

- › BBC, „Porn filters block sex education websites“; <http://www.bbc.co.uk/news/uk-25430582>.
- › The Guardian, „UK porn filter blocks game update that contained 'sex'“; <http://www.theguardian.com/technology/2014/jan/21/uk-porn-filter-blocks-game-update-that-contained-sex>.
- › PC Pro, „jQuery blocked by Sky's parental controls“; <http://www.pcpro.co.uk/news/386755/jquery-blocked-by-skys-parental-controls>.

## 6.3 Wirbel um Enthauptungsvideos auf Facebook

Nachdem Facebook im Mai 2013 drastische Gewaltdarstellungen auf Grundlage der Nutzungsrichtlinien aus dem Netzwerk verbannt hatte, weigerte sich das Unternehmen offenbar unter Verweis auf neue interne Richtlinien im Oktober, ein von den Nutzern gemeldetes Enthauptungsvideo zu entfernen. Facebook verteidigte seine Haltung unter Hinweis darauf, dass entsprechende Videos zulässig seien, wenn mit ihrer Hilfe auf Missstände hingewiesen würde oder entsprechende Praktiken kritisiert würden. Nachdem mehrere Politiker und Familienorganisationen sich offiziell über dieses Verhalten beschwert

hatten und mindestens eine vorgeschaltete Warnung forderten, entschied sich das Unternehmen um und erklärte, entsprechende Inhalte nicht mehr zulassen zu wollen. [SD] ◆

#### QUELLEN

- › BBC, „Facebook lets beheading clips return to social network“; <http://www.bbc.co.uk/news/technology-24608499>.
- › BBC, „Facebook U-turn after charities criticise decapitation videos“; <http://www.bbc.co.uk/news/technology-22368287>.
- › Tagesschau, „Diskussion über Gewaltverherrlichung: Facebook entfernt Enthauptungsvideo“; <http://www.tagesschau.de/ausland/facebook-videos100.html>.