

Ins Netz gegangen:

www.kindersache.de

Ein bunter Punkt für Kinder in der virtuellen Welt Erwachsener

Gute Angebote für Kinder sind rar. Das gilt nicht nur für das Fernsehen und die Printmedien, sondern besonders für das Internet. Nach einer Studie des Münchner Instituts für Jugendforschung, das 1.000 Kinder befragt hat, haben nur etwa die Hälfte der Kinder im Alter zwischen 6 und 14 Jahren Zugriff auf einen Computer, beispielsweise im Elternhaus, in der Schule und im Freundeskreis. Fast 20% sind einmal im Monat im Internet. Doch fast jedes vierte Kind in Deutschland ist mit den Internet-Angeboten unzufrieden. Sie vermissen kindgerechte Themen wie Tiere, Spiele und Natur. Ursache sind sicher auch die hohen Kosten für ein interaktives und aktuelles Angebot. Es ist aber auch die Einstellung der Wirtschaft, die in Kindern bestenfalls Werbekonsumenten sieht. Lediglich einige Rundfunk- und Fernsehanstalten haben ein größeres Angebot für Kinder. Projekte aus dem „non profit“-Bereich sind hingegen häufig unattraktiv für Kinder, weil sie technisch nicht gut gemacht sind oder sich vom Stil eher an Pädagogen richten. Eine der wenigen Ausnahmen ist das Kinderprojekt des Deutschen Kinderhilfswerks.

Seit Anfang 1999 gibt es das Internetprojekt *Kindersache* (www.kindersache.de). Mittlerweile gehört *Kindersache* mit bis zu 12.000 Besuchern pro Woche zu den beliebtesten Kinderseiten in Deutschland. Entstanden ist *Kindersache* als Projekt der Infostelle Kinderpolitik des Deutschen Kinderhilfswerks. *Kindersache* präsentiert einen bunten Mix aus Spiel, Spaß und Information rund um die Themengebiete Kinderrechte, Politik und Schule. Zudem wird viel Wert auf Beteiligung der jungen Besucher gelegt. Unter dem Motto „fördern und fordern“ gibt es in

jeder der sechs Rubriken zahlreiche interaktive Elemente.

- **„Rabatz“** ist die Onlinezeitung von *Kindersache*. Dort gibt es Nachrichten für Kinder, Witze, Geschichten und vieles mehr. Die Artikel beschäftigen sich zum Beispiel mit Kinderrechten in anderen Ländern und im Mittelalter. Im Bereich „Übersetzer gesucht“ sind alle zwei Monate neue Artikel der UN-Kinderrechtskonvention, so wie sie von den Kindern übersetzt worden sind, zu finden.
- **„Inter@ktiv“** ist der Clubbereich von *Kindersache*. Dort gibt es zum Beispiel den „Schwatzraum“, einen Chat, der von Kindern und Erwachsenen moderiert wird, ein Internetlexikon für Kinder und den „Infoclub“, dem ungefähr 800 Kinder und Jugendliche angehören.
- Der **„Spielplatz“** ist unbestritten einer der beliebtesten Bereiche in *Kindersache*. Ein Hit ist zum Beispiel das *Memory*. In diesem Onlinespiel müssen Kartenpaare mit Kinderrechten aufgedeckt werden. „Geschichten spinnen“ ist ebenfalls sehr beliebt. Kinder haben hier die Möglichkeit, einen kurzen Comic weiterzuschreiben. Neben anderen Spielen gibt es hier auch eine ausführliche Sammlung von Links für Kinder.
- **„Mitgemacht“** fordert zum Beteiligen auch außerhalb des Internets auf. Dort befinden sich Informationen über Kinder- und Jugendparlamente und Diskussionsforen zu Themen wie gesunde Ernährung, Umwelt, Schule, Spielplätze und Verkehr. Aktuell ist zum Beispiel eine Aktion gegen Hundehaufen. Unter dem Motto „Wir finden's Scheiße“ können sich die jungen Besucher vorgefertigte Flugblätter und Anschläge gegen Hun-

dekot auf Spielplätzen, in Parks und auf Gehwegen ausdrucken und verteilen oder aufhängen.

- **„Politik & Rechte“** ist der Bereich, welcher informieren will über Kinderrechte, Politik und die verschiedenen Einrichtungen, die sich anwaltlich für Kinder einsetzen. Hier wird erklärt, was Parteien sind, wie Politik gemacht wird, was Kinderbüros, Kinderanwälte und Kinderbeauftragte sind. In der „Landkarte“ können die Besucher dann auch gleich nachschauen, welche dieser Einrichtungen es in ihrer Stadt gibt. Diese Landkarte ist eine spezielle Version einer Datenbank (kinderpolitische Landkarte) der Infostelle Kinderpolitik. Außerdem gibt es hier die UN-Kinderrechtskonvention in kindergerechter Form und ein Diskussionsforum mit wechselnden Themen.

In vielen Rubriken und Unterrubriken gibt es Bereiche, in denen auf weitere Angebote für Kinder im Netz hingewiesen (verlinkt) wird. Da das Angebot für Kinder noch überschaubar ist, ist die Kommunikation zwischen den Anbietern eng. Gemeinsam mit anderen Kinderprojekten hat *Kindersache* zum Beispiel eine Aktion *Kids helfen Kids im Kosovo* durchgeführt. Sage und schreibe 20 Tonnen gebrauchtes Spielzeug konnte über das Internet gesammelt und an die Kinder im Kosovo geschickt werden. Aber auch auf anderen Gebieten gibt es Kooperationen. Zusammen mit dem Kinderbüro Frankfurt ist der erste „virtuelle Kinderstadtplan“ (stadtplan.kindersache.de) anlässlich der IAA in Frankfurt 1999 entstanden.



Das Thema Medienkompetenz ist mittlerweile Modewort geworden. Wenn dieser Begriff im Zusammenhang mit der Bildungsmisere genannt wird, dann meist nur aus der Angst heraus, später nicht ausreichend Erwerbstätige zu haben, die sich in unserer technologisierten Arbeitswelt zurechtfinden. Aber mit Medienkompetent aufzuwachsen, bedeutet mehr, als sie nur bedienen zu können.

Damit Kinder die Möglichkeit haben, diese Fähigkeit zu erlernen, braucht es im Internet Angebote wie die *Blinde Kuh* (eine Suchmaschine für Kinder – www.blinde-kuh.de), das *Kindernetz* des SWR (eine virtuelle Stadt für Kinder – www.kindernetz.de) oder eben *Kindersache*. Denn nur hier haben Kinder die Möglichkeit sich frei und gefahrlos zu bewegen und somit zu lernen, mit dem Medium umzugehen.

Dies ist nicht nur im Hinblick auf Deutschland als zukünftigen Medien- und Technologiestandort wichtig. Das Internet ist ein eigener Lebensbereich wie der Verkehr, die Arbeitsstelle oder Einkaufswelt geworden. Unabhängig davon, ob diese Entwicklung begrüßenswert ist, wird das Internet weiter an Bedeutung zunehmen. Kinder sind in unserer Gesellschaft bereits aus vielen Lebensbereichen ausgeschlossen und verdrängt

worden. Umso wichtiger ist es, Kinder in diese Lebenswelt zu integrieren. Hierzu müssen vernünftige Angebote für Kinder existieren, die von Kindern auch angenommen werden. Es reicht nicht aus, bunte und peppige Animationen mit albernen Werbespielchen zu präsentieren. Kinder müssen beteiligt werden, damit sie sich diese Welt selbst erschließen können.

Das Deutsche Kinderhilfswerk und Volkswagen AG loben deshalb seit fünf Jahren den „Kids Award“ aus. Dieser Event ist der wichtigste Förderpreis für Kinderseiten im deutschsprachigen Internet. Jährlich werden mit dem „Kids Award“ Internetangebote für Kinder und von Kindern in das Licht der Öffentlichkeit gerückt. Letztes Jahr war es unter anderem *Sowieso* (www.sowieso.de). *Sowieso* ist eine Onlinezeitung für Kinder von zwei Berliner Journalistinnen und ein gutes Beispiel für gelungene Information jenseits von kommerziellen Interessen.

Derweil tut sich auch etwas auf dem Sektor der kommerziellen Internetangebote für Kinder. Unter anderem haben Volkswagen mit der *AutoLernWerkstadt* (www.autolernwerkstadt.de) und Mars mit dem *Milky-Way Entdeckerclub* (www.milky-way.de) einen Schritt in die richtige Richtung getan.

Durch den Aktienboom bei Technologiewerten sind außerdem Unternehmen entstanden, die sich ausschließlich mit Internetangeboten für Kinder beschäftigen. Hiervon seien zwei genannt:

- Die Kindercampus AG ist ein Berliner Unternehmen, welches ein Portal (eine Eingangsseite mit Nachrichten, Service, Suchmaschine usw.) für Kinder erstellen will.
- Die TV Loomland AG ist ein Münchner Unternehmen, welches ein umfangreiches Sortiment an Spielfilmen und Serien im Internet präsentieren will.

Beiden Aktiengesellschaften ist gemein, dass sie derzeit noch keine Angebote für Kinder im Netz haben. Angesichts des wirtschaftlichen Erfolgsdrucks, unter dem diese Unternehmen stehen, ist es auch fraglich, ob die Kinderfreundlichkeit dabei nicht auf der Strecke bleiben wird.

Dirk Hoeschen ist Referent für kindgerechte Medien beim Deutschen Kinderhilfswerk.