

Ins Netz gegangen:

Ein gelungener Mix

www.clixmix.de

„Kühe sind Wiederkäuer. Sie kauen die Nahrung, die sie schon geschluckt haben, später noch einmal. Dadurch entsteht eine ganze Menge Speichel. Etwa 150 Liter pro Tag. So viel Spucke würde eine ganze Badewanne füllen. Stellt euch das mal vor!“ Wenn das bei Kindern mal nicht zur Verweigerung des wöchentlichen Badetages führt. Aber einmal abgesehen von den diesbezüglich Gefährdungseigenen, die vielleicht auch sonst nicht gerade zu Sauberkeit neigen: Wo erfahren Kinder bei allen Hypes um Superstars und Topmodels heute schon noch etwas über grundlegende Themen unseres Lebens wie Bauernhof, Essen und Trinken, Kleidung, Wald, Wetter – ja, und natürlich Fußball? Und wo wird das zudem noch gespickt mit Feinheiten, von denen man gar nicht weiß, dass man sie wissen könnte? Richtig, entweder in den Sachgeschichten der *Sendung mit der Maus* oder beispielsweise auf der Internetseite www.clixmix.de.

Hier bekommen junge – und natürlich auch wissbegierig gebliebene ältere – Seitenbesucher Grund- und Detailwissen in einzelnen

Themenpäckchen direkt nach Hause geschickt. Diese Anspielung muss sein, ist doch einer der beiden Initiatoren des Angebots die Deutsche Post AG. Doch weil man offenbar weder sein Image gefährden noch sich bei der jungen Zielgruppe anbiedern möchte, gibt man sich ganz handzahn ohne Kaufanreize; nicht einmal das eigene Kerngeschäft wird (bisher) thematisiert. Was eigentlich schade ist, weil die Kinderpost doch nach wie vor ein Renner nicht nur unter den Weihnachtsbäumen ist. Aber vielleicht hat man bei der Deutschen Post eine ganz andere Einschätzung von der eigenen Zukunft – denn wer von den heute 6- bis 10-Jährigen, der Zielgruppe dieser Seite, wird später überhaupt noch Briefe, Päckchen und Pakete versenden? Daher ist es wichtig, zunächst überhaupt als Marke im Zukunftsmedium Internet wahrgenommen zu werden und schon mal das eine oder andere Datenpaket zuzustellen; mal abwarten, wozu diese insgesamt harmlose Form von unterschwelliger PR später einmal gut ist. Dass hier jetzt alles mit rechten Dingen zugeht, signalisiert im Übrigen auch die Kenn-

zeichnung der Seite mit dem Qualitätssiegel des Erfurter Netcode Mitte 2012; in den Kriterien wird eine „klare Trennung von Inhalt und Werbung bzw. Verkauf“ genannt. Zusammen mit weiteren Partnern, insbesondere dem Lehrstuhl für Grundschulpädagogik und -didaktik der Ludwig-Maximilians-Universität München und der Stiftung Lesen, wird ein Internetauftritt gepflegt, der für die Kinder interessante Themen in vielfältiger Form anschaulich aufbereitet und zur Interaktion anregt. Das finden auch die jungen User selbst, heißt es doch in der „Urkunde“ der Kinder-Webjury bei der Vergabe eines „Goldenen Online Spatzen“ (ebenfalls 2012): „Clixmix hat einen sehr interessanten und lehrreichen Inhalt. Es gibt viele verschiedene Themen wie Tiere, Geld und Co. Hier macht das Lernen mit Videos und Hörspielen sehr viel Spaß. Außerdem gibt es interessante Spiele und Bastelideen zu jedem Thema.“ Jedoch werden nicht nur Inhalt, Gestaltung und „die vielen Mitmachmöglichkeiten“ gelobt, sondern auch punktuelle Schwächen angesprochen, z. B.: „Wir finden es unpraktisch, dass man zwei Klicks

braucht, um zurück zur Startseite zu gelangen“. Oder: Den „Nutzen der Anmeldung haben wir nicht ganz verstanden, da man auch ohne Anmeldung alle Inhalte einsehen kann.“

Das ist richtig, die Erläuterung der Seitenbetreiber dazu lautet: „Das Anlegen eines Accounts ist auf vielen Portalen und Websites nötig und muss geübt werden. Schauen Sie sich gemeinsam mit Ihrem Kind den Erklärfilm zum Log-in an und legen Sie danach einen Benutzernamen und ein Passwort fest. [...] In erster Linie dient das Einloggen als Übung. Nur in seltenen Fällen, wie z. B. bei Umfragen, ist der Account notwendig, da per Log-in festgestellt wird, ob ein Nutzer seine Stimme bereits abgegeben hat oder noch berechtigt ist, an der Umfrage teilzunehmen.“ Diese Erklärung, die derzeit im Erwachsenenbereich unter „Fit für die Medien“ versteckt ist, gehört eigentlich in ähnlicher Form direkt zum Log-in, um den Prozess für alle erkennbar als „Übung“ deutlich zu machen, bei der man z. B. auf ein schwaches Passwort dergestalt hingewiesen wird, dass man sich damit gar nicht erst an-

melden kann; eine E-Mail-Adresse muss auch nicht angegeben werden – gut so. Ist man – mit oder ohne Log-in – auf der Startseite, werden die Themenpakete ganz Post-alike wie auf einem Förderband in die Mitte des Bildschirms geliefert und auf- und zugemacht. Dazu die Kinder-Webjury: „Wir finden die Idee mit dem Karton und den ziehbaren Schnüren sehr interessant und ausgefallen.“ Man kann die Kartons nach links oder rechts verschieben und deren genaueren Inhalt kurz durch Mouseover erfahren. Für einen schnellen Überblick gibt es eine Übersicht im Bereich „Alle Themen“, das Angebot kann auch über „Vorschläge“ und eine „Suche“ erkundet werden. Es erscheint sehr gelungen, dass die Startseite ansonsten von den Auswahlmöglichkeiten eher spartanisch ausgefallen ist, sodass die jungen User nicht, wie sonst oft üblich bei Internetseiten, durch eine überfrachtete Menüführung zum Dauerklicken verführt werden. Natürlich geht es auch hier ums Entdecken, aber dafür können wenige, strukturierende Menüpunkte genügen.

Wesentlicher Bestandteil des Angebots ist auch der „Erwachsenenbereich“ für Eltern und Lehrkräfte. Hier finden sich grundlegende Informationen im schon erwähnten Bereich „Fit für die Medien“, wobei man versucht hat, es mit den Textlängen nicht zu übertreiben; insbesondere die Tipps unter „Sicher durchs Internet“ sind griffig-kompakt. „Clixmix im Unterricht“ ist eine wahre Fundgrube voller Ideen und Materialien für die Grundschule (Filme, Audiofiles, PDF-Arbeits-/„Mitmachblätter“). Wo immer möglich, wurden die Themen unter Beteiligung von Kindern erstellt, die z. B. in vielen Filmen auftreten. Und nicht nur für die Schule, auch für den Alltag ist hier vieles geeignet, z. B. eine interaktive Grafik, die die Frage klärt: „Was ist Abseits?“ Insgesamt bietet Clixmix eine sehr gelungene Mischung aus Spaß bzw. ansprechender Unterhaltung und kindgerechter Information, sowohl für zu Hause als auch für die Schule.

Dr. Olaf Selg