



Wenn es doch so einfach wäre, sich einen Trend zu kaufen ...

Foto: Paul Georg Meister, pixelio.de

Wie Trends kommen und gehen

Der neuste Hype aus USA ... oder doch nicht?

Dass Trends gerade für Kinder und Jugendliche eine große Rolle spielen, erklärt sich durch die Lebensphase, in der sie stecken: sich im Älterwerden weiterzuentwickeln, ist ein fundamentales Bedürfnis und Haupttreiber des Verhaltens. Jeder neue Trend, den man sich erschließt, und alles, was man dafür hinter sich lässt, ist ein Schritt nach vorne. Ein Fortschritt beim Erwachsenwerden. Es ist also kein Wunder, dass junge Menschen so begierig alles aufgreifen, was neu oder anders ist.

Dazu kommt die stark integrativ wirkende Funktion von Trends. Grundsätzlich definieren sich alle Menschen durch die Dinge und Produkte, die sie verwenden, egal ob das ein selbstgestrickter Pulli aus Öko-Wolle, ein Oldtimer-Auto oder eine Gucci-Tasche ist. Wir erkennen gleichgesinnte Menschen intuitiv an den Dingen, die sie haben – das war und ist in allen Kulturen der Welt so, seit der Mensch als soziales Wesen in Gruppen zusammenlebt. Trendprodukte stärken die Gemeinschaft aber auf besonders intensive Weise, denn durch das „Dabeisein“ beweist man seine Zugehörigkeit im Hier und Jetzt. Es ist eine extrem wirksame Bekräftigung der Gruppenzugehörigkeit, gerade weil sie aktuell und zeitlich begrenzt ist.

Frühaufsteher und Schlafmützen

Trends prägen auch den eigenen Status: Es gibt in allen sozialen Gruppen – von der ganzen Gesellschaft bis hin zur eigenen Clique – die Innovatoren, die neue Trends als Erste aufschnappen und der Gruppe quasi vorschlagen. Die Early Adopter, die vor der breiten Masse einsteigen und ohne deren Zutun ein Trend nicht groß werden kann; und schließlich die „Follower“, die erst dann

aufspringen, wenn der Trend aus der Nische hervorkommt und breit sichtbar wird. Jede dieser drei Gruppen unterstreicht bzw. erhält mit ihrem jeweiligen Umgang mit Trends den eigenen Status in der Gruppe.

Warum Trends wichtig sind, lässt sich also leicht erklären. Die Frage, wie Trends entstehen, ist dagegen schwerer zu beantworten – außer, dass es etwas Neues sein muss.

Ich bewundere den Rapper Kurdo. Er ist als Flüchtlingskind nach Deutschland gekommen, hat Deutsch gelernt, Abitur gemacht, was vielleicht keiner erwartet hätte. Und hat immer seinen Traum verfolgt.

Sandra (16)*

Neu meint dabei übrigens nicht unbedingt ein komplett innovatives Produkt oder einen gänzlich anderen Style. Es kann auch eine neue Verwendungsweise für etwas bereits Vorhandenes sein wie beim Retro- oder Re-Working Trend, wenn Altes wiederentdeckt bzw. auf neue Weise genutzt wird. Ebenfalls offensicht-

* Tanja Wirth hat Kinder und Jugendliche aus dem RIVA NORD befragt, wer für sie ein Vorbild bzw. „in“ ist.

lich ist, dass am Beginn eines Trends immer die bereits genannten Innovatoren stehen, die irgendetwas sehen, es als spannend empfinden und dann einem breiteren Publikum vorstellen. Früher blieben diese eigentlichen Schöpfer von Trends oft im Verborgenen und Trendscouts versuchten, für teures Geld, diese Trendsetter in Metropolen wie Berlin, New York oder Tokio aufzuspüren. In den Zeiten des Internets sind Innovatoren viel leichter zu identifizieren: Es sind heute oft die YouTuber und Blogger, die sich über ihre eigenen Kanäle äußern und Trends auf die Agenda hieven.

Doch nur, weil etwas neu ist und von einem dieser Multiplikatoren aufgegriffen wurde, ist es noch lange kein Trend. Hierfür braucht es Sichtbarkeit und muss aus der Trendsetter-Nische herauskommen. An diesem Knackpunkt scheitern viele Trend-Karrieren. Was für kurze Zeit als cool aufschimmerte, versandet schnell im Nirwana der ungezählten und vergessenen Pseudo-Hypes. Es braucht die Early Adopter, die mitziehen und den Trend in die Straßen tragen. Persönlichkeiten mit dem Mut, sich mit Dingen zu zeigen, die noch nicht jeder hat. Erst die ausreichende Anzahl dieser Early Adopter macht einen Trend für die breite Masse sichtbar und relevant.

Die 1-Million-Euro-Frage ist also, wie man die Early Adopter gewinnen kann. Dazu muss man noch einmal einen Schritt zu den Innovatoren zurückgehen. Der Innovator muss glaubwürdig und authentisch, vor allem aber auch ein guter, charismatischer Kommunikator sein. Fachkenntnis allein reicht nicht, denn in Zeiten von YouTube und Instagram gilt: Wer seine Botschaft nicht unterhaltsam

und visuell ansprechend verpacken kann, wird niemals einen coolen Trend befeuern können. Glaubwürdigkeit heißt wiederum nicht automatisch Unabhängigkeit: Die meisten Jugendlichen wissen etwa sehr wohl, dass bekannte YouTuberinnen wie Bibi oder Dagibee von Unternehmen dafür bezahlt werden, dass sie deren Produkte vorführen und kommentieren. Trotzdem können diese Video-Blogger Trends initiieren, denn sie werden als authentisch wahrgenommen und sind unterhaltsam. Die Industrie nutzt das, indem beispielsweise Neuprodukte vor dem Launch an solche YouTuber verteilt werden, damit das Interesse schon angefacht wird, bevor das Produkt überhaupt auf den Markt kommt.

Der Trend braucht Bewegung

Kommunikatoren setzen also Themen auf die Agenda. Doch einer allein reicht meistens nicht. Ein wichtiges Wahrnehmungsgesetz lautet: „Kontakt schafft Sympathie“, d. h. je öfter man etwas sieht, desto mehr gefällt es. Trends müssen der Zielgruppe also wiederholt und auf verschiedenen Kanälen begegnen, um die Masse zu überzeugen und als wichtig erkannt zu werden – Einzelmeinungen reichen nicht.

Parallel zur schrittweisen Kommunikation eines Trends ist auch die Distribution wichtig; wie also Trendprodukte im Handel zu bekommen sind. Wenn etwas schwer zu bekommen ist, steigert das die Begehrlichkeit und den Besitzerstolz, wenn man es ergattert hat. Typischerweise sind Trendprodukte deswegen oft rar und die Early Adopter suchen gezielt nach ihnen. Die Follower steigen



Richtig. Trends folgen einer Strategie

Foto: Publishr.de, pixelio.de

erst dann ein, wenn das Produkt schließlich überall zu haben ist.

Diese beiden Kriterien – Kommunikation durch Innovatoren und schrittweise Verbreitung – erklären auch, warum die Industrie Trends nicht „verordnen“ kann, selbst wenn sie das immer wieder versucht. Trends müssen aus der Nische in eine kleine Gruppe

hineinwachsen, bevor sie sich in die Masse ausbreiten können. Etwas, das schlagartig überall zu haben ist und von der Werbung laut bejubelt wird, kann niemals ein echter Trend sein.

Wann Trends schließlich wieder vorbei sind, ist einfach zu erkennen: Wenn auch die letzten „Langweiler“ bei einem Trend mitmachen, brauchen die Innovatoren etwas Neues, um sich in ihrer Gruppe zu profilieren. Spätestens dann muss die nächste Sau durch das Trenddorf getrieben werden.

Axel Dammler, geschäftsführender Gesellschafter von iconkids & youth

*Ich finde, Propheten sind ein gutes Vorbild.
Sie haben es geschafft, dass so viele
Menschen einer Religion beigetreten sind*
Samira (15)

Beobachtungen aus dem Spielmobil-Alltag

Kinderspiel im öffentlichen Raum – ‚in‘ oder ‚out‘?

Ein Münchner Spielplatz an einem sonnigen Nachmittag. Plötzlich lautes Brummen und gleichzeitig strahlende Kindergesichter: Das Spielmobil kommt; ein bunt bemalter Lkw – prall gefüllt mit Material, das zu Spiel und Bewegung motiviert. Das Team reicht Hula-Hoop-Reifen, Sprungseile und Straßenkreide aus dem Laderaum. Schon beginnen die ersten Kinder selbständig zu spielen.

Andere schließen sich einer Kollegin an, die Spiele mit Murmeln anleitet. Wieder andere Kinder basteln in der Kreativwerkstatt bunte Murmelhäuser aus Schuhkartons. Solche und ähnliche Szenarien erlebe ich seit 20 Jahren in der Spielmobilarbeit. Es ist immer wieder erstaunlich, dass einfachste Spielmaterialien bei Kindern nach wie vor bekannt und beliebt sind. Frage ich sie nach ihren Lieblingsspielen, höre ich Altbe-



Hauptsache draußen, Hauptsache genügend Zeit zum Spielen ...

Foto: Spielgemeinschaft Stadt e.V.

kanntes: Ochs am Berg, Jägerball, Verstecken oder Fangen.

Es gibt bei Spielen und Spielgeräte natürlich auch Moden, die kommen und gehen. Wer erinnert sich noch an Beyblades, kleine Kreisel aus Metall und Plastik, die man gegeneinander kämpfen lassen konnte? Vor zehn Jahren ein Hit bei den Kindern, heute kaum mehr zu sehen. Andere neu entdeckte Spielideen wie Crossboule oder Wikingerschach hingegen haben sich zu Familienspielen

Mein Vorbild ist die Sängerin und Schauspielerin Lea Michele. Sie hat eine fantastische Stimme und mich beeindruckt außerdem, dass sie schwierige Situationen (Tod ihres Freundes) so gut meistert.

Marie (16)

entwickelt, die so selbstverständlich wie Federball oder Frisbee generationenübergreifend im Park gespielt werden.

Das heißt: Einerseits lassen sich keine besonders tiefgreifenden und nachhaltigen Veränderungen und Trends im Spielverhalten

erkennen. Was sich hingegen verändert hat, sind gesellschaftliche Rahmenbedingungen für das Kinderspiel. Als Mitglied im Bündnis „Recht auf Spiel“ und Kontaktstelle des Deutschen Kinderhilfswerks (DKHW) haben wir uns an einer Umfrage zum Weltspieltag 2016 unter dem Motto „Spielen überwindet Grenzen“ beteiligt und etwa 200 Münchner Kindern im Alter von 6 bis 10 Jahren befragt. Dabei zeigte sich, dass eine deutliche Mehrheit sehr gern draußen spielt. Die Kinder nennen aber auch viele Gründe, die sie davon abhalten, mehr draußen zu spielen: Schule und Hausaufgaben, Erwachsene, die sich von ihrem Spiel gestört fühlen oder Eltern, die es ihnen nicht erlauben, alleine zum Spielen raus zu gehen.

Mehr Zeit zum Spielen

Das deckt sich mit unserer Beobachtung, dass Kinder zunehmend weniger Zeit und Raum für freies, selbstbestimmtes Spiel haben. Das ist ein bedenklicher Trend, denn gerade das Spielen draußen hat eine grundlegende Bedeutung für die kindliche Entwicklung. Holger Hofmann, Geschäfts-

fürer des DKHW: „Der öffentliche Raum, ob nun die Straße oder der Spielplatz, ist für alle da, unbeachtet des sozialen Hintergrunds, der Kultur, der Religion oder des Alters. (...) [Im Spiel] sollen auch die Grenzen vorgegebener Spielflächen für Kinder überschritten werden, um sich mit Neugier auf die Suche nach neuen Abenteuern und den eigenen Grenzen zu machen.“

Es bedarf also auch weiterhin gemeinsamer Anstrengungen, Kinder dabei zu unterstützen, ihr Recht auf Spiel wahrnehmen zu können, trotz gesellschaftlicher Trends wie räumliche Verdichtung, Beschleunigung des Lebensalltags und zunehmender Verschulung von Kindheit. Das Netzwerk AG Spiellandschaft Stadt setzt sich dafür seit mittlerweile 25 Jahren aktiv ein – Mitstreiter sind jederzeit herzlich willkommen.

Übrigens lässt sich laut Wikipedia das Wort „Trend“ aus dem Mittelhochdeutschen ableiten: trendeln bedeutete damals „kreiseln“ oder „nach unten rollen“. Klingt doch auch schon wieder fast spielerisch, oder?

Janine Lennert,
Spiellandschaft Stadt e.V.

Aktuelle Social Media Trends bei Jugendlichen

Ich feier das so!

Als Anfang Mai der 15-jährige Yoshi im Rahmen der re:publica, einer Konferenz für alles rund um das Web 2.0 und die digitale Gesellschaft, live über Skype zugeschaltet aus seinem Kinderzimmer heraus über Snapchat sprach, platzte der Raum aus allen Nähten. Alle der zumeist erwachsenen Besucherinnen und Besucher wollten ihn verstehen – diesen „neuesten Trend“ unter den Jugendlichen.

Snapchat ist eine Instant-Messaging-App, die es ermöglicht, Fotos – eventuell mit Filtern bearbeitet und einem kurzen Text versehen – an Freunde zu verschicken. Diese Fotos sind dann nur für wenige Sekunden zu sehen, bevor sie sich selbst „zerstören“. Während (Medien-)Pädagoginnen und -Pädagogen wissen wollen, wie die Jugend tickt, um die Lebenswelt der Jugendlichen zu verstehen und adäquate Angebote erstellen zu können, lechzt vor allem die Werbebranche nach neuen Möglichkeiten, Kaufanreize zu platzieren.

Was wollen die nur?

Yoshi wurde gefragt, ob er sich derlei Angebote, die direkt in Snapchat platziert werden, anschauen würde. Er schaute sich Werbeangebote schon an. Aber grundsätzlich gehe es ihm und anderen Jugendlichen darum, sich mit Freunden auszutauschen und Spaß zu haben. Jugendliche sind sich also durchaus bewusst, Zielgruppe der Wer-



Immer noch im Trend – das Selfie. Egal, aus welcher Perspektive

Foto: Joujou, pixelio.de

beindustrie zu sein, beeindruckt lassen sie sich dadurch aber eher nicht. Im Kern trifft Yoshi mit seiner Aussage genau das, worum es Jugendlichen bei neuen Web-Angeboten geht. Sie möchten unter sich sein, einen

Für mich ist meine Mutter ein großes Vorbild. Sie ist eine starke Frau, die auch gut ohne Mann selbständig leben könnte.

Maria (16)

Raum haben, in dem sie sich mit Freunden austauschen können. Ein gut überlegtes, langfristig angelegtes Selbstdarstellungsprofil wie bei Facebook ist für sie nicht mehr von Interesse. In vermeintlich privaten Räumen wie Whatsapp – oder eben Snapchat – sind Jugendliche noch unter sich. Auf Facebook, wo es sich inzwischen die Älteren und Alten gemütlich gemacht haben, fühlen sich Jugendliche nicht mehr zu Hause.

Das verschickte Foto muss nicht mehr unbedingt perfekt inszeniert sein, sondern

vielmehr möchten Jugendliche Momente mit Freunden teilen. Auch aktuelle Studien belegen diese Verschiebung zwischen den verschiedenen Web-Anwendungen. Die aktuelle Dr.-Sommer-Studie der Zeitschrift Bravo hat herausgefunden, dass Facebook weit abgeschlagen hinter Whatsapp, YouTube, Instagram und mittlerweile sogar Snapchat liegt.

*Für mich gibt es keine Helden oder Vorbilder.
Ich bin lieber mein eigenes Vorbild.*

Justin (15)

Neben der privaten Kommunikation mit Freunden, die Whatsapp besser und einfacher zu bedienen scheint als jedes soziale Netzwerk zuvor, schätzen Jugendliche auch eine gewisse Form der Vergänglichkeit. Oder, um es fachsprachlich zu bezeichnen, ist „ephemeral communication“ der Trend unter Jugendlichen. Auf Plattformen wie Younow, Twitch oder Periscope tummeln sich zu jeder Tages- und Nachtzeit viele Jugendliche. Auch wenn das eben Gestreamte vermeintlich rasch vorübergeht, muss man die Fallen beachten, die diese Angebote mit sich bringen. In diesem Fall reichen diese von Urheberrechtsverletzungen durch das im Hintergrund laufende Radio bis hin zu



Ohne geht nicht

Foto: Erwin Lorenzen, pixelio.de

einem mangelnden Schutz der Privatsphäre durch das Streamen unangemessener Inhalte.

Mit der Option zum Beruf

Generell – das zeigen sowohl der Siegeszug von Snapchat als auch die kontinuierlich steigende Nutzung von Instagram – sind Web-Anwendungen mit Fokus auf Fotos und Bildern sehr beliebt. Es werden Momente und Emotionen mit Freunden geteilt. Manche Fotos bleiben im Privaten, andere haben schon regelrechte Social-Media-Karrieren hinter sich. Besonders beliebt sind hier auch die kleinen Bildchen – zum Beispiel Ausschnitte aus Filmen oder Serien –, die

mit einem Meme (kurzer, witziger Text, Anm. d. Red.) bestückt ein Gefühl oftmals besser zum Ausdruck bringen als ein langer Text. Auch die Liebe zu Selfies ist ungebrochen. Neue Apps wie Faceswap oder MSQRD, die es ermöglichen, sein Gesicht in das eines Bären zu verwandeln oder sich große Manga-Augen zu verpassen, rangieren seit Wochen weit vorne in den App-Charts.

Last, but not least: YouTube ist längst etabliert – es ist aber nach wie vor Marktplatz von Jugendkultur. Traditionelle Medien haben es schwer, mit den kurzen Web-Videos erfolgreich zu konkurrieren. Jugendliche haben hier einen Ort, an dem sie genau die Form der Unterhaltung und Information finden, die sie sich wünschen. So ist beispielsweise „Let's Play“ – Videos, in denen Games gespielt und kommentiert werden – zum eigenständigen Genre geworden.

Für Jugendliche sind YouTube-Stars Menschen wie du und ich. YouTube ist für Heranwachsende nicht nur ein Ort der Unterhaltung, sondern auch zur Berufsoption geworden. Dabei geht es ihnen nicht primär darum, reich und berühmt zu werden, sondern sie möchten Filmcutter, Kameramann oder -frau bzw. Drehbuchautoren werden; für YouTube, für Web-Videos – und nicht unbedingt fürs Fernsehen.

Cornelia Walter, Projektleitung Web 2.0, KJR

Die Ökonomie des Teilens

Sharing oder Economy?

Ob Sharing Economy, Urban Gardening, Upcycling oder Crowdfunding – all diese Anglizismen, die für Ideen stehen, die auf Beteiligung einer Gemeinschaft beruhen, scheinen seit 2011 einen Aufschwung oder gar Hype zu erfahren. Das TIME Magazin sprach zum Thema Sharing gar von einer „Idee, die die Welt verändert“¹. Schließlich birgt sie durch bessere Ressourcennutzung enormes Nachhaltigkeitspotenzial.²

Mancher merkt an dieser Stelle an, dass all dies nichts Neues sei und prinzipiell Praktiken darstellt, wie es sie schon seit

*Mein größtes Vorbild ist meine Mutter.
Sie motiviert mich und sie macht irgendwie immer alles richtig. So will ich auch mal sein.*

Agnesa (15)

Ewigkeiten gibt. In der Tat; wahr ist allerdings auch, dass dies derzeit in einer Größenordnung geschieht, die die Welt noch nicht gesehen hat.³

Einer der Hauptgründe dafür liegt auf der Hand: Technologie. Nie zuvor in der Mensch-



Nutzen statt besitzen – auch beim Radeln

Foto: SWM/MVG

heitsgeschichte war es möglich, sich Wissen anzueignen und zu teilen, ein Fahrzeug zu mieten, einen Beamer zu leihen oder sich für eine Kleidertausch-Party am gleichen Nachmittag anzumelden. All das bei und mit Fremden und mit einem Gerät, das in jede Hosentasche passt.

Zwischen „Sharing“ und „Shareholder value“

Spannend – nicht nur für die Nutzer, sondern auch für potenzielle Anbieter. Das Unternehmen Airbnb, eine Plattform, die das

Übernachten in Privatwohnungen möglich macht, wird aktuell mit über 25 Milliarden Dollar bewertet. BlaBlaCar, die technologiegestützte Variante einer Mitfahrzentrale, die gerade das Schwarze Brett an der Uni ablöst, sammelte letztes Jahr knapp 180 Millionen Euro von Investoren ein. IKEA springt auf den Stadtgärtner-Trend auf, um Werbung für sein Möbelhaus zu machen.⁴ Also doch alles nur Kommerz – nichts mit Nachhaltigkeit?

Hier wie an anderen Stellen einer komplexen und schnelllebigen Welt misslingt der Versuch einer Sortierung in schwarz und weiß. Was spricht dagegen, ein gesellschaftliches Problem mit einem unternehmerischen Ansatz zu lösen – also damit seinen Lebensunterhalt zu verdienen und Arbeitsplätze zu schaffen? Prinzipiell nichts, im Gegenteil. Wenn jedoch die ursprünglich gute Idee ad absurdum geführt und einer auf Akkumulation basierenden kapitalistischen Logik

Justin Timberlake ist mein Held! Der sieht gut aus, macht tolle Musik und seine Texte sprechen mir einfach aus der Seele. Als wären sie aus meinem Leben.

Genta (15)

unterworfen wird, sehr wohl: Wenn Privatwohnungen dem Markt entzogen werden, um teuer an Touristen vermietet zu werden, wenn der eigentliche „Sharing“-Vorgang mehr Rohstoffe verbraucht, als dadurch eingespart werden, wenn das Interesse der Geschäftsführung hauptsächlich den finanziellen Bedürfnissen der Investoren dient, statt dem ursprünglichen Zweck, verkehrt sich die gute Idee ins Gegenteil.

Dennoch – das Potenzial ist da: Jedes geteilte Auto kann neun bis 13 Privatautos von der Straße verbannen.⁵ Für jede getauschte Hose, für jedes reparierte Smartphone muss ein solcher Gegenstand weniger – mit all der damit verbundenen Ausbeutung natürlicher und menschlicher Ressourcen – produziert werden. Mit gesundem Menschenverstand ergeben die meisten dieser neuen Möglichkeiten durchaus Sinn.

Vegan leben

Mehr als „Öko-Hippies“

Vegan ist ein Begriff, der aktuell häufig in den Medien zu hören und zu lesen ist. Noch bis vor wenigen Jahren konnte mit dem Begriff kaum jemand etwas anfangen. Was hat es damit auf sich? Warum gibt es Menschen, die vegan leben bzw. sich vegan ernähren?

Veganerinnen und Veganer streichen alle tierischen Lebensmittel und Produkte von ihrem Einkaufszettel. Das können beispielsweise auch Pelze, Leder oder tierische Fette in Kosmetikprodukten sein.



Aus alt mach neu (und cool)

Foto: soulsistermeetsfriends, pixelio.de

Fair und zukunftsweisend

Auch für die Herausforderungen einer den Finanzmärkten orientierten Wirtschaftslogik gibt es interessante Lösungen. Ein Beispiel sind Online-Plattformen wie Fairmondo – finanziert durch Anteile der Nutzer. Diese „Genossenschaften 2.0“ sind echte Alternativen zu Amazon oder E-Bay. Hier kommt der Mehrwert dieser Plattformen tatsächlich denen zugute, die ihn geschaffen haben – den Nutzern.

Man stelle sich vor, ab morgen der einzige Nutzer von Facebook zu sein. Nicht so spannend. Man stelle sich vor, ab morgen per Genossenschaftsanteil am Gewinn der Plattform

zu partizipieren. Klingt schon spannender. Vordenker wie Trebor Scholz⁶ arbeiten an eben diesen Lösungen – notwendig für den Reifeprozess einer sich in der Pubertät befindlichen digitalen Wirtschaftsform.

Die Aussichten sind sonnig für Lösungen, die im Sinne des Allgemeinwohls stehen. Dafür bedarf es allerdings des Mitdenkens und – viel wichtiger – des Mithandelns aller Teile unserer Gesellschaft. Für uns gibt es dabei keine Ausrede. Nie war es einfacher, eine aktive selbstbestimmte Rolle zu übernehmen. Dann wird sie sichtbar – die demokratisierende Fähigkeit des Internets.

David Weingartner,
Oui Share Magazin

1 http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521_2059717_2059710,00.html

2 Weingartner, D., 2013. Collaborative Consumption as a Contribution to Sustainable Development – online verfügbar <http://bit.ly/1xX2otc>

3 <https://www.pwc.com/us/en/technology/publications/assets/pwc-consumer-intelligence-series-the-sharing-economy.pdf>

4 <http://www.horizont.net/agenturen/nachrichten/Ikea-Thjnk-macht-Urban-Gardening-zum-Thema-der-Fruehlingskampagne-139411>

5 <http://tsrc.berkeley.edu/vehicleholdings>

6 Scholz, T., 2016, Platform Cooperativism – online verfügbar: http://www.rosalux-nyc.org/wp-content/files_mf/scholz_platformcooperativism21.pdf

mit der ein Mensch einen Monat duschen könnte. Dabei wird zudem mehr CO₂ ausgestoßen und Anbaufläche benötigt, als dies bei pflanzlichen Lebensmitteln der Fall ist.

Lebewesen werden nach ihrem Nutzen beurteilt

Vielen Menschen liegt noch ein anderer Grund am Herzen: Sie möchten nicht, dass für ihre Ernährung und Lebensweise Tiere gequält und ausgebeutet werden. Die Wenigsten denken darüber nach, wo ihr Essen

herkommt. Jedes Jahr werden über 56 Milliarden sogenannter „Nutztiere“ getötet, um sie zu verzehren. Hinzu kommen Milliarden von Meerestieren. Die meisten von ihnen sterben qualvoll. Nur wenige dieser „Nutztiere“ sehen jemals Tageslicht, die meisten dürfen nie frische Luft atmen. Die Werbung gibt ihr Bestes, um Fleisch, Fisch, Milch, Eier & Co. als gesund und lebensnotwendig darzustellen. Wissenschaftliche Studien widersprechen dem längst.

Wer sich für eine vegane Ernährung entscheidet, rettet jährlich knapp 100 Tiere.

Wie verbreitet ist nun dieser Trend zum Veganismus tatsächlich? Statistiken zufolge bezeichnen sich 1,2 Prozent der deutschen Bevölkerung selbst als Veganerin bzw. Veganer. Das sind etwa 850.000 Menschen – Tendenz steigend. Medien berichten regelmäßig von einem kontinuierlichen Anstieg der Umsatzzahlen im vegetarisch-veganen Bereich.

Auch Personen des öffentlichen Lebens wagen den Versuch einer veganen Lebensweise und behalten diese dann aus Überzeugung bei. Diese wachsende Zahl von Konsumenten wird von immer mehr Unternehmen als potenzielle Kundschaft erkannt. Sogar eingefleischte Marktführer in der Tierverarbeitungsindustrie versuchen sich mit veganen Angeboten. Unter vegan lebenden Menschen eine umstrittene Entwicklung, weil dadurch ethisch motivierte Kleinunternehmen vom Markt verdrängt werden.

Also kein totes Tier auf dem Teller oder der Semmel. Das mag für viele noch nicht so befremdlich wirken. Doch warum sollte man auch Milchprodukte oder Eier vom Einkaufszettel streichen? Damit eine Kuh Milch gibt, muss sie geschwängert werden. Wie beim Menschen gibt sie nur dann Muttermilch,



Vegan zu leben bedeutet, alle Lebewesen zu achten

Foto: Animals United

wenn sie ein Kind hat. Damit Menschen die Milch trinken können, wird der Kuh das Kalb weggenommen. Begleiterscheinungen solcher Tierhaltung sind unter anderem Verletzungen und auch die Zufütterung von Antibiotika zur Prävention von Epidemien in den Massentierhaltungsställen. Als Folge davon entwickeln Konsumenten später Antibiotika-Resistenzen. Selbst leichte Krankheiten können dann nicht mehr wirksam behandelt werden, weil die Patientinnen und Patienten nicht auf die Medikamente reagieren.

Für die Produktion von Eiern werden jährlich Millionen männlicher Küken vergast oder lebendig geschreddert, da sie keine Eier legen und daher für die Lebensmittelindustrie wertlos sind. Leider verdrängen viele Menschen diese Fakten. Das ändert nichts an der Tatsache, dass tierische Produkte unausweichlich mit unglaublichem Leid verbunden sind. Immer mehr Menschen entscheiden sich deshalb, dass sie diese Lebensweise nicht länger unterstützen wollen.

Es geht auch anders – sogar gut

Was kann man überhaupt noch beruhigt essen? Etwas Gewohntes aufzugeben, scheint vielen Menschen extrem schwerzufallen. Dabei ist es viel einfacher als gedacht. Wer denkt, Veganerinnen und Veganer essen nur Salat, Steine und Gras, liegt völlig falsch. Egal ob Pizza, Pasta, Pommes, Kekse, Kuchen, Nudelsalat, Gulasch oder Flammkuchen – alles kein Problem.

Ernährung ist jedoch nur ein Aspekt veganer Lebensweise. Was hat es mit der Ablehnung von Pelz und anderen tierischen Materialien auf sich? Jedes Jahr leiden und sterben Millionen Tiere für die Bekleidungsindustrie. Deren Körper werden

als reines Material verstanden. Sie werden gezüchtet, eingesperrt und getötet – alles im Namen der Mode. Dabei ist der Mensch längst nicht mehr darauf angewiesen, da es vielfältige Alternativen gibt: Baumwolle, Hanf und Leinen oder moderne synthetische Stoffe, die ihren tierischen Äquivalenten in nichts nachstehen.

Das alles klingt nach einer extremen Ernährungs- und Lebensweise, die sich auf alle Bereiche des eigenen Lebens auswirkt. Ja – es wirkt sich aus, aber es bedeutet nicht, ständig zu verzichten, zu groß ist das Angebot an nicht-tierischen Gütern. Diese Lebensweise ist vielmehr Ausdruck von Achtsamkeit – Achtung vor der Natur, den Tieren und schließlich vor anderen Menschen, die letztlich mittel- und langfristige durch eine nicht-vegane Lebensweise geschädigt werden und deren Lebensgrundlage Schritt für Schritt entzogen wird.

Julia Huber, Animals United

„Deutsche Teenager leben digital und lieben Online-Videos“¹

Leider gut ...

Laut einer Umfrage des Marktforschungsinstituts TNS Infratest¹ nutzen 98 Prozent der deutschen Teenager das Internet; 9 von 10 täglich. Von denjenigen, die das Internet nutzen, schauen 7 von 10 Teenagern täglich Online-Videos, zwei weitere mindestens wöchentlich. Die Platzhirsche unter den Online-Video-Plattformen sind YouTube und Snapchat.

Was fasziniert Jugendliche an Online-Videos? Webvideos sind schon lange präsent. Nachdem das Unternehmen Google den Dienst YouTube übernommen hatte, sank die Bedeu-

tung lokaler Plattformen – solche lokalen Internet-Helden konnten nun weltweit ihre Inhalte verbreiten.

Explosionsartige Verbreitung

YouTube – 2006 gegründet – war ursprünglich eine Plattform für junge Kreative. Schaut man sich heute Videos aus dieser Frühzeit an, stellt man erheblich Unterschiede zu dem fest, was heute „in“ ist. Natürlich haben sich die Themen verändert, die Formate. Doch die gravierendste Veränderung ist die gewachsene Professionalität.

Rangierte man 2010 unter den Top 10 der

deutschen YouTuber, bedeuteten 100.000 Abonnenten schon viel. Heute ist selbst der letzte Platz im Ranking der Top 100 bereits mehr als 700 000 Mal abonniert. Die Reichweiten sind immens gestiegen. Lange war YouTube eine Plattform für Nerds und Exzentriker, für Individualisten, die sich nicht in ihrer Kreativität einschränken lassen wollten. Damals war YouTube ein Nischenphänomen. Es gab einige Stars, doch die meisten sträubten sich gegen Personenkult im Netz. Heute ist YouTube eine Massenerscheinung.

Waren früher Boy-Groups oder Fernseh-Sternchen beliebt, sind es heute die YouTuber. Mit zunehmender Nutzung von On-

line-Videos nimmt auch die Bedeutung der YouTube Creators zu – sie sind die Stars. Sind YouTube Creators unter deutschen Jugendlichen genauso bekannt und beliebt wie „klassische Stars“? Eine zweistufige Studie² zeigt:

- „klassische“ Stars sind bekannter
- einige der YouTube Creators sind bereits ähnlich beliebt
- YouTube Creators sind besonders zugänglich, authentisch und glaubwürdig
- Internet-Stars wie LeFloid haben eine stärkere Vorbildfunktion gewonnen
- Werbeeinhalte mit iBlali lösen ein höheres Interesse aus als solche mit Leonardo DiCaprio

Die Liste könnte fortgeführt werden. Das macht die YouTuber natürlich für die Werbeindustrie interessant. Authentizität ist der ausschlaggebende Faktor. Oberflächlich betrachtet scheinen YouTuber ganz normale Menschen zu sein. Doch mittlerweile gibt es unter ihnen mindestens genauso viele gezielt aufgebaute Berühmtheiten wie in anderen Branchen. Scripted Reality hat auch auf YouTube Einzug gehalten.

Dabei hat sich der Kanal mittlerweile so professionalisiert. Viele YouTuber bestreiten inzwischen wenigstens einen Teil ihres Lebensunterhalts durch diese Plattform. Bekanntere Angebote werden im Studio produziert, Produktplatzierungen und Sponsoring sind an der Tagesordnung. Kaum ein größerer Let's Player muss sich Spiele, PC oder anderes Equipment selbst kaufen. Das übernehmen Unternehmen, die Presseversionen oder einen PC kostenlos zur Verfügung stellen.

YouTube und Medienkompetenz

YouTube ist ein Thema, mit dem man Jugendliche erreicht. Sie interessieren sich dafür und sind motiviert, sich damit zu beschäftigen. Es ist also ein guter Aufhänger für die Vermittlung von Medienkompetenz. Eigentlich ist es nur ein Oberbegriff, unter den fast alles fällt, was mit dem effektiven,



Zwischen Freizeitspaß und Berufsperspektive

Foto: Bezirksjugendring Unterfranken

korrekten und sicheren Umgang mit Medien zu tun hat.

Wollten viele Jugendliche früher Fußballprofi oder Sängerin werden, ist der Berufswunsch „YouTuber“ heute mindestens genauso verbreitet. Bei den ersten Schritten, die Jugendliche auf ihrem Weg zum Dasein als Creator gehen, kann man ihnen auch als Einrichtung zur Hand gehen. So ist es

Mich faszinieren Tiere irgendwie mehr als Menschen, z.B. der gute Geruchssinn von einem Hund oder wie organisiert Ameisen sind. Am besten finde ich Katzen, weil die sieben Leben haben (lacht).

Kasiana (11)

leichter, zum Creator zu werden und sich auszuprobieren. Mindestens genauso wichtig wie die Möglichkeit für Jugendliche zur Videoproduktion ist die Chance zur Vernetzung mit Gleichgesinnten.

Mit unserem Projekt TubeMunich bieten wir diese Chance der Vernetzung. Eine Plattform für YouTuber, um miteinander in

Kontakt zu treten und sich über eine gemeinsame Leidenschaft auszutauschen, schafft ein Gemeinschaftsgefühl unter Jugendlichen und motiviert sie, gemeinsam produktiv an etwas zu arbeiten. Zu den Treffen kommen regelmäßig Creators aus dem Großraum München und darüber hinaus. So wird eine überregionale Community geschaffen, die Menschen unterschiedlichen Alters und unterschiedlichen Könnens miteinander verbindet. Hier entstanden viele Freundschaften.

So gesehen ist YouTube ein positives Phänomen: Es bietet pädagogisch Tätigen eine Möglichkeit, Zugang zu Jugendlichen zu finden und ihnen wichtige Kompetenzen zu vermitteln. Dabei lernen aber auch wir von den Jugendlichen ...

Alexander Link, Sait Köse, Café Netzwerk, KJR

1 Quelle: TNS Connected Consumer Survey Januar bis März 2015, Teenager in Deutschland, 16-19

2 Quelle: iconkids & youth, Youtube Creators Hauptstudie Oktober 2015, Teenager in Deutschland Online, 13-19 Jahre

Trendsportarten

Darf's ein bisschen wilder sein?

Trendsportarten sind neue Sportarten, die sich von den traditionellen Sportarten abgrenzen. Sie entwickeln sich aktuell sowohl im Hinblick auf ihre sportliche Ausprägung, im organisatorischen Sinn (Regeln, Wettkämpfe, Verbände) als auch mit dem Gedanken einer wirtschaftlichen Verwertung (Anlagen, Verkauf der Produkte, Marketing).

Viele der etablierten Sportarten haben als Trendsportart begonnen. Wellenreiten und Skifahren zum Beispiel entwickelten sich schon zu Beginn des letzten Jahrhunderts.

Mein Vorbild ist Kylie Jenner, die Schwester von Kim Kardashian, wegen ihrer Schönheit.

Ich wäre auch gern so schön.

Beyza (15)

Sie brachten Spaß an der Bewegung und drückten Individualität aus. In den 1970er- und 1980er-Jahren tauchten Snowboarden, Skateboarden oder Windsurfen auf. Um diese Sportarten herum entstanden Subkulturen. Inline-Skating war einer der Megatrends der 1990er-Jahre, die durch den Fitness-Gedanken geprägt waren. Zur Jahrtausend-

wende bestaunte man die ersten Kitesurfer, die man heute in großer Zahl an den Stränden auf der ganzen Welt treffen kann.

Die großen Trends der letzten Jahre

SUP – Stand Up Paddling hat in den letzten Jahren Einzug in Europa gefunden. Mit einem langen Kanupaddel stehend auf einem großvolumigen Surfbrett entspannt über den See paddeln. Oder doch lieber spritziger in Meeres- und Flusswellen? Auf jedem Gewässer anwendbar, für jede Altersklasse schnell lernbar und inklusive Ganzkörpertraining.

Bouldern ist das Klettern ohne Seil und Gurt am Fels oder an künstlichen Kletterwänden in Absprunghöhe (bis ca. 4,5 m Griffhöhe). Mobile oder fest installierte Weichbodenmatten und die Unterstützung des Boulderpartners dämpfen den Absturz gut.

Was die (urbane) Jugend bewegt

Parkour ist die Kunst der effizienten Fortbewegung. Nur mit den Fähigkeiten des eigenen Körpers (Laufen, Springen, Klettern) werden Hindernisse im urbanen Raum möglichst flüssig überwunden. Viel Training und ein gesundes Risikobewusstsein machen den Sport sicher.

Longboarding ist für die Asphaltsurfer der Großstadt. Die langen Skateboards sind weniger für Tricks geeignet, man kann mit ihnen aber entspannt durch die Stadt cruisen oder sich mutiger auf abschüssige Wege begeben.

Ein Vorbild ist jemand, den man bewundert und an dessen Stelle man gern wäre. Für mich ist das Rihanna. Ich finde ihre Musik toll und sie sieht so schön aus.

Thellanza (15)

Slacklines ist das Balancieren über ein Gurtband, das zwischen zwei Fixpunkten (z.B. Bäume) knapp über dem Boden gespannt ist. Fortgeschrittene probieren sich auf den deutlich wackligeren Longlines. Den ultimativen Kick erhofft man sich von einer Highline, die zum Beispiel zwischen zwei Gebäuden gespannt wird. Slacken fördert Konzentration und Koordination und dient auch im Profisport bei vielen Sportarten als Zusatztraining.

Ideale Trendsportarten fürs Jugendzentrum

Crossgolf ist die Abkehr vom elitären Golf. Statt im Country Club auf die Etikette



Mal ehrlich, wer hat gewusst, was Bockerln ist?

Fotos: Tchaka

zu achten, kann auf jedem Terrain und zu jeder Tageszeit gespielt werden. Es gibt keine festen Regeln. Die Ziele werden vor Ort spontan festgelegt. Wer die wenigsten Schläge braucht, hat gewonnen.

Fußballgolf ist ebenfalls frei von festen Regeln. Es gilt, die Ziele mit möglichst wenigen Schüssen zu erreichen. Mit einem Spaten und großen Eimern kann man sogar einfach seinen eigenen Course bauen. Es muss ja nicht unbedingt im Englischen Garten sein.

Beim **Frisbee-Golf** versucht man, einen kettenbehangenen Korb zu treffen. Am Fröttmaninger Berg steht seit 2015 sogar schon der erste fest installierte „Disc Golf Parcours“, der kostenlos genutzt werden kann.

Wie man trendig den Berg runter kommt

Beim **Bockerln** sitzt man auf einem kompakten luftbereiften Sommerrodel, der durch eine hydraulische Bremse eine sichere Abfahrt ermöglicht. **Skyver** sind vollgefederte

Mountainbike-artige Bergroller, die durch einen Klappmechanismus zum Aufstieg sogar in einem Rucksack verstaut werden können.

Dirtroller sind wie klassische Tretroller aufgebaut. Große luftbereifte Räder und ein stabiler Rahmen machen sie off-road-tauglich. Im Winter geht es auf einem **Airboard** liegend Kopf voraus oder mit dem **Zipfelbob** oder **Skibockerl** eher klassisch bergab.

Tchaka, das erlebnispädagogische Zentrum des KJR, hat das nötige Material für (fast) alle genannten Trendsportarten und verleiht diese an alle sozialen Einrichtungen. Neben dem Material bekommt man hier auch Beratung – egal ob fast unbekannt, voll im Trend oder schon lange etabliert. Zusätzlich stehen exklusiv für KJR-Einrichtungen und -Verbände eine Vielzahl an geführten Touren und Aktionen (Rafting, Canyoning, Wildwasserschwimmen, Klettern) auf dem Programm.

*Björn Röhrle,
Erlebnispädagogisches Zentrum Tchaka, KJR*



Jippiiiii!

Welche Trends haben Geflüchtete im Gepäck?

Alles anders, alles gleich

Menschen, die ihre Heimat verlassen mussten, um andernorts ein sichereres und damit besseres Leben führen zu können, haben natürlich eine Vergangenheit. Sie hatten ein Leben vor der Flucht. Als Jugendliche hatten sie dort Wünsche, Träume – und vielleicht gab es in Syrien, in Afghanistan oder im Sudan so etwas wie Moden, die hippe Trendsetter bestimmt haben. Oder ist alles ganz anders? Ein Gespräch mit Jamshid, der seit sechs Jahren in München lebt.

Wo bist du geboren?

Jamshid: Meine Familie stammt aus Afghanistan. Ich wurde dort geboren – als ich zwei Monate alt war, sind wir allerdings in den Iran geflohen. In Teheran bin ich zur Schule gegangen, hatte viele Freunde und eine große Familie um mich herum. Als ich 13 Jahre alt war, bin ich allein nach Europa geflohen und kam irgendwann nach München. Hier lebe ich inzwischen seit sechs Jahren. Heute bin ich 19 Jahre alt.

Kannst du dich erinnern, ob es im Iran so etwas wie Moden oder angesagte Trends unter Kindern und Jugendlichen gab?

Ich war damals eigentlich fast nur mit meinen Cousins unterwegs. Wir haben Sport gemacht, waren oft im See schwimmen. Die Freizeit hat man eigentlich immer nur mit Verwandten und Familie verbracht. Manchmal kamen auch Freunde aus der Schule zu uns nach Hause und wir haben Karten gespielt. Eigentlich war das fast wie hier auch.

Im Iran gab und gibt es sicher Einschränkungen in der Freizeitgestaltung, oder?

Ich wollte damals unbedingt Skateboard fahren. Das durfte man aber nicht, weil das wohl zu europäisch bzw. amerikanisch war. Außerdem gab es gar keine geeigneten Plätze dafür. Hat man es trotzdem versucht, bekam man sofort Ärger mit der Polizei.

Und Musik?

Moderne Musik – Pop, HipHop oder auch Jazz – ist im Iran nicht erlaubt. Zu Hause haben wir schon solche Musik gehört. Wenn man sich aber auf der Straße mit einem mp3-Player und Kopfhörern hat blicken lassen, gab es wiederum Probleme mit der Polizei.

Wie war das, als du damals nach München kamst; jetzt konntest du ja zum Beispiel Skateboard fahren ...

Das habe ich dann auch vier Jahre lang intensiv gemacht. Und damit lag ich voll im Trend. Ich wollte außerdem immer schon tanzen. Das ging im Iran leider auch nicht, weil ja schon die Musik verboten war – erst recht der Tanz dazu.

Wie hast du in Deutschland Freunde gefunden? Was habt ihr zusammen gemacht?

Ich kam zuerst zu einer Pflegefamilie nach Bad Tölz. Das hat leider gar nicht gepasst – sicher auch, weil auf dem Land einfach nichts los war und ich wenig Gleichaltrige kennengelernt habe. Die Pflegeeltern waren zudem schon sehr alt. Nach zwei Monaten hat es mir gereicht und ich wollte weg nach München. Das hat tatsächlich geklappt und ich konnte ins Adelgundenheim in die Hochstraße ziehen. Plötzlich ging es schnell, dass ich Freunde fand – vor allem in der Schule.

Als Teenager orientiert man sich oft an Trends und angesagten Marken. Wie war das bei dir?

Klar stehe ich auch auf Markensachen. Ich will zum Beispiel ein iPhone und kein anderes Handy. Dafür habe ich aber auch lange sparen müssen. Ich wusste natürlich, was bei meinen Freunden angesagt war – das wollte ich auch. Ich denke, dass es dann auch leichter ist, in eine Gruppe reinzukommen, wenn man so tickt wie die und die gleichen Sachen mag. Mir hat das geholfen.

Hast du Kontakt zu Gleichaltrigen in Afghanistan oder im Iran? Wie leben die heute? Welche Trends gibt es jetzt dort?

Ich hatte lange Zeit keinen Kontakt mehr nach Hause. Seitdem es aber Smartphones und überall Internet gibt, hat das wieder zugenommen – auch wenn im Iran Facebook oder andere Seiten gesperrt sind.

Im Iran haben sich in den letzten Jahren schon ein paar Dinge verändert. Im August 2015 war ich dort. Als ich in Teheran ankam, hatte ich schon ein komisches Gefühl und dachte, dass alles so geblieben ist wie früher. Aber inzwischen gibt es einen offiziellen Skateboard-Platz in der Stadt. Eine grundsätzliche Veränderung hat aber noch nicht stattgefunden.

Es ist eher so, dass Trends aus Europa oder den USA sich langsam im Iran ausbreiten. Einer meiner Cousins, der noch im Iran lebt, hört inzwischen die gleiche Musik wie ich. Er muss aber immer noch aufpassen, nicht erwischt zu werden. Die Leute dort führen ein Leben in der Öffentlichkeit und ein anderes in der Familie.

Wenn du in München Menschen aus anderen Ländern triffst – welche Trends haben die von zuhause mitgebracht hat?

Ich treffe schon andere Iraner. Die sind in der Regel aber eher konservativ, hören traditionelle persische Musik, kleiden sich anders als ich, haben andere Hobbys. Aber die haben wohl länger als ich im Iran gelebt und sind so anders geprägt.

Hast du gar keine Traditionen von früher bewahrt?



Foto: Marko Junghänel

Mein neues Zuhause – mein Trend

Natürlich mag ich die iranische Kultur – aber eben auch die deutsche. An Nouruz – unserem Neujahrsfest – ziehe ich zum Beispiel auch unsere Kleidung aus dem Iran an. Ich finde, dass man in beiden Welten gleichzeitig leben kann und sich nicht entscheiden muss.

Trends wirken also auf der ganzen Welt?

HipHop, Rave – alles kommt überall hin, wenn es authentisch ist. Wenn es zu kommerziell ist, wie damals der Gangnam Dance – stirbt es bald wieder. Moden kommen und gehen überall auf der Welt.

Naja – und beruflich will ich mit einem Trend auch mal Geld verdienen. Ich spiele wahn-sinnig gern auf der PS4-Konsole, erkläre die Spielzüge in Videos und stelle sie in YouTube. Im Moment habe ich noch zu wenige Follower – aber dieser Trend wird anhalten und mir vielleicht mal mein Einkommen sichern. Ich denke jedenfalls, dass ich in München angekommen bin und die Trends lebe, die es hier gerade gibt. Vielleicht bin ich da anders als andere Flüchtlinge – aber mir gefällt das.

Interview: Marko Junghänel

Tablets als neues (Medien-)Werkzeug für Kinder

Wisch und weg?

Wer länger in überfüllten Zügen unterwegs ist, ist für all die technischen Errungenschaften dankbar, die es ermöglichen, vor allem Kinder einige Zeit ruhigzustellen. Da sitzen sie, Kopfhörer auf den Ohren, Tablet in der Hand und schauen Videos oder Daddeln.

„Meine Kleine wischt auf dem Smartphone schon wie ein Profi!“ Wer kennt solche Sätze nicht auch von Eltern, die stolz von der fachmännischen Smartphone- und Tablet-Nutzung ihres Nachwuchses berichten. Hinter der Faszination darüber, dass das eigene Kind intuitiv auf dem Display wischt, verbirgt sich aber oft die Angst, ob das alles nicht zu früh beginnt und ob die Smartphone-Nutzung in diesem frühen Alter eigentlich gut ist. Ein Blick in den App-Store zeigt eine Unmenge an Angeboten schon für die Kleinen; von Vorlese-Apps, über Mal-Apps und Spiele, die die Entwicklung fördern sollen. Nicht alle „Kinder-Apps“ sind aber auch gut für Kinder.

Immer früher, immer mehr

Laut aktueller KIM-Studie (Kinder und Medien, Anm. d. Red.) ist die Computer- und Internetnutzung bei den Sechs- und Siebenjährigen in den letzten Jahren deutlich gestiegen. Sowohl das Interesse als auch die Nutzung von Smartphones und Tablets setzen früher ein und wachsen. Wenn Kinder am PC oder an mobilen Geräten aktiv sind, fotografieren sie gern, schauen sich Fotos an oder spielen. Hauptsächlich sind das Casual

Ich habe keine Vorbilder. Ich bin mein eigenes Vorbild. Jemand, den ich bewundern würde, müsste anders sein als wir, müsste anders aussehen, irgendwie besser sein, übernatürlich vielleicht.

Nabila (15)

Games (Gelegenheitsspiele, Anm. d. Red.) wie Temple Run oder Angry Birds. Während die Kinder immer häufiger diese Medien nutzen, sind die Erziehungsberechtigten gleichzeitig skeptisch, was das mit ihren Kindern macht. Hinter dieser Skepsis verbirgt sich oft Unwissen darüber, wie man mit den mobilen Geräten sinnvoll umgehen soll. Wann soll man Kinder ans Tablet lassen? Wie reguliere ich den Medienkonsum der Kinder? Einige Eltern berichten, dass das Tablet dem Kind kaum zu entreißen ist. Das liegt oft daran, dass diese Spiele, mit denen sie sich unterhalten, kein natürliches Ende und keine tatsächlichen Ziele haben.

Kinder kommen schon sehr früh mit mobilen Geräten in Kontakt. Dennoch ist Deutschland im Vergleich zu anderen Ländern weit abgeschlagen, wenn es um den Einsatz von Smartphones und Tablets in der Pädagogik



Als hätten sie nie etwas anderes gemacht ...

Foto: Helene Souza, pixelio.de

geht. Aber es ist unerlässlich, sich diesem „neuen“ Tool für Kinder zu widmen. Zahlreiche Kindereinrichtungen haben in den letzten Jahren vermehrt Tablets für die Einrichtung – für Projekte oder als ergänzendes Werkzeug für den Offenen Treff – angeschafft. Aber was tun damit?

Natürlich ist ein Tablet auch ein Spielgerät und soll den Kindern Spaß bereiten. Aber es geht in der Medienarbeit mit Kindern auch darum, ihnen zu zeigen, was sie mit Tablets machen können. Es wird ihnen ein Gerät in die Hand gegeben, mit dem sie spielerisch neue Technologien kennenlernen und sich kreativ austoben können, um so Medienkompetenz zu erwerben. In zahlreichen Projekten soll das Tablet als neues (Medien-)Werkzeug für Kindereinrichtungen etabliert werden.

Die Tatsache, dass Kinder gern fotografieren und sich Fotos anschauen, haben wir im Kindertreff AKKU zum Anlass genommen, ein Comic-Projekt durchzuführen. Sowohl am Jungen- als auch am Mädchennachmittag haben wir zunächst die „Fallen“ beim Fotografieren angesprochen: Urheberrecht, Persönlichkeitsrechte und Recht am eigenen Bild. Dann haben wir den Kindern die Comic-Life-App vorgestellt, mit der man sehr einfach Fotos machen und direkt mit diesen Bildern Comics gestalten und sich kreativ ausleben kann. Es war spannend zu beobachten, wie die einzelnen Gruppen vorgegangen sind. Während die einen sofort anfangen, Fotos von sich selbst zu machen, haben andere das Tablet erst einmal weggelegt und überlegt, welche Geschichte sie im Comic erzählen wollen. Das Ziel vor Augen haben sie dann Situationen nachgestellt, die Bilder bearbeitet und einen kompletten Comic erstellt. Am Ende des Tages hat jedes Kind seinen Comic ausgedruckt mit nach Hause genommen.

Spielen und lernen

Eine andere Form, sich mit Fotos und kreativem Gestalten zu beschäftigen, ist die Folyfy-App. Hier kann man Fotos, verschiedene Farben und Formen auf einem Vordruck für räumliche geometrische Figuren wie Würfel, Autos und kleine Figuren selbst gestalten. Drückt man diese Vordrucke aus und schneidet sie zu, kann man so seine eigenen kleinen Spielfiguren oder dekorativen Elemente basteln. Im Kinderhaus Harthof entstanden so schon zahlreiche kleine Kunstwerke.

Eine andere App mit immensen Möglichkeiten ist Actionbound. Die App, mit der man Rallyes selbst gestalten und mit Tablets durchführen kann, eignet sich bestens dafür, den Umgang mit dem Tablet spielerisch zu erlernen und gleichzeitig bestimmte Themen aufzugreifen. So gab es mit Actionbound neben der jährlich stattfindenden Mädchenrallye schon Actionbounds zum eigenen Haus, zum Stadtteil und zu Themen wie Selbstdarstellung im Internet.

Letztlich ist das Tablet für die Kindereinrichtungen auch ein Spielgerät, das als Ergänzung zum analogen Spielen eingesetzt werden kann. Ob man nun wie bei „Scribble-nauts Remix“ gemeinsam versucht, Worte und Begriffe zu finden, um Aufgaben zu lösen, seine Reaktion bei „Rocket Reactor“ testet oder bei „Spaceteam“ gemeinsam versucht, das im All verloren gegangene Raumschiff zu retten.

Cornelia Walter, Projektleitung Web 2.0, KJR

Infos zum Einsatz von Tablets mit Kindern: www.studioimnetz.de/materialien/neuerscheinung-broschuere-tablets-im-einsatz

Von Reality-TV bis Casting-Shows

Der Trend zum schlechten Fernsehen?

Egal, ob Scripted-Reality-Formate am Nachmittag, Casting-Shows oder „Bauer sucht Frau“: Trash-TV hat seit Jahren Hochkonjunktur. Nicht erst seit der Enthüllungsgeschichte von Jan Böhmermann im Neo Magazin Royale (Sendung vom 12. Mai 2016; #verafake) über die fragwürdigen Praktiken von „Schwiegertochter gesucht“ im Privatsender RTL stellt sich die Frage, wie diese Sendungen derart erfolgreich sein können. Vor allem bei Jugendlichen stehen solche Formate auf dem Programm.

Casting-Shows

Bei vielen Kindern und Jugendlichen sind Casting-Shows wie „Germany's next Topmodel“ (Pro7) und „Deutschland sucht den Superstar“ (RTL) nach wie vor der Renner. Sie orientieren sich an medialen Vorbildern und teilen mit den Kandidatinnen und Kandidaten den Traum von medialem Ruhm und einer Karriere als Bühnenstar. Heranwachsende fühlen mit den Protagonisten und hoffen, dass sich „ihre“ Lieblinge gut präsentieren und weiterkommen. Ein besonderer Reiz übt die Tatsache aus, dass das Publikum das

Alle, die Parkour gut können, sind meine Vorbilder. Ich will auch mal so einen „Backflip“ auf der Straße machen können. Das sieht so geil aus und alle bewundern einen dafür.

Yusuf (14)

Ergebnis selbst beeinflussen kann. Über kostenpflichtige Anrufe oder Textnachrichten sowie per App kann die Stimme abgegeben und parallel an Gewinnspielen teilgenommen werden.

Wichtig ist in diesem Zusammenhang die Peer-Group: Diese Sendungen sind oft Schulhofthema. Kein Wunder, dass viele Heranwachsende zuschauen, um mitreden zu können. Einige Jugendliche schauen sich solche Formate auch an, um sich über die Mitwirkenden lustig zu machen.

Insbesondere jüngere Kinder haben Schwierigkeiten, sich von den Traumbildern, die Casting-Shows inszenieren, zu distanzieren. Älteren ist es eher möglich, eine reflektierte Haltung zu „Germany's next Topmodel“ und Co. einzunehmen. Eltern und pädagogisch Tätige können den kritischen Blick auf diese Formate fördern, indem sie

1 engl. „script“ = Drehbuch und „reality“ = Wirklichkeit

2 www.flimmo.de/fileadmin/Content/Downloads/befragungen/Bericht_Scripted_Reality.pdf



Was ist der Mehrwert und der Informationsgewinn von Daily Soaps?

Foto: RTL II

den Mädchen und Jungen klarmachen, mit welchen Mitteln vor und hinter den Kulissen gearbeitet wird. Je mehr Kinder darüber lernen, was für ein Konzept dahinter steckt, desto weniger laufen sie Gefahr, auf fragwürdige Vorstellungen hereinzufallen.

Scripted Reality¹

In Scripted-Reality-Sendungen werden fiktionale Alltagsgeschichten mit Laienschauspielern im dokumentarischen Stil inszeniert. Das Prinzip der Formate ist, Konflikte auf die Spitze zu treiben und das Publikum emotional zu involvieren. Tricks wie der Einsatz einer Handkamera oder scheinbar spontan in die Kamera gesprochene Kommentare gaukeln Authentizität vor. Die Serien sind speziell auf junges Publikum ausgerichtet. Sie sprechen einerseits Themen an, die für Jugendliche relevant sind (Freundschaften, Beziehungen), andererseits bedienen sie den vermeintlichen Zeitgeist und Konsumgeschmack der Zielgruppe.

Berlin – Tag und Nacht

Die Sendung „Berlin – Tag und Nacht“ erfreut sich auch bei älteren Kindern und Jugendlichen großer Beliebtheit. Aus diesem Grund wurde die Sendung als Prototyp einer Scripted-Reality-Sendung ins Zentrum einer Kinderbefragung durch die Zeitschrift FLIMMO² im Mai 2013 gestellt. Im Mittelpunkt der Erhebung stand die Frage, wie sich ältere Kinder (11 bis 14 Jahre) an den Vorgaben, Rollenbildern und situativen Anregungen von Scripted-Reality-Sendungen wie „Berlin – Tag und Nacht“ orientieren.

Ob das Gezeigte „echt“ ist oder nicht, steht für die Mädchen und Jungen nicht im Vordergrund. Bis auf einige Ausnahmen sprechen sie der Sendung große Authentizität zu, die Inszenierung wird – wenn überhaupt – nur zum Teil durchschaut. Dass die gezeigten Konflikte häufig an den Haaren herbeigezogen sind und die Figuren planlos und überemotional agieren, wird von den befragten Kindern und Jugendlichen kaum

Ich bin fasziniert von Leah McFall und Christina Aguilera. Ihre Stimmen und ihre musikalische Karriere sind Vorbild und Inspiration mich.

Vicky (18)

kritisiert. Aus pädagogischer Sicht sind die gezeigten Rollenbilder klischeehaft und eindimensional, der Umgang mit Beziehungen und Sexualität ist insgesamt fragwürdig. Die Mädchen und Jungen hinterfragen die Darstellungsweisen und gezeigten Verhaltensmuster kaum oder gar nicht, sondern lassen sich vielmehr kritiklos auf die Sichtweise der Protagonisten und die innere Logik des Serienkonzepts ein.

Auffällig und relativ typisch für diese Form der naiven Rezeption ist, dass jeweils die gleichgeschlechtliche Perspektive übernommen wird. Da diese häufig klischeehaft ausfällt, ist die Annahme naheliegend, dass sich stereotype Vorstellungen und Einschätzungen damit verfestigen können.

Michael Gurt,
JFF – Institut für Medienpädagogik

Aktuelle Medien-Trends von Kindern und Jugendlichen

Daddeln ohne Ende

Würden Sie gerne wie Leonardo DiCaprio aussehen? Oder lieber wie Conchita Wurst? Wenn ja, gibt es eine Lösung, denn immer neue Kamera-Apps und Kommunikations-Tools erlauben Experimente mit visuellen Effekten oder musikalischen Gimmicks.



Jodel

Mit der App Jodel für Studierende lassen sich Postings aus der lokalen Umgebung schreiben und lesen. Dafür wird kein Profil benötigt. Die Posts beinhalten dann entweder uni- bzw. campus-spezifische Themen, Witze, lustige Sprüche, Bilder, Ereignisse oder Events aus der Stadt.

Snapchat

Anfangs war Snapchat nur eine App, die Fotos und Videos nach zehn Sekunden wieder verschwinden lässt. Seit einiger Zeit gibt es die sogenannten „Snapchat-Stories“. Auch hier werden Fotos oder Videos veröffentlicht, allerdings lassen sich diese innerhalb von 24 Stunden beliebig oft anschauen. Neu sind auch die „Snapchat-Lenses“, mit denen sich Filter auf das eigene Gesicht legen lassen.

MSQRD

Ähnlich wie Snapchat, bietet auch die App MSQRD (für „Maskerade“) digitale Filter, die sich via Smartphone auf das eigene Gesicht projizieren lassen. Dann sieht man beispielsweise aus wie Leonardo DiCaprio, Iron Man, wie ein Affe oder ein anderes Tier. Davon lassen sich Fotos schießen oder Videos drehen und in anderen Kanälen weiterverbreiten.

Fitness-Apps

Sportliche Menschen gehen nicht mehr einfach raus und laufen eine Runde. Der ständige Begleiter ist das Smartphone, auf dem natürlich eine Fitness-App wie beispielsweise Runtastic nicht fehlen darf. Diese App verfolgt per GPS die zurückgelegte Strecke, misst dabei die Distanz, Geschwindigkeit, Zeit und auch den Kalorienverbrauch. Das Wichtigste dabei ist dann allerdings, dass die Erfolge direkt auf sozialen Netzwerken, wie Facebook und Twitter, geteilt werden können.

Agar.io / slither.io

Zwei Spiele mit dem gleichen Prinzip: Die Spieler starten in Agar.io als kleiner Ball – oder bei Slither.io als Schlange – und versuchen, durch das Fressen von Futter, das auf dem Spielfeld verteilt liegt, zu wachsen. Dabei sind auf dem Spielfeld noch andere Spieler mit ihren Bällen bzw. Schlangen unterwegs, die ebenfalls wachsen wollen.



Fotos: <http://msqrd.me>

Face Swap

Ein beliebtes Feature ist der Face Swap, also Gesichter-Tausch – eine Funktion, die auch die beiden oben genannten Apps Snapchat und MSQRD anbieten. Dabei erfasst die Kamera zwei Gesichter im Bild und vertauscht sie miteinander. So bekommt Person A das Gesicht von Person B und umgekehrt.

musical.ly

Mit der App musical.ly ist es möglich, Videos von sich aufzunehmen und sie dann mit Songtiteln zu untermalen. Dadurch ergeben sich viele Möglichkeiten, um Situationen mit gewissen Musiktiteln spannender, lustiger oder auch interessanter zu gestalten. Die Videos lassen sich dann auf Facebook oder Instagram veröffentlichen.

Musik-Streaming

Im Standardpaket von Musikdiensten wie Spotify und Deezer lassen sich kostenlos unterschiedliche Musikstücke anhören, die durch Werbeeinspielungen finanziert werden. Im Abo-Modus kann man gegen eine monatliche Gebühr diese Musikstücke herunterladen und auch unterwegs ohne Internetnutzung anhören.

Zusammenstellung SIN – Studio im Netz