

Gebel, Christa; Schubert, Gisela; Wagner, Ulrike
**"WhatsApp ist auf jeden Fall Pflicht". Online-Angebote und
Persönlichkeitsschutz aus Sicht Heranwachsender. Ausgewählte
Ergebnisse der Monitoringstudie**

München : JFF - Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis 2015, 49 S. - (ACT ON! Short Report; 1)



Quellenangabe/ Reference:

Gebel, Christa; Schubert, Gisela; Wagner, Ulrike: "WhatsApp ist auf jeden Fall Pflicht". Online-Angebote und Persönlichkeitsschutz aus Sicht Heranwachsender. Ausgewählte Ergebnisse der Monitoringstudie. München : JFF - Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis 2015, 49 S. - (ACT ON! Short Report; 1) - URN: urn:nbn:de:0111-pedocs-126141 - DOI: 10.25656/01:12614

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0111-pedocs-126141>

<https://doi.org/10.25656/01:12614>

Nutzungsbedingungen

Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Die Nutzung stellt keine Übertragung des Eigentumsrechts an diesem Dokument dar und gilt vorbehaltlich der folgenden Einschränkungen: Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use

We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document.

This document is solely intended for your personal, non-commercial use. Use of this document does not include any transfer of property rights and it is conditional to the following limitations: All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Kontakt / Contact:

peDOCS
DIPF | Leibniz-Institut für Bildungsforschung und Bildungsinformation
Informationszentrum (IZ) Bildung
E-Mail: pedocs@dipf.de
Internet: www.pedocs.de

Mitglied der


Leibniz-Gemeinschaft



ACT ON! Short Report Nr. 1

„WhatsApp ist auf jeden Fall Pflicht“

Online-Angebote und Persönlichkeitsschutz aus Sicht Heranwachsender
Ausgewählte Ergebnisse der Monitoringstudie



München, November 2015

ACT ON! ist ein medienpädagogisches Forschungs- und Praxisprojekt, das auf das aktuelle Online-Handeln von Heranwachsenden im Alter von 10 bis 14 Jahren fokussiert. Im Zentrum des Projekts steht die Perspektive der Heranwachsenden auf „ihre“ Onlinewelten.

Auf den **ACT ON!-Kinder- und Jugendkonferenzen** setzen sich die Heranwachsenden im **Praxismodul** des Projekts mit ihren Sichtweisen auf Attraktionen, Herausforderungen und Fallstricken der Online-Welt auseinander. Sie diskutieren gewinnbringende Umgangsweisen mit Online-Medien, tauschen sich über sinnvolle Strategien im Umgang mit Risiken aus, formulieren Schutzbedürfnisse und verdeutlichen ihre Vorstellungen in Bezug auf effektive Unterstützung.

Die **Monitoring-Studie** des Projekts geht folgenden Fragen nach:

- Welche Online-Angebote stehen aktuell bei den 10- bis 14-Jährigen hoch im Kurs?
- In welcher Weise nutzen sie die Online-Angebote?
- Wie schätzen sie Online-Angebote in Hinblick auf Risiken ein?
- Welche Strategien haben sie im Umgang mit Online-Risiken entwickelt?
- Welche Unterstützung wünschen sie sich in Bezug auf Online-Risiken?

In der Monitoring-Studie kommen qualitative Erhebungsmethoden in Kleingruppen zum Einsatz. Es werden ca. 80 bis 100 Heranwachsende pro Jahr befragt. Im Jahr 2015 steht die Altersgruppe der 12- bis 14-Jährigen im Zentrum, im Jahr 2016 die der 10- bis 12-Jährigen.

Die Ergebnisse werden in ca. halbjährlichem Rhythmus in Form von Short Reports veröffentlicht.

Gefördert wird das Projekt vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ).

Weitere Informationen: www.jff.de/act-on

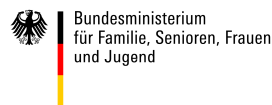
Kontakt

JFF Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis
Pfälzer-Wald-Str. 64
81539 München
www.jff.de

Kinder- und Jugendkonferenzen: Kerstin Heinemann, kerstin.heinemann@jff.de, +49 89 68989-145

Monitoring-Studie: Christa Gebel, christa.gebel@jff.de, +49 89 68989-135

gefördert vom



Zitervorschlag für diesen Report:

Christa Gebel, Gisela Schubert, Ulrike Wagner (2015) „WhatsApp ist auf jeden Fall Pflicht“. Online-Angebote und Persönlichkeitsschutz aus Sicht Heranwachsender. ACT ON! Short Report Nr. 1. Ausgewählte Ergebnisse der Monitoringstudie. München: JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis. Online verfügbar: www.jff.de/act-on

Inhalt

1	Zusammenfassung und Fazit.....	1
2	Einleitung.....	5
3	Die Monitoringstudie 2015.....	5
3.1	Fragestellungen.....	5
3.2	Methode	6
4	Ausgewählte Ergebnisse der Erhebung 2015.....	9
4.1	Smartphone hat Priorität.....	9
4.2	Online-Risiken aus Sicht der Jugendlichen im Überblick	10
4.3	Für Jugendliche wichtige Online-Angebote im Überblick	12
4.3.1	Die „Must Haves“ aus Perspektive der Jugendlichen	14
4.3.2	Auf Kommunikation gerichtete Angebote im Detail.....	16
4.3.3	Auf Rezeption gerichtete Angebote	39
4.3.4	Auf Spiel gerichtete Angebote	41
	Literatur	44
	Anhang	45

1 Zusammenfassung und Fazit

Inhalt dieses Short-Reports sind die von Jugendlichen präferierten Online-Angebote mit ihren Bezügen zu Nutzungsmotiven und den damit verknüpften Nutzungsrisiken. Ferner wird ein Überblick über alle von den Jugendlichen – auch unabhängig von konkreten Angeboten – thematisierten Online-Risiken gegeben. Die vorliegenden Ergebnisse basieren auf elf qualitativen Gruppenerhebungen im Sommer 2015, an denen 103 Jugendliche mit Altersschwerpunkt 12 bis 14 Jahre teilnahmen.

Die Jugendlichen nutzen eine breite Palette von Apps und anderen Online-Angeboten auf ihren Smartphones. Die absoluten „Must Haves“ liegen in den Bereichen Kommunikation, Foto- und Videoplattformen, Games sowie Film- und Musikstreaming. Die am häufigsten und ausführlichsten diskutierten Angebote sind WhatsApp, Instagram, Snapchat, Facebook und YouTube. Über das Smartphone sind diese Dienste ständige Begleiter der Jugendlichen. Es verbindet sie mit der Welt und den Freunden, während das Laptop bzw. der Computer der Arbeit dienen und nur für bestimmte Vergnügungen (Games und Filme) Vorteile bieten.

Die Jugendlichen orientieren sich in ihrer Online-Nutzung am sozialen Umfeld und an vorgegebenen Angebotspaletten. In der Frage, welche Online-Angebote sie anderen Jugendlichen empfehlen würden, orientieren sich die Heranwachsenden nicht nur an der eigenen Nutzungserfahrung. Vielmehr verweisen sie auch auf solche Angebote, von denen sie vermuten, dass andere Jugendliche diese stark verwenden, so zum Beispiel auf Twitter oder Tumblr. Von Bedeutung ist hier auch, dass Prominente Twitter, Tumblr oder auch YouNow zur Selbstdarstellung und Kommunikation mit ihren Fans einsetzen. Dabei sind sich die Jugendlichen durchaus der Tatsache bewusst, dass die Popularität einzelner Angebote Konjunkturen unterworfen ist und beziehen dies in ihre Überlegungen mit ein. Die Orientierung am sozialen Umfeld spielt auch bei der Abwägung eine Rolle, ob ein bestimmtes Angebot vertrauenswürdig ist. So entscheidet sich beispielsweise die Frage, ob eine App installiert werden soll, obwohl sie sehr viele Zugriffsrechte auf Smartphone-Daten verlangt, im Zweifelsfall durch die weniger von Skepsis geprägte Praxis der Freunde.

Viele Online-Angebote und die dahinterliegenden kommerziellen Interessen bleiben für die Jugendlichen undurchsichtig. Intransparent bleibt beispielsweise für jugendliche Nutzende des Android-Betriebssystems das Verhältnis der verschiedenen Google-Angebote und -konten zueinander. Hier entsteht durch Vorinstallation bestimmter Google-Apps, (Gmail-Adresse, Konto im Playstore, YouTube) der Eindruck, bestimmte, im Besitz des Google-Konzern befindliche Online-Angebote wie YouTube seien ohne Verwendung anderer Google-Konten nicht nutzbar. Offensichtlich hinterfragen die Jugendlichen solche Vorstrukturierungen jedoch nicht, sondern nehmen sie als gegeben hin. So weist die Äußerung, bestimmte Angebote wie WhatsApp, Instagram, Facebook oder YouTube seien „Standard“ oder „Pflicht“ darauf hin, dass diese Angebote wegen ihrer Vorinstallation oder wegen ihrer weiten Verbreitung als normsetzend begriffen werden.

Wahrnehmung und Handeln der Jugendlichen in Bezug auf Datensicherheit und Datenauswertung basieren auf Wissenssplittern. Viele Jugendliche nehmen kritische Argumente aus der öffentlichen Diskussion – etwa zum NSA-Skandal oder zum Aufkauf von WhatsApp durch

Facebook – zwar zur Kenntnis und pflichten diesen bei. Es fällt ihnen mangels medienbezogenem Strukturwissens allerdings schwer, die Kritik auszuformulieren oder gar in folgerichtiges Handeln umzusetzen. So sehen beispielsweise spiellauffine Jugendliche in der Möglichkeit, sich mit dem Facebook-Account bei Spieleplattformen einzuloggen, vor allem praktische Vorteile. Die dadurch gegebenen Möglichkeiten der Datenakkumulation scheinen ihnen trotz der von ihnen vielfach vorgebrachten Kritik an mangelnder Datensicherheit bei Facebook keineswegs bewusst. Zwar ist die in der Öffentlichkeit diskutierte Übernahme von WhatsApp durch Facebook den Jugendlichen geläufig und wird in Bezug auf die Datensicherheit (teils jedoch unter falschen Vorannahmen) kritisiert; Konsequenzen auf der Handlungsebene werden daraus jedoch nicht gezogen. Dass es sich bei der von nahezu allen genutzten Fotoplattform Instagram um ein Facebook-Tochterunternehmen handelt, wird dagegen nicht thematisiert.

Angebotsinterne Schutzmöglichkeiten bleiben teilweise ungenutzt. Konkreter als die Datenauswertung durch Online-Konzerne und andere Akteure steht den Jugendlichen die Gefahr vor Augen, dass eigene Inhalte und Daten für andere Nutzende sichtbar werden könnten. Doch fehlt es bezüglich angebotsinterner Schutzmöglichkeiten vor fremdem Zugriff oder fremdem Blick teils an Wissen, teils an Motivation zur Auseinandersetzung mit Einstellungsmöglichkeiten. Bei vielen Jugendlichen ist durchaus ein Bewusstsein über die Problematik vorhanden. Allerdings kann einem dementsprechenden Handeln die Motivation entgegenstehen, möglichst viel Resonanz und Anerkennung in der Peergroup zu erfahren. Auffallend ist, dass der Wissensstand zu Privatsphäre-Einstellungen innerhalb der gleichen Jugendgruppe durchaus unterschiedlich ausfällt und die Heranwachsenden sich ohne äußeren Anstoß offenbar nicht darüber austauschen. Mangelndes Wissen über die technische Strukturierung der Angebote und ihre Nutzungsbedingungen kann so dazu führen, dass die Jugendlichen unfreiwillig mehr von sich preisgeben, als sie möchten.

Die Praxis der Peergroup gibt den Orientierungsrahmen vor. Ein Austausch des medienbezogenen Wissens findet dennoch zu wenig statt. Bezüglich der sozialen Praxis im Umgang mit Angeboten im Bereich der Kommunikation fallen folgende Aspekte auf:

- Durch die hohe Verbreitung bestimmter Angebote, wie z.B. von WhatsApp, entsteht nahezu eine „Pflicht“ diese zu verwenden, um nicht von der Kommunikation in der Peergroup abgeschnitten zu sein. Dieser soziale Druck kann zusätzlich durch die konkrete Ausgestaltung der Apps gesteigert sein – so kann etwa durch eine nicht abwählbare Kontrollfunktion in WhatsApp der empfundene Druck, auf eine Nachricht reagieren zu müssen, erhöht sein.
- Die Befürchtung des sozialen Ausschlusses trägt dazu bei, dass Angebote trotz bekannter Kritikpunkte genutzt werden, selbst wenn bessere Alternativen bekannt sind. Eine Lösung wäre die Entwicklung kollektiver Strategien im Umgang mit Angeboten (etwa der Wechsel einer Freundesgruppe zu einem sichereren Angebot), die aber nicht diskutiert werden.
- Die Jugendlichen wünschen sich teilweise soziale Konventionen zum Schutz ihrer Persönlichkeitsrechte (so z.B., dass Freunde ihre Telefonnummern nicht an andere weitergeben oder dass sie sie nicht in WhatsApp-Gruppen aufnehmen, in denen auch Fremde sind), die jedoch in der Peergroup anscheinend nicht ohne zusätzlichen Anstoß thematisiert werden.

In einigen Gruppen scheint eine gewisse Scheu zu bestehen, sich über Fragen, die sich den Jugendlichen im Zusammenhang mit den genutzten Angeboten stellen, offen auszutauschen, da damit auch das Offenlegen von Unkenntnis verbunden ist. Dennoch scheint in den Ergebnissen ein Bedarf der Jugendlichen an Austausch über Nutzungspraktiken und Nutzungsmöglichkeiten von Kommunikationsdiensten auf. Ein Austausch in der Peergroup über die Nutzungskonventionen und -möglichkeiten kann sowohl für die Einzelnen gewinnbringend sein als auch kollektive Veränderungen im Umgang mit den verfügbaren Online-Angeboten anregen. Dies wird nahegelegt durch die Kritik der Jugendlichen an der Nutzungspraxis anderer, durch ihren unterschiedlichen Informationsstand über Zugriffseinstellungen sowie die Diskussion darüber, inwieweit es für einzelne Personen sinnvoll ist zu alternativen Diensten zu wechseln.

Über die technische und rechtliche Strukturierung bestimmter Angebote sind die Jugendlichen verunsichert. Die Nutzung kostenfreien Streamings von Filmen und Serien ist für Jugendliche sehr verlockend. Verunsichert sind sie darüber, inwieweit sie sich bei bestimmten Angeboten damit im Rahmen der Legalität bewegen. Auch hier orientieren sie sich im Zweifelsfall an der im sozialen Umfeld verbreiteten Praxis.

Im Zusammenhang mit den favorisierten Angeboten werden auch klassische Themen des Jugendmedienschutzes von den Jugendlichen problematisiert, wie etwa die Belästigung durch Fremde oder die Konfrontation mit abstoßenden Bildern und Videos. Deutlich wird dabei, dass die Jugendlichen auch über die Vorkehrungen des Jugendmedienschutzes und die entsprechenden Umsetzungen durch die Anbieter desinformiert sind. Dazu gehören auch enttäuschende Erfahrungen, etwa wenn das Nutzen der Meldefunktion bei Facebook nicht zum erhofften Ergebnis führt.

Die Jugendlichen thematisieren von sich aus in hohem Maße **Risiken im Bereich des Persönlichkeitsschutzes, der Technik und der Marktteilnahme**, somit Risiken, die nicht als primäre Themen des Jugendmedienschutzes gelten, die jedoch in Hinblick auf Jugendliche ein gehobenes Schutzniveau erfordern. Ferner zeigt sich, dass – wie auch in Bezug auf die beliebten Online-Angebote bereits deutlich wurde – Risiken im Bereich der Kommunikation eine bedeutsame Rolle spielen. Wie in der Perspektive der Jugendlichen auf die wichtigsten Apps und Online-Angebote deutlich wird, haben die Heranwachsenden durchaus ein Auge auf mögliche Risiken. Allerdings fehlt ihnen in vielen Fällen das nötige Hintergrundwissen, um die Risiken angemessen einzuordnen und Konsequenzen für das Online-Handeln zu ziehen.

Als Fazit ist festzuhalten, dass die Risiken im Bereich des Online-Handelns auf sehr unterschiedlichen Ebenen liegen und zum Teil die Grenzen des klassischerweise auf Jugendliche gerichteten Medienschutzes überschreiten. Dennoch haben Jugendliche ein berechtigtes Interesse an Sicherheit und einen erhöhten Schutzbedarf.

Allerdings sind die Konsequenzen aus den Problemlagen nicht leicht zu ziehen. Gesetzliche Regelungen mögen noch am ehesten in Bezug auf die Strukturierung der Angebote durch kommerzielle Anbieter greifen. Über entsprechende Notwendigkeiten ist gegebenenfalls im Fazit des zweiten Short Reports zu diskutieren, wenn die Perspektive der Jugendlichen auf die Online-Risiken systematisch analysiert wurde.

Offenkundig ist, dass es den Jugendlichen an angebots- und strukturbezogenem Wissen fehlt, für das sie sich durchaus interessieren. Die öffentlichen Diskussionen in Bezug auf die Sicherheit

einzelner Angebote oder die Umstrukturierung des Marktes der Online-Angebote dringen offenbar zu ihnen durch. Um die öffentlichen Diskussionen zu verstehen und daraus Konsequenzen zu ziehen, fehlt es jedoch an fundiertem Wissen. Hier müssen pädagogische Angebote einhaken, die diese Diskussionen für die Jugendlichen verständlich machen und Jugendlichen ermöglichen, Handlungsalternativen zu diskutieren.

Wenn es aber um die Veränderung sozialer Konventionen im Umgang mit Kommunikationsangeboten geht, sind die Jugendlichen selbst anzusprechen. Hier ist ein wichtiges Ziel, Jugendliche miteinander in die Diskussion über Nutzungskonventionen und das mediatisierte soziale Miteinander zu bringen. Damit dies auf fundierte Weise geschieht, gehört dazu jedoch auch die Verbreiterung des medienbezogenen Wissens der Jugendlichen sowie die Herstellung einer geeigneten Gesprächsatmosphäre sowie Anregungen dazu, gängige medienbezogene soziale Praktiken kritisch zu hinterfragen und vorhandene Ansätze dazu zu verstärken.

Das wirft die Frage auf, wer in der Lage ist, dies zu vermitteln. So trifft der (objektive) Aufklärungsbedarf der Jugendlichen in Bezug auf die kommerzielle und technische Strukturierung von Online-Angeboten in vielen Fällen auf Erwachsene, die diesbezüglich ähnlich ahnungslos sind wie die Jugendlichen, in der praktischen Nutzung der Online-Medien aber häufig wesentlich zurückhaltender daher weniger erfahren. Die Funktion des Vorbilds und Ratgebers können Eltern daher nur selten erfüllen. Als Vorbilder und Ratgeber eignen sich oft erfahrene Peers, die dazu jedoch über systematisches Wissen verfügen müssen.

Ein weiterer wesentlicher Punkt ist auch die Verantwortung der Anbieter, ihre Angebote verständlich und nutzerfreundlich zu gestalten und zu erklären sowie die besonderen Schutzbedürfnisse Jugendlicher systematisch bereits in der Entwicklung ihrer Angebote zu berücksichtigen.

2 Einleitung

Der Short Report Nr. 1 stellt erste Ergebnisse der Monitoringstudie des Projekts **ACT ON!** vor. Dieser Short Report gibt einen ersten Überblick über die von 12- bis 14-Jährigen thematisierten Online-Risiken und die von ihnen genutzten Online-Angebote. Im Anschluss wird die Perspektive der Jugendlichen auf die wichtigsten Online-Angebote in ihren Bezügen zu Nutzungsmotiven und wahrgenommenen Risiken dargestellt.

Der Short-Report Nr. 2 wird die Sicht der Jugendlichen auf die wichtigsten Risikobereiche detailliert analysieren.

3 Die Monitoringstudie 2015

Die Monitoringstudie eruiert die Perspektive Heranwachsender auf aktuelle Medienphänomene und ihre diesbezüglichen Schutz-, Informations- und Hilfsbedürfnisse. Die Ergebnisse liefern Hinweise für die Weiterentwicklung von pädagogischen Modellen zur Medienkompetenzförderung und Grundlagen für den Jugendmedienschutz.

Im Jahr 2015 wurden Mädchen und Jungen ab 12 bis ca. 14 Jahren in qualitativen Gruppensettings befragt.

3.1 Fragestellungen

Folgenden Fragen wird in der Monitoringstudie nachgegangen:

- Welche Online-Angebote stehen aktuell bei den 12- bis 14-Jährigen hoch im Kurs?
- In welcher Weise nutzen sie die Online-Angebote?
- Wie schätzen sie Online-Angebote in Hinblick auf Risiken ein?
- Welche Strategien haben sie im Umgang mit Online-Risiken entwickelt?
- Welche Unterstützung wünschen sie sich in Bezug auf Online-Risiken?

Neben der Wahrnehmung und Bewertung potenzieller Risiken durch die Jugendlichen standen ihre angebotsbezogenen Nutzungsmotive und Umgangsweisen im Mittelpunkt der Untersuchung.

3.2 Methode

Die Erhebung fand im Zeitraum Mitte Mai bis Ende Juli 2015 in Bayern statt. Die Jugendlichen wurden in elf Gruppen mit einer Teilnehmendenzahl von fünf bis zwölf Personen befragt. Regional verteilen sich die Gruppen auf Großstädte (acht Gruppen), mittlere Städte (zwei Gruppen) sowie dörfliche Umgebung (eine Gruppe). Acht Gruppen stammten aus Schulklassen der siebten und achten Stufe, bei drei Gruppen handelte es sich um Freizeitgruppen.

Die Befragten

Insgesamt nahmen 103 Jugendliche teil, davon waren 89 im relevanten Alter von 12 bis 14 Jahren, die übrigen älter.¹ Der Anteil der männlichen Teilnehmenden beträgt 42 Prozent.

Tabelle 1 gibt einen Überblick über Alters- und Geschlechterverteilung der Jugendlichen:

	12 J.	13 J.	14 J.	15 J.	16 J.	17 J.	gesamt
w	14	16	23	5	1	1	60
m	10	15	11	2	4	1	43
gesamt	24	31	34	7	5	2	103

Das Bildungsniveau der Jugendlichen ist gemischt:

- Zwei schulische Gruppen stammen aus Gymnasialklassen, eine stammt aus Mittelschulklassen.²
- Eine schulische Gruppe stammt aus der Computer-AG einer staatlichen Realschule und eine Freizeitgruppe ist an eine konfessionelle Realschule angeschlossen.
- Vier schulische Gruppen kommen aus einer integrativen reformpädagogischen Schule, die die Abschlüsse Haupt- und Realschule vorsieht sowie die Möglichkeit der Abiturvorbereitung bietet. Jugendliche, die unterschiedliche Abschlüsse anstreben, werden dort bis zur neunten Stufe gemeinsam unterrichtet. In diesen Gruppen nahm jeweils ein/e Jugendliche/r mit geistiger Behinderung teil.
- In zwei Freizeitgruppen befanden sich Jugendliche aus unterschiedlichen Bildungsgängen.

Eine Zuordnung zu einem bestimmten Bildungsniveau lässt sich also nicht für alle Gruppen vornehmen, was die bildungsbezogenen Auswertungsmöglichkeiten beschränkt.

¹ Bei den Älteren handelt es sich um Jugendliche aus schulischen Gruppen der integrativen Reformschule und der Mittelschule, die mit Rücksicht auf die Klassenintegration nicht aus der Erhebung ausgeschlossen wurden.

² Erhoben wurde in Bayern. Die Mittelschule entspricht der Hauptschule in anderen Bundesländern. Gruppen aus dem Gymnasium wurden in der Bezeichnung der Gruppe mit GYM gekennzeichnet, solche aus der Mittelschule mit MS. Alle anderen mit MIX.

Vorgehen bei der Erhebung

Die Erhebungen hatten Workshop-Charakter, dauerten ca. eineinhalb bis zwei Stunden und enthielten jeweils drei Erhebungsblöcke mit wechselnden aktivierenden Methoden.

- Im ersten Erhebungsblock waren die Jugendlichen anhand eines Szenarios („Neuling“) aufgefordert, Online-Angebote zu benennen, die sie für populär und/oder wichtig für die Einbettung in die Peergroup halten. Hierfür sollten sie einer/einem Gleichaltrigen, die/ der aus Südamerika neu in ihre Gruppe/Klasse kommt, Online-Angebote empfehlen. In Kleingruppen gestalteten die Jugendlichen hierzu Plakate und sollten sich dabei entweder auf die Nutzung eines Laptops oder die Nutzung eines Smartphones bzw. Handys beziehen. Zur Beschleunigung der Umsetzung konnten die Jugendlichen auf ein Set von zunächst 34 Angebots-Logos³ zurückgreifen sowie weitere Angebote ergänzen. Das verwendete Set basiert einerseits auf Nutzungsstudien (BITKOM 2014, Feierabend/Plankenhorn/Rathgeb 2014, Feierabend/Plankenhorn/Rathgeb 2015a), andererseits auf Erfahrungswerten aus der praktischen Medienarbeit mit der Altersgruppe. Im Anschluss stellten die Jugendlichen ihre Plakate vor und begründeten ihre Auswahl der Angebote. Schließlich sollten die Jugendlichen auch potenzielle Nachteile der von ihnen vorgeschlagenen Angebote beschreiben.
- Im zweiten Erhebungsblock waren die Jugendlichen aufgefordert Angebote und Online-Aktivitäten zu benennen, vor denen Gleichaltrige sich ihrer Einschätzung nach hüten sollten, und ihre Warnungen zu begründen. Zusätzlich wurden die Jugendlichen gebeten, alle bisher von ihnen thematisierten Angebote daraufhin zu betrachten, inwieweit damit Nachteile oder Gefahren verbunden sein können.
- Im dritten Erhebungsblock wurden die bis zu diesem Zeitpunkt von den Jugendlichen angesprochenen Online-Risiken durch das Erhebungsteam mit Fachbegriffen benannt, soweit die Jugendlichen dies nicht bereits selbst getan hatten. Im Anschluss wurden die Jugendlichen aufgefordert aus einem Kartenset von 12 Risiken⁴ diejenigen auszuwählen, die ihnen darüber hinaus bekannt sind, und diese zu erklären.

In allen drei Erhebungsblöcken, vor allem jedoch im zweiten und dritten fragte das Erhebungsteam jeweils nach, wie die Jugendlichen die angesprochenen Risiken bewerten, über welche risikobezogenen Handlungsmöglichkeiten und Ressourcen sie verfügen und welche sie sich wünschen würden.

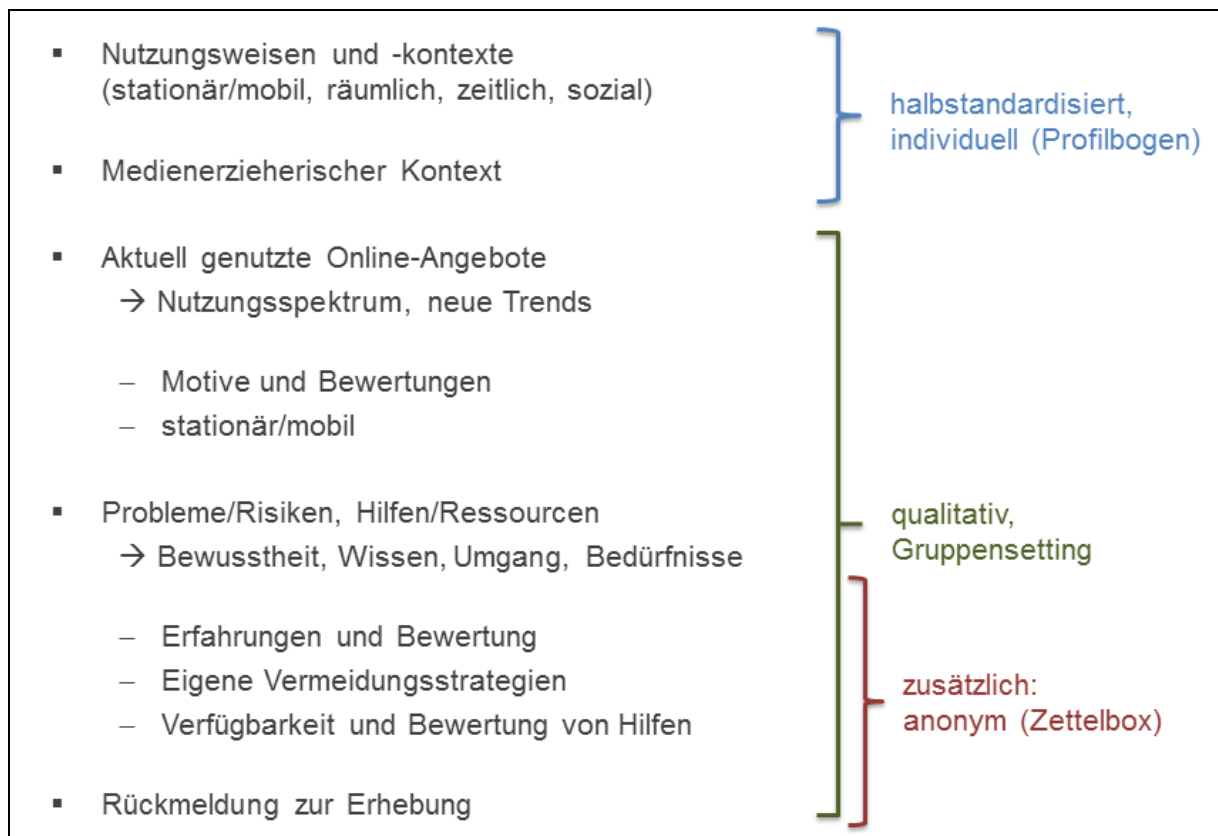
³ Die Liste der Angebote findet sich im Anhang. Das Set wurde im Laufe der Erhebung um das Angebot „Google“ ergänzt, nachdem das sozial Online-Netzwerk Google+ in mehreren Gruppen mit der Suchmaschine Google verwechselt worden war.

⁴ Bei der Auswahl der Online-Risiken wurde darauf geachtet, dass folgenden Bereiche berücksichtigt waren: Inhalte, Kontakte, Persönlichkeitsschutz, Urheberrecht, Ökonomie, Technik, Gesundheit. Diese Kategorien sind an unterschiedlichen in der Fachwelt diskutierten Kategoriensystemen orientiert, wie sie z.B. das Hans-Bredow-Institut (2014) oder der Youth Protection Roundtable entwickelt haben (<http://www.yprt.eu/ypirt/content/sections/index.cfm/secid.84>). Eine direkte Übersetzung eines dieser Systeme oder eine vollständige Vorlage aller Risiken erwies sich in der empirischen Umsetzung als nicht praktikabel. Die Liste der vorgelegten zwölf Risiken befindet sich im Anhang.

Um anonyme Äußerungsmöglichkeiten in Bezug auf Online-Angebote und -Risiken anzubieten, war zusätzlich ein Zettelkasten aufgestellt, der während der gesamten Erhebungszeit zugänglich war. Da der Zettelkasten außerdem zur Sammlung von Rückmeldungen zur Erhebung diente, war für andere Gruppenmitglieder nicht nachvollziehbar, inwieweit einzelne auf die anonyme Äußerungsmöglichkeit zurückgriffen.

Zusätzlich füllten die Teilnehmenden jeweils einen halbstandardisierten Kurzfragebogen mit Angaben zu den von ihnen genutzten Onlinemedien und den elterlicherseits gesetzten Nutzungsregeln aus.

Abbildung 1 gibt einen Überblick über die Erhebungsquellen



Die Erhebungen wurden per Audioaufzeichnung, die entstandenen Materialien per Foto dokumentiert; die Audiodokumente wurden für die Auswertung vollständig transkribiert. Für jede Erhebungsgruppe wurde ein Gedächtnisprotokoll verfasst, das Besonderheiten des Erhebungsverlaufs und der teilnehmenden Jugendlichen enthält.

Vorgehen bei der Auswertung

Fokus der Auswertung waren einerseits die von den Jugendlichen thematisierten Online-Angebote, andererseits die angesprochenen Online-Risiken und deren Bewertungen durch die Jugendlichen.

Die Auswertung fand unter Einbezug aller dokumentierten Materialien sowohl gruppenbezogen als auch gruppenübergreifend statt. Hierfür wurden die Inhalte von gestalteten Produkten beschrieben und die Transkripte der Audioaufnahmen mit Hilfe der Software Maxqda angebots- und risikobezogen codiert. Anschließend wurden die Aussagen der Jugendlichen unter Berücksichtigung des Erhebungsverlaufs angebots- und risikobezogen zusammengefasst und in Hinblick auf die Forschungsfragen interpretiert.

4 Ausgewählte Ergebnisse der Erhebung 2015

Die Ergebnisse zeigen deutlich, dass vor allem die Nutzung von Smartphone-Apps und die damit einhergehenden Vor- und Nachteile die Jugendlichen stark beschäftigt. Sie nutzten die Gelegenheit sich über Nutzungspraktiken auszutauschen, Risiken zu diskutieren und auch risikobezogene Fragen an das Erhebungsteam zu stellen. Nachfolgend wird zunächst ein Überblick über die von den Jugendlichen thematisierten Risiken und Online-Angebote gegeben, um anschließend die Perspektive der Heranwachsenden auf die wichtigsten Angebote und die damit verbundenen Nutzungsrisiken zu vertiefen.

4.1 Smartphone hat Priorität

In den Gruppenerhebungen zeigt sich deutlich, dass das Smartphone für diese Altersgruppe nicht nur das meistgenutzte Online-Medium (BITKOM 2014, S. 57; DIVSI 2014, S. 66) darstellt, sondern auch das wichtigste und attraktivste. Bei der Bildung von Kleingruppen im ersten Erhebungsblock waren wesentlich mehr Jugendliche dafür zu gewinnen sich mit der Frage zu beschäftigen, welche Apps und Online-Angebote ein/e Gleichaltrige mit dem Smartphone nutzen sollte, als mit der Frage, welche Online-Angebote für die Nutzung per Laptop von Bedeutung sind. Während das Smartphone für die Heranwachsenden ein persönliches Gerät ist, das mit der Welt und den Freunden verbindet, wird das Laptop bzw. der Computer als stärker arbeitsbezogen betrachtet, wie folgende Passage aus der Gruppeneinteilung verdeutlicht:

- A: Ich würd mich dann wohl eher mit dem Handy beschäftigen. Ich weiß jetzt nicht, ob, also ich glaube, wir sind jetzt alle nicht so mit dem Computer unterwegs.
B: Also für uns ist Computer eher was für, also auch so zum Arbeiten, wenn man was für die Schule macht und so, also nichts, wo man irgendwas drauf hat, um damit zu kommunizieren...
M: (parallel): Doch Skype!
Kn: (parallel):Also ich mach nichts mit'm Computer, ich schreib da nur die Sachen, die ich für die Schule...

(1_0511_MIX, 32-37)

Insgesamt kamen in den elf Erhebungsgruppen 14 Smartphone-Kleingruppen zustande gegenüber 9 Laptop-Kleingruppen. Letztere waren zudem meist mit geringerer Teilnehmendenzahl besetzt. Abgesehen von den wenigen Jugendlichen, die selbst kein Smartphone nutzen, waren für den Laptop männliche Heranwachsende am offensten, insbesondere solche, die eine hohe Affinität zur Videorezeption oder zum Computerspielen haben, wie z.B. dieser 13-Jährige begründet:

KB: (parallel) Also die Spiele sind, also deswegen kauft man sich ja eigentlich [ein Laptop]. Meistens auch zum Arbeiten, aber in meinem Fall habe ich mir jetzt einen PC dafür gekauft, das ich halt spielen kann. Und soziale Netzwerke kann man auch noch mit dem Handy verwenden und das ist vielleicht der Vorteil an dem Laptop.

(3_0519_B_MIX, 168)

Nahezu alle teilnehmenden Jugendlichen verfügen über einen mobilen Internetzugang und nur sehr wenige nutzen das Internet mit Handy, Smartphone oder Tablet seltener als einmal in der Woche (5 Jugendliche) oder nie (6 Jugendliche). Allerdings bedeutet dies nicht unbedingt, dass die Jugendlichen das Internet per Smartphone auch unterwegs nutzen. Weniger als die Hälfte der Befragten (46 Jugendliche) gibt an, mit den mobilen Geräten unterwegs ins Internet zu gehen. Da diese Frage mit Hilfe des halbstandardisierten Fragebogens erfasst wurde, muss jedoch offen bleiben, ob die Jugendlichen die von ihnen genutzten online-basierten Kommunikations-Apps in allen Fällen der Internetnutzung zugeordnet haben.

4.2 Online-Risiken aus Sicht der Jugendlichen im Überblick

Die Jugendlichen thematisieren eine ganze Reihe von Online-Risiken, viele davon auch ohne durch das Erhebungsteam gezielt darauf angesprochen zu werden. Inwieweit die Jugendlichen die Risiken von sich aus ansprechen und inwieweit sie sie erst aufgreifen, nachdem entsprechende Anreize gesetzt worden sind, gibt in einem nicht näher bestimmbar Maß Hinweise darauf, wie die Jugendlichen das jeweilige Risiko gewichten bzw. wie sehr es ihnen auf den Nägeln brennt.⁵

Tabelle 2 gibt einen Überblick, in wie vielen der elf Gruppen ein bestimmtes Risiko überhaupt thematisiert wurde, und in wie vielen Interviewpassagen die Jugendlichen auf das jeweilige Risiko zu sprechen kommen (von sich aus vs. angereizt).

Dabei zu Folgendes zu beachten,

- Konkrete Interviewpassagen können durch inhaltliche Verquickung mehreren Risiken zugerechnet werden (z.B. die Befürchtung bei einem illegalen Download auch Viren mit herunterzuladen).
- Ein Risiko konnte innerhalb eines Interviews in mehreren Interviewpassagen thematisiert werden. Dabei konnten die Jugendlichen das Thema von sich aus ansprechen oder es war zuvor vom Interviewteam angereizt worden.

⁵ Es gibt daneben natürlich auch andere Gründe, warum Jugendliche ein Risiko von selbst ansprechen oder ebendies vermeiden.

- Die Risiken „sexuell belästigt werden“ und „offline belästigt werden“ wurden nur thematisiert, wenn die Jugendliche diese von sich aus ansprachen, da davon ausgegangen werden musste, dass es den Jugendlichen unangenehm ist, in diesem Setting von fremden Erwachsenen darauf angesprochen zu werden. Die Risiken Werbung und ‚Privates Öffentlich machen‘ wurden aus erhebungstrategischen Erwägungen nicht anreizt, um sicher nachvollziehen zu können, inwieweit die Jugendlichen diese Themen selbst als Risiken problematisieren.
- Das Risiko Kettenbriefe wurde erst ab der dritten Erhebungsgruppe systematisch angereizt, nachdem es sich zuvor als relevant erwiesen hatte. Von den Jugendlichen angesprochen waren hier insbesondere solche Kettenbriefe, die Einschüchterungen und Bedrohungen enthalten.
- In der zehnten Gruppe wurden Risiken nicht systematisch angereizt, da die Erhebung wegen Hitze frei vorzeitig beendet werden musste

Durch **Fettdruck** hervorgehoben sind solche Risiken, die die Jugendlichen häufiger von sich aus angesprochen haben als dass sie angereizt wurden.

Tabelle 2: Überblick über die thematisierten Risiken⁶

	in x Interviewpassagen von sich aus angesprochen	in x Interviewpassagen nach Anreiz besprochen	in x von elf Gruppen thematisiert
Schutz der Privatsphäre			
Getrackt werden/Datenspionage	39	4	11
Gehackt werden	20	10	11
Privates öffentlich machen	23		8
Technische Risiken			
Viren/Schadprogramm	30	4	11
Marktteilnahme			
Illegaler Up-/Download	13	8	9
Kostenfallen und Betrug	16	6	9
Werbung	9		9
Kommunikation			
Gemobbt werden	18	6	8
Online belästigt werden	14	8	10
Offline belästigt werden	3		2
Sexuell belästigt werden	2		2
Fakeprofile	5	6	9
Challenges/Mutproben	4	11	9
Kettenbriefe	4	5	7
Emotionalität			
Abstoßende Bilder/Clips/Filme	11	13	10
Diskriminierende Bilder/Clips/Filme	2		1
Verhaltenssteuerung			
Andauernd online sein	5	8	9

⁶ Die Kategorisierung der Risiken innerhalb der Tabelle ist lediglich als grobe schwerpunktmäßige Ordnung zu verstehen; vgl. auch Fußnote 4.

Tabelle 2 verdeutlicht, dass den Jugendlichen Risiken im Bereich des Persönlichkeitsschutzes, der Technik und der Marktteilnahme stark am Herzen liegen, die nicht als primäre Themen des Jugendmedienschutzes gelten, bei denen jedoch davon auszugehen ist, dass Jugendliche aufgrund ihrer geringeren Lebenserfahrung noch stärker gefährdet sind als Erwachsene. Ferner zeigt sich, dass – wie auch in Bezug auf die beliebten Online-Angebote noch deutlich werden wird – Risiken im Bereich der Kommunikation eine bedeutsame Rolle spielen. Insgesamt ist erkennbar, dass die Jugendlichen eine große Palette an Online-Risiken im Blick haben.

4.3 Für Jugendliche wichtige Online-Angebote im Überblick

Die Jugendlichen halten insgesamt eine große Bandbreite an Online-Angeboten und Apps für wichtig. Häufig thematisierte Angebote finden sich in den Kategorien Online-Messenger und auf Kommunikation gerichtete Online-Netzwerke, Foto- und Videoplattformen, Computerspiele sowie Streaming-Dienste für Film und Musik. Ein besonderer Fokus der Jugendlichen liegt eindeutig auf den auf Kommunikation ausgerichteten Angeboten.

Tabelle 3 (auf Seite 13) gibt einen Überblick über die von den Jugendlichen angesprochenen Angebote. Durch **Fettdruck** hervorgehoben sind diejenigen, die von den Jugendlichen ausführlicher thematisiert werden. Die Anzahl der Gruppen, in denen diese thematisiert wurden, ist jeweils in Klammern angeführt. Zu beachten ist hier, dass es sich bei dieser Aufzählung nicht um Angebote handelt, die die Jugendlichen unbedingt tatsächlich nutzen, sondern auch um solche, die ihnen aus dem sozialen Umfeld oder aus Medienberichten bekannt sind.

Die Kategorisierung der Angebote orientiert sich hier an der Anlage der Angebote, nicht an den Nutzungsweisen durch die Jugendlichen, die z.B. Angebote wie Twitter oder Tumblr zum Teil überwiegend rezeptionsorientiert nutzen. In den Nutzungsweisen fällt auf, dass bei vielen Angeboten eine Verquickung von Kommunikationsräumen mit Massenkommunikation und Unterhaltung stattfindet.

Tabelle 3: Von den Jugendlichen thematisierte Angebote

Auf Kommunikation gerichtete Angebote	
Messenger, Chats	WhatsApp (11), Skype (11), Snapchat (10), Threema (6), YouNow (6), Viber (3), Telegram (2), Chiffry (1), Facebook-Messenger (2), ICQ (1), Kik-Messenger (1), Omegle (1)
Soziale Netzwerke, Blogs	Facebook (11), Twitter (11), Tumblr (5), Google+ (4)
Foto-/Video-Plattformen	YouTube (12), Instagram (10), Vine (3), We heart it (1)
Auf Rezeption gerichtete Angebote	
Streaming Film	kommerzielle Angebote: Netflix (8), Maxdome (6), MyVideo (5), Watchever (4), Amazon Prime bzw. Amazon Instant Video (2), DMAX (1), dailyme (1), Netzkino (1), SevenTV (1), Sky (1) illegale bzw. im Graubereich befindliche Angebote (6): burning series, kino.to, kino1.to, kinox.to, kinokiste.to, movie2k/movie4k.to, XNXX-Channels
Musik	Spotify (11), Soundcloud (2), Shazam (2), iTube (2), iTunes (1)
Auf Wissen gerichtete Angebote	
Suchmaschinen	Google (9), Bing (1), Ecosia (1)
andere	Ask (1), Gute-Frage.net (1), Leo (1), Wikipedia (1)
Auf Spiel gerichtete Angebote	
Spieleportale	Steam (4), Twitch (2), Battlenet (1)
Games	Minecraft (10), Clash of Clans (10), Call of Duty (5), Angry Birds (4), Candy Crush (5), Crossy Road (4), Flappy Birds (4), GTA (4), Subway Surfers (3), Quizduell (3) sowie 26 weitere jeweils in nur einer Gruppe genannte Spiele

4.3.1 Die „Must Haves“ aus Perspektive der Jugendlichen

Bei der Smartphone-Nutzung steht in den Augen vieler Jugendlicher ein Dreigespann aus den Angeboten **WhatsApp**, **Instagram** und **YouTube** oben an, die in den Workshops entsprechend häufig thematisiert werden. So ist folgende Passage als typisch anzusehen:

T2:⁷ Was ist denn euer Absolutes, ohne das geht es überhaupt nicht?
H: Naja, sonst geht es ohne Handy eigentlich auch, also für mich zumindest. Aber wenn man ein Handy hat, dann nutzt man, also ich zum Beispiel nutzte jetzt am meisten WhatsApp und dann wahrscheinlich Instagram und YouTube oder sowas.
(10_0722_B_GYM, 78-79)

Der Status von **Facebook** ist dagegen nicht eindeutig. Einige Gruppen zählen Facebook zu den wichtigsten Angeboten, wie z.B. eine Gruppe aus einem Gymnasium, zu der auch einige Jugendliche gehören, die bereits älter als 14 Jahre sind:

K: Und dann haben wir oben die drei Basics hingeschrieben. Google, Youtube und Facebook.
(10_0722_B_GYM, 39)

Andere dagegen sehen den Stern von Facebook im Sinken begriffen, wie etwa eine 14-Jährige aus einer Freizeitgruppe beschreibt:

T2: Warum wart ihr euch bei Facebook nicht so einig?
H: Sie hatte was dagegen.
Te: Ich hab nicht was dagegen, ich finde nur ...
P: Nein (ironisch)!
Te: Nein, ich finde nur, dass das nicht mehr so aktuell ist. Also die Jugend, ich finde, also aus meiner Klasse oder aus Parallelklassen benutzt, haben zwar schon viele Facebook, aber keiner benutzt das eigentlich mehr. Sondern alle benutzen Snapchat, Instagram oder Twitter.
(4_0520_MIX, 182-190)

Auch **Twitter**, das in Nutzungsstudien nur geringe Raten bei Jugendlichen ausweist (vgl. z.B. BITKOM 2014, S. 28 und S. 75; Feierabend/Plankenhorn/Rathgeb 2015b, S. 32), wird in jeder der Erhebungsgruppen thematisiert. Dies ist zum einen darauf zurückzuführen, dass die Jugendlichen auch auf Angebote hinweisen, die sie für populär und wichtig halten, obwohl sie selbst diese oft gar nicht nutzen, wie beispielsweise eine 12-Jährige und ein 14-Jähriger erklären:

B: „Und halt Facebook und Twitter haben wir jetzt, die meisten von uns, persönlich haben’s nicht, aber es haben halt sehr sehr viele.“
(w 12, 1_0511_MIX, 155)

H: „Also einmal, was wir persönlich relativ oft nutzen und dann, was halt allgemein von vielen Jugendlichen genutzt wird. Wir haben jetzt zum Beispiel, kein Facebook oder Tumblr oder Twitter, aber man weiß halt, dass das viele so benutzen.“
(m 14, 10_0722_B_GYM, 72)

⁷ Die Kürzel T1 und T2 stehen für die Mitglieder des Erhebungsteams, alle anderen sind Abkürzungen der von den Jugendlichen verwendeten Nicknames. Bei ausgeschriebenen Namen in den Passagen handelt es sich ebenfalls um von den Jugendlichen gewählte Pseudonyme.

Twitter

Kategorie	Mikroblogging-Dienst, Soziales Netzwerk
Unternehmen	Twitter Inc.
Gerätebasis	Smartphone, Tablet, Wearables (Apple Watch), Computer
Funktionen	Die Kommunikation auf Twitter erfolgt über sog. „Tweets“ (max. 140 Zeichen) oder Direktnachricht (private Nachricht zwischen zwei Personen, keine Zeichenbeschränkung); Austausch von Textnachrichten, Bild- und Video-Dateien sowie Links zu anderen Webseiten; Vernetzung durch „abonnieren/followen“ von Accounts und „Retweets“ (Weiterverbreiten der Tweets anderer); Verschlagwortung von Tweets via # (Hashtag)
Mindestalter	kein Eintrag in den AGB
Kosten	Kostenlose Anmeldung

Öffentliche Diskussionen und Bewertungen⁸

- Tweets sind standardmäßig öffentlich sichtbar, andere Einstellungen sind möglich.
- kommerzielle Datenauswertung; Weitergabe an Dritte
- personalisierte Werbung
- Twitter erfasst die installierten Apps auf den Mobilgeräten seiner Nutzenden; individuell auf die Nutzenden zugeschnittene (personalisierte) Werbung

Quellen

<https://twitter.com/privacy?lang=de>

https://www.saferinternet.at/fileadmin/files/Leitfaeden_Soziale_Netzwerke/9_Leitfaden_Sicher_unterwegs_auf_Twitter.pdf

<https://de.wikipedia.org/wiki/Twitter>

<http://www.computerbild.de/artikel/cb-News-App-Check-Twitter-140-Zeichen-Beschraenkung-fuer-Messages-aufgehoben-12692379.html>

<http://www.spiegel.de/netzwelt/web/twitter-erfasst-apps-auf-mobilgeraeten-seiner-nutzer-a-1005269.html>

Diejenigen, die Twitter nutzen, haben zum Teil spezifische Gründe, etwa weil sie sich beispielsweise über bestimmte Computerspiele auf dem Laufenden halten wollen, wie z.B. ein 12-Jähriger Fifa-Spieler

F: Ich benutze eigentlich Twitter nur auf dem Handy wegen Fifa, weil damit ich irgendwie sehe was neu ist, ob Spieler irgendwie so eine Special Karte bekommen haben oder so bekommen oder ob irgendetwas neu released wurde und dafür benutze ich eigentlich nur Twitter.
(m 12, 11_0729_MIX, 303)

Ein weiterer Grund ist, dass die Jugendlichen auf Twitter ihren Stars folgen können, wie folgende Passage zeigt:

⁸ Ausgespart bleiben in diesem Short Report weitgehend inhaltebezogene AGBs und Funktionen, wie z.B. interne Filter und Meldesysteme, da inhaltebezogene Risiken als Schwerpunkt eines weiteren Short Reports geplant sind.

K: Twitter, das ist eine besser als Facebook eigentlich. Das nutzen nur die beliebt... also die bekanntesten Leute, also zum Beispiel, weiß nicht. Die von Amerika.
T2: Promis, oder?
B: Ja Promis und so weiter.
(8_0702_MS, 107-109)

Aus der Perspektive einiger Jugendlicher scheint Twitter eher den Status eines Informationsmediums zu haben als den eines Netzwerks, das der Kommunikation in der Peergroup dient.

4.3.2 Auf Kommunikation gerichtete Angebote im Detail

In der Kategorie der auf Kommunikation gerichteten Online-Angebote nimmt WhatsApp, wie sich auch in Nutzungsstudien (BITKOM 2014, S. 75; DIVSI 2014, S. 71 f.; Feierabend/Plankenhorn/Rathgeb (2014, S. 36; 2015a, S. 50; 2015b, S. 32) abzeichnet, die absolute Spitzenposition ein.

4.3.2.1 „WhatsApp hat halt einfach jeder“

Gerade für die Jüngeren stellt WhatsApp das Referenzangebot für Kommunikation via Smartphone dar, das für spontane, schnelle und praktische Kommunikation steht, wenngleich diese App von nicht wenigen Jugendlichen auch kritisch gesehen wird.

Vorteile von WhatsApp aus der Perspektive der Jugendlichen

Die App gilt den Jugendlichen als der primäre mediale Kommunikationsweg, wie die folgenden exemplarischen Äußerungen zeigen:

P: Ja, wir haben ganz oben WhatsApp hingetan, weil wir finden, dass es am wichtigsten ist, zum Beispiel für irgendwelche WhatsApp-Gruppen oder so. Also, dass man sich halt eben austauschen kann.
(9_0722_A_GYM, 53)

K: Das hat halt einfach jeder. Und es ist halt praktisch.
Lo: Wir haben auch einen Klassenchat und ähm.
(2_0519_A_MIX, 110-113)

Aufgrund ihres hohen Verbreitungsgrades und der Möglichkeit eine schnelle Gruppenkommunikation, z.B. für die ganze Schulklasse, zu organisieren, gilt die App den meisten teilnehmenden Jugendlichen als unabdingbar für die Teilhabe an der Kommunikation in der Peergroup.

Allerdings bleibt diese Einschätzung der App als unverzichtbar nicht unwidersprochen, da einige Jugendliche darauf verzichten (müssen).

K: Naja also ich hab jetzt eine Freundin, die durfte bis jetzt kein WhatsApp, weil es von Facebook halt gekauft wurde. Aber sie selbst macht nicht so viel am Handy rum und deshalb hat sie jetzt WhatsApp bekommen, weil sie in der Klasse immer fragen muss, ob, was wir aufhaben oder so.
(5_0619_MIX, 444-448)

G: Ja, o.k., aber außerdem ist WhatsApp, also WhatsApp ist auf jeden Fall Pflicht finde ich.
 N: Naja ist keine Pflicht.
 T2: Warum?
 N: Manche schreiben auch SMS. Die gute alte SMS. Für was gibt es eigentlich noch die Flat? SMS-Flat. Nur um die Kunden anzulocken.
 G: Also ich denke, das ist ein, also jeder, jede der Smartphone hat, der kennt jetzt WhatsApp und so.
 H: Aber trotzdem haben es nicht alle.
 B: Ich habe viele Kameraden, die haben das nicht.
 C: Weil es die Eltern nicht erlauben.
 N: Bei uns haben es einfach alle. Bei uns haben es alle außer zwei Klassenkameraden.
 C: Also bei mir gibt's...
 B: (parallel) Wir sind aber auch irgendwie eine komische Klasse, also so würde es sich auch erklären.
 (7_0626_MIX, 107-117)

WhatsApp

Kategorie	Instant-Messaging-Dienst
Unternehmen	<i>Whatsapp Inc.</i> , Unternehmenstochter von <i>Facebook</i>
Gerätebasis	Smartphone (diverse Betriebssysteme), <i>WhatsApp Web</i> auch am PC
Funktionen	Austausch von Textnachrichten, Bild-, Video- und Ton-Dateien sowie Standortinformationen zwischen zwei Personen oder in Gruppen; für Android ist auch Telefonie via <i>WhatsApp Call</i> aktivierbar
Mindestalter	lt. AGB 16 Jahre; Jüngere mit Einverständnis der Eltern ⁹
Kosten	Zwölf Monate kostenfrei, anschließend 0,99 US-Dollar jährlich

Öffentliche Diskussionen und Bewertungen

- Die AGB stehen nur auf English zur Verfügung.
- WhatsApp wurde im Februar 2014 von Facebook aufgekauft. Dies erweiterte die Möglichkeiten der Datenaggregation und -auswertung erheblich. Die AGB enthalten das Recht auf eine kommerzielle Auswertung der Nutzerdaten.
- Verschlüsselung (Ende-zu-Ende) ist nur zwischen Android-Geräten möglich, nicht für iOS und zwischen Geräten unterschiedlicher Betriebssysteme.
- Adressbucheinträge werden ohne Zustimmung des Nutzenden oder betroffener Dritter übertragen. Telefonnummern werden unverschlüsselt auch an Dritte übertragen.
- Im Juni 2015 war der Presse zu entnehmen, dass amerikanische Behörden Nachrichten mitlesen können.
- Die Lesebestätigung per blauem Häkchen wurde im November 2014 zunächst ohne Deaktivierungsmöglichkeit eingeführt; Deaktivierung wurde nach Protesten zunächst für Android-Geräte, später auch für iOS möglich.
- Der Online-Status der Nutzenden lässt sich offiziell nicht verbergen.

Quellen

<https://www.whatsapp.com/legal/#TOS>
<https://www.handysektor.de/apps-upps/top10-apps/whatsapp.html>
<https://www.test.de/WhatsApp-und-Alternativen-Datenschutz-im-Test-4675013-0/>
<http://www.computerbild.de/fotos/cb-Top-News-News-Das-grosse-WhatsApp-ABC-13350567.html#15>
<https://de.wikipedia.org/wiki/WhatsApp>

⁹ Das Mindestalter der Nutzenden bzw. Einverständnis der Eltern wird weder durch WhatsApp noch andere hier in Kästen beschriebenen Angeboten überprüft.

Einige, vor allem ältere, Jugendliche sehen das eigene Medienhandeln dabei durchaus auch in **Nutzungstrends** eingebunden. Neben der bereits erwähnten Bewegung vom Providerdienst SMS zum Online-Messenger WhatsApp, nehmen die Heranwachsenden eine Bewegung von Facebook zu WhatsApp zu wahr. So erklärt z.B. eine 14-jährige Gymnasiastin, dass es eine Abwanderung von Facebook zu WhatsApp gegeben habe:

J: Es haben auch immer weniger Facebook, also aus unserer Klasse hat es glaube ich fast keiner mehr und deshalb ist Facebook, glaube ich, eher an WhatsApp übernimmt, glaube ich. Also WhatsApp ist da mehr berühmter als Facebook irgendwann.
(10_0722_B_GYM, 103)

Insgesamt betrachtet verstehen die Jugendlichen WhatsApp als mehr oder minder unabdingbar für die Teilhabe an der Peergroup-Kommunikation und argumentieren die Wichtigkeit der App gegenüber Eltern auch mit der Einbindung in die schulbezogene Kommunikation.

Kritik an WhatsApp

Die App wird von nicht wenigen Jugendlichen auch kritisiert. Die Kritik bezieht hauptsächlich auf **mangelnde Datensicherheit** – ein Kritikpunkt, der mehrere Aspekte umfasst (Auswertung von Metadaten, fehlende Verschlüsselung, Umgang anderer User mit Kontaktdaten) – und den **Aufkauf von WhatsApp durch Facebook**, was von mehreren Jugendlichen als miteinander in Zusammenhang stehend gesehen wird, wie z.B. eine 13-Jährige erklärt:

Hel: WhatsApp könnte man, also es gehört doch jetzt eigentlich Facebook, oder? Das ist nicht mehr so sicher. Das könnte theoretisch jemand halt mitlesen. Und ich würde halt jetzt nicht total private Sachen schreiben, weil...
(6_0623_MIX, 921)

Allerdings bleiben die Jugendlichen in der Begründung ihrer Kritik an Datensicherheit oder Datenauswertung meist vage und in Andeutungen verhaftet, was darauf hindeutet, dass sie die Argumente, die sie von anderen gehört haben oder aus den Medien kennen, mangels grundlegenden Strukturwissens nicht vollständig nachvollziehen und wiedergeben können. So versucht z.B. eine 12-Jährige zu erklären, warum WhatsApp nach dem Ankauf durch Facebook nicht sicher sei:

K: Und dann, also ich find's halt nicht gut, weil dann Facebook mehr weiterleiten kann, weil's ja [neben WhatsApp] auch noch Facebook hat und dann kann das Facebook ja das Team noch irgendwas dabei einstellen und, aber es werden ja auch von der, von dieser NSA, was weiß ich da, die haben ja auch die Informationen, weil WhatsApp nicht geschützt ist.
(w 12, 5_0619_MIX, 444-448)

Konkreter fassbar ist für die Jugendlichen, dass **Profil- und Kontaktdaten Unbekannten zugänglich** werden, wenn Freunde sie einer Gruppe hinzufügen, der auch Fremde angehören, oder wenn Freunde die Telefonnummer weitergeben:¹⁰

M: Also oft werde ich in WhatsApp-Gruppen reingetan (...) einer aus der anderen Klasse hat halt so eine Gruppe gemacht. So eine München Gruppe oder so. (...) Und dann kommen solche Personen, die ich gar nicht kenne und dann schauen die mein Profil an. So wie ich aussehe. Das mag ich nicht.
(m 12, 11_0729_MIX, 850-852)

Ja: Ich find's bei WhatsApp auch blöd, dass die Menschen einfach die Nummer weiterleiten können und wenn man die Nummer hat, dann kann man ja Profilbild und Status und alles sehen. Das geht zwar weg, wenn man einen geblockt hat, aber wenn das ja nicht weiß. Also ich find's echt cool bei WhatsApp, wenn man das dann gleich weiß, wer deine Nummer hat.

Je: (parallel) Aber man kann, ich kann, habe bei meinem WhatsApp eingestellt, dass man, dass nur die Nummern, wo ich eingespeichert hab, dass die mein Profilbild sehen.

M: Das ist bei mir auch so. Das hab ich auch eingestellt.

T1: Dann schreib ich mal noch dazu "Einstellungen!" Okay?

M: Mhm.

T1: Ja?

M2: Bei WhatsApp oder? [Sie sucht auf ihrem Smartphone.]

M: Ja.

M: Profil wahrscheinlich.

M2: Nein bei Profil nicht. Sicher nicht. [Sie sucht auf ihrem Smartphone.]
(5_0619_MIX, 454-482)

In diesem Punkt zeigt sich außerdem, dass die Jugendlichen im Umgang mit den Zugriffseinstellungen in WhatsApp auf unterschiedlichem Informationsstand sind, über den sie sich in der Peergroup ohne zusätzliche Anregung offenbar nicht unbedingt austauschen.

Ein weiterer Kritikpunkt ist die **soziale Kontrolle** in Bezug auf die Rezeption der empfangenen Nachrichten:

FP: Nein, Konkurrenten [sind Instagram und WhatsApp] nicht. Ich finde vom Schreiben her finde WhatsApp besser. Da siehst du, wenn die Leute das erstens bekommen haben und was ich halt doof an WhatsApp finde, dass man jetzt diese grünen Haken bekommt, wenn man was gelesen hat.

A: Ich finde das auch kacke.

FP: Weil manchmal will man es einfach nicht lesen und man will aber die Leute auch nicht ignorieren und dann früher konnte man es einfach sehen.

(11_0729_MIX, 233-235)

Mehrere Jugendliche fühlen sich durch die Rückmeldefunktion der App durchaus unter Zugzwang gesetzt auf Kommunikationsversuche anderer einzugehen, selbst wenn sie kein Bedürfnis danach verspüren.

¹⁰ Karaboga et al. (2014) sprechen in diesem Zusammenhang von Datenselbstschutz in horizontalen Kontexten, also zwischen Nutzenden, im Gegensatz zu vertikalen Kontexten (also z.B. in Bezug auf Regierungen, Privatunternehmen, Internetdiensteanbietern etc.).

Zusammengefasst kritisieren Jugendliche im Zusammenhang mit WhatsApp folgende Punkte:

- in Bezug auf Angebotseigenschaften
 - ein Mangel an Datensicherheit und Privatsphäreschutz
 - eine ungenügende Qualität der Telefonie (in einer Gruppe)
 - Gebühren, die nach einer gewissen Nutzungszeit fällig werden; hier werden Möglichkeiten diskutiert, wie sich dies umgehen lässt (in einer Gruppe)
- in Bezug auf Nutzungspraxen die Möglichkeiten
 - der Weitergabe der eigenen Kontaktdaten durch Freunde an Fremde
 - der Verwendung der App zum Mobbing (mehrfach)
 - der Belästigung durch Kettenbriefe (mehrfach)
 - der Kontaktaufnahme durch Fremde (mehrfach)
 - der Störung durch häufige Kommunikationsangebote (mehrfach)

In Bezug auf die eigene Nutzungspraxis wird von einigen Jugendlichen die Möglichkeit genannt, von der permanenten Kommunikation abhängig zu werden.

Nutzung von WhatsApp trotz Kritik

In der Regel wird WhatsApp trotz der kritisierten Sicherheitsmankos genutzt, da es als wenig sinnvoll empfunden wird, als einzige bzw. einziger aus der Peergroup auf Alternativen umzusteigen. Gleichzeitig wird angenommen, dass eine Massenbewegung hin zu einem alternativen Angebot einen Aufkauf dieser Alternative durch Facebook provozieren würde, was die Daten – so die Vermutung – dann ebenso unsicher machen würde, wie sie in WhatsApp derzeit empfunden werden.

L: Die [Telegram, Threema] sind sicherer. Also die sind wie WhatsApp.

G: Aber dieses.

?: (parallel) Aber dieses WhatsApp ist trotzdem irgendwie so, es ist sicher, ähm es ist nicht sicher, aber man weiß eigentlich, dass es andere Formen gibt, die genauso gut sind, bloß doppelt so sicher sind. Und man geht trotzdem immer auf WhatsApp.

S: Eigentlich müssten dann eigentlich alle dann auf einmal.

M: (parallel)weil wenn einer darauf ist, dann..

K: (parallel)dann kauft es auch wieder Facebook auf.

(3_0519_B_MIX, 375-380)

Eine weitere Nutzungshürde in Bezug auf sicherere Alternativangeboten stellen für Jugendliche Kosten dar, wie ein 14-Jähriger, der sich in der Erhebung Luz nennen lässt, erklärt:

L: Kann ich kurz dazu was sagen? Das [Threema] benutzt eigentlich fast keiner, weil das was kostet.

T1: Aha.

M: Was ist das überhaupt?

J: Das kostet was?

L: Ja, das kostet etwas.

T1: Okay, Luz, kannst du mal. Du erklärst das gerade.

- L: Das ist so wie WhatsApp. Da kann man chatten.
 T1: Genau. Und weißt du auch, was der Unterschied zu WhatsApp ist?
 L: Ja, darf ich? Da werden die Daten nicht verkauft, da bleiben sie geheim. Bei WhatsApp sind die Daten oder die Chats sage ich mal nicht gesichert. Jeder könnte sie eigentlich mitlesen. Aber bei diesem Threema kann es keiner mitlesen, weil da wird es stark gesichert.
 M: Deswegen kostet es auch so viel.
 (8_0702_MS, 299-309)

In Bezug auf die Bewertung von WhatsApp und von Angebotsalternativen ist insgesamt festzustellen, dass die kritische Diskussion zur Datensicherheit zwar ihren Niederschlag in den Einschätzungen durch die Jugendlichen findet, es hier jedoch meist bei Halbwissen über die strukturellen Hintergründe bleibt. Dies führt auch zu einer teils unzutreffenden Bewertung von Handlungsalternativen.

Durch die hohe Popularität des Angebots WhatsApp und die Organisation der Peergroup-Kommunikation über diese App entfaltet sich ein gewisser sozialer Druck zur Nutzung der App, dem sich die Jugendlichen trotz aller Kritik an dem Angebot kaum entziehen können.

4.3.2.2 Snapchat

Snapchat wird in zehn Gruppen thematisiert und erfreut sich bei den Jugendlichen großer Beliebtheit.

Die Besonderheit dieses Messengers liegt in der Option, Fotos zu versenden, die für den Empfänger nur kurze Zeit sichtbar sind. Dadurch sollen die Empfänger das Foto weder speichern noch weitergeben können, was in der Öffentlichkeit jedoch strittig ist, da es relativ einfach möglich sein soll, die empfangene Datei wiederherzustellen. Auch die Sicherheit des Unternehmensservers gilt als umstritten.

Für die Jugendlichen ist attraktiv, dass die Fotos durch die „Selbsterstörung“ für die Empfänger Einmaligkeitscharakter bekommen. Dies entfaltet einen gewissen Reiz grenzüberschreitende Fotos zu versenden, in der Annahme, dass diese keine bleibenden Spuren hinterlassen. Dass die Sicherheit der App jedoch strittig ist, wird nur in drei der zehn Gruppen angesprochen, z.B. in der folgenden Passage:

- P: Ja da macht man halt irgendwie Bilder von sich quasi über diese App und des kann man dann jemanden schicken und dann kann man einstellen, wie viele Sekunden oder halt eine begrenzte Zeit einstellen, die der des sehen darf. Also den Sinn davon versteh ich eigentlich auch nicht.
 M: (parallel) Oder von anderen Dingen. Ja ist halt ganz lustig.
 P: Man kann halt da irgendeinen Text dazuschreiben "bin grad da und da" und dann macht man irgendein Bild von sich und schickt des los.
 Kn: Ja und was, wenn der dann währenddessen einen Screenshot macht?
 P: Ja, das ist ja das! Also das kann jeder machen, an den du's verschickst.
 B: Aber es ist halt, das ist halt sowas, das ist mehr so zum Spaß eigentlich, oder man kann's halt auch, also ich zum Beispiel nutze es manchmal auch, um die Bilder zu, weil du kannst halt da auch so Effekte drüber machen oder irgendwas mit der Hand hinmalen und so. Und dann machst du halt mehr so lustige Sachen. Das ist einfach so zum Spaß. Also es hat keinen wirklichen Sinn!
 (1_0511_MIX, 184-193)

Snapchat

Kategorie	Instant-Messaging-Dienst
Unternehmen	<i>Snapchat, Inc.</i>
Gerätebasis	Smartphone und Tablet (Android, iOS)
Funktionen	Versand von Textnachrichten, Bild- und Videodateien; versendete Fotos sind für die Empfänger nur für eine bestimmte Anzahl an Sekunden sichtbar und „löschen“ sich dann von selbst
Mindestalter	lt. AGB keines; bei Altersangabe unter 13 Jahren sind nicht alle Funktionen verfügbar
Kosten	kostenfrei

Öffentliche Diskussionen und Bewertungen

- Die AGB stehen nur auf English zur Verfügung.
- In-App-Käufe sind möglich.
- Snapchat sammelt Informationen über die Tätigkeiten des Nutzers und die Nachrichten, die er über den Service sendet und empfängt.
- Snapchat wird auch als Sexting-App bezeichnet (Sexting: Versenden von Mitteilungen mit sexuellem Inhalt sowie Bildmaterial per Smartphone).
- Versendete Dateien werden sowohl auf den Handys der Nutzer, als auch auf den Servern von Snapchat angeblich nicht dauerhaft gespeichert. Allerdings ist es möglich, versendete Dateien innerhalb der Ordnerstruktur des genutzten Empfängergerätes zu finden und wiederherzustellen.
- Versendete Snaps (Bilder) können per Screenshot auf dem Empfängerhandy festgehalten werden. Darüber erhalten die Sender eine Benachrichtigung, was sich jedoch mit Tricks umgehen lässt.
- Snapchat will nun für Nutzer eine neue Funktion („Replay“) anbieten: Gegen Geld (99 US-Cent) sollen bereits „gelöschte“ Fotos wieder sichtbar gemacht werden.

Quellen

<http://www.klicksafe.de/themen/kommunizieren/smartphones/snapchat/was-ist-snapchat/>
<http://www.klicksafe.de/themen/kommunizieren/smartphones/snapchat/risiken-bei-snapchat/>
http://praxistipps.chip.de/screenshots-von-snapchat-machen-diese-varianten-gibts_30170
http://www.chip.de/news/Snapchat-Sexting-App-loescht-Videos-nicht_63702600.html
<https://itunes.apple.com/de/app/snapchat/id447188370?l=en&mt=8>
<http://www.computerbild.de/artikel/cb-News-Internet-Snapchat-Die-Angst-der-Datenschuetzer-13890599.html>
<http://www.computerbild.de/artikel/cb-News-Internet-Snapchat-Update-Replay-Funktion-Filter-13305923.html>
<https://de.wikipedia.org/wiki/Snapchat>

Neben der Möglichkeit, dass auf dem Empfangsgerät ein Screenshot gemacht werden kann, weist ein 14-jähriger Jugendlicher noch darauf hin, dass die Fotos wahrscheinlich auf einem Server gespeichert bleiben.

Außerdem besteht die Möglichkeit, dass Fremde belästigende Bilder schicken:

T: Man sollte sich vielleicht auch ein bisschen bei Snapchat hüten. Da gibt es viele komische Leute, die einem Bilder verschicken können. Und das ist auch scheinbar schon ein paar Freunden von mir passiert, das sie dann irgendwelche Bilder von fremden Nummern bekommen haben und ja.
(w 14, 9_0722_A_GYM, 140)

Während einige Jugendliche den Sinn der „Selbsterstörung“ der Bilder nicht ergründen können, sehen andere Jugendliche die App unter dem Aspekt der Datensparsamkeit als Lösung.

Einige halten die App wegen ihrer Löschfunktion für sicherer als Instagram, wie z.B. die folgende Passage zeigt:

Te: Snapchat ist ja auch ein bisschen sicherer. Das ist halt so, dass du diese Snaps von anderen nur 24 Stunden sehen kannst. Und wenn du dir PrivatSnap schickst, kannst du die nur ein- bis zweimal anschauen.
T2: Ich dachte immer, das löscht sich nach ein paar Sekunden?
Te: Jaja, also PrivatSnaps.
T2: Oder kann man das einstellen?
Te: Ja genau, ja, du kannst es dir mehrmals anschauen, aber das stellt ein, wie lang du das Foto siehst, was du gemacht hast.
(4_0520_MIX, 175-179)

Hier wird deutlich, dass die öffentliche Kritik an der Sicherheit von Snapchat nur bei einem Teil der Jugendlichen angekommen ist und einige das eigentliche Ziel, möglichst wenig Datenspuren zu hinterlassen, nicht erfassen.

4.3.2.3 Weitere Messenger- und Chatdienste

Andere Messenger- und Chatdienste werden weniger ausführlich und in der Regel auch nicht in allen Gruppen thematisiert.

Threema	
Kategorie	Instant-Messaging-Dienst
Unternehmen	<i>Threema GmbH</i>
Gerätebasis	Smartphone und Tablet (Android, iOS, Windows Phone)
Funktionen	Austausch von Textnachrichten, Bild-, Video- und Ton-Dateien sowie Standortinformationen zwischen zwei Personen oder in Gruppen
Mindestalter	lt. AGB keines
Kosten	Kauf der App
Öffentliche Diskussionen und Bewertungen	
<ul style="list-style-type: none">• Threema bietet eine Ende-zu-Ende-Verschlüsselung, allerdings muss diese Option gezielt ausgewählt („Secret Chat“) werden.• Für die Nutzung von Threema ist keine Registrierung oder Verlinkung mit einer Handynummer oder E-Mail-Adresse zwingend.• Threema speichert automatisch alle Adressbucheinträge ohne die Zustimmung des Nutzers oder der betroffenen Personen. Es überträgt jedoch keinerlei Daten an den Anbieter oder an Dritte.	
Quellen	
https://threema.ch/de/	
https://de.wikipedia.org/wiki/Threema	
https://www.test.de/presse/pressemitteilungen/WhatsApp-Alternativen-Nur-Threema-ist-unkritisch-4674609-0/	

Die mit einer Ende-zu-Ende-Verschlüsselung arbeitende App **Threema** ist nur in sechs Gruppen bekannt und wird in Punkto Datensicherheit positiv bewertet, jedoch – wenn überhaupt – selten

von mehr als ein oder zwei Jugendlichen in der jeweiligen Gruppe genutzt. Einige haben die Nutzung wieder aufgegeben, weil zu wenige Freunde die App verwenden, wie z.B. eine 14-Jährige beschreibt:

S: Ja, ich hatte das einmal und ich wollte halt auch eigentlich nur erklären, was es ist, aber ich hätte jetzt auch das gleiche gesagt. [wie die Vorrednerin]
T2: Du hast es nicht mehr? Warum?
S: Benutzt niemand
(10_0722_B_GYM, 91-98)

Diejenigen, die es nutzen, tun es bewusst, um eine sichere Kommunikation zu verwenden oder weil die damit mit den Eltern kommunizieren, so begründet eine 12-Jährige etwa:

N: Ja, ich habe das halt, weil mein Vater kein WhatsApp hat.
Le: Ist halt eine sichere Art von WhatsApp, glaube ich jetzt mal.
(6_0623_MIX, 367-373)

Hier wird deutlich, dass medienaffine und informierte Eltern durchaus Einfluss auf die Medienpraxis der Jugendlichen haben, indem sie ihnen Angebote näher bringen können, die sie für angemessener halten.

Skype

Kategorie	Internettelefonie-Software (Voice over IP), Instant-Messaging
Unternehmen	Microsoft Corporation, vormals Skype Technologies
Gerätebasis	internetfähige Geräte, IP-Telefone
Funktionen	Videotelefonate- und -konferenzen, IP-Telefonie, Instant-Messaging, Dateiübertragungen (Bild-, Video-, Audiodateien), Screen-Sharing
Mindestalter	lt. AGB 18 Jahre; Jüngere mit Einverständnis der Eltern
Kosten	kostenfreie und kostenpflichtige Funktionen

Öffentliche Diskussionen und Bewertungen

- Die AGB von Skype enthalten das Recht auf eine kommerzielle Auswertung der Nutzerdaten.

Quellen

<https://www.test.de/Telefonieren-uebers-Internet-Kosten-und-Geraete-im-Test-1400928-0/>
<http://www.computerbild.de/download/Skype-929137.html>
<https://de.wikipedia.org/wiki/Skype>
<https://www.basicthinking.de/blog/2015/05/18/datenschutz-skype-agb/>

Nur **Skype** wird in allen Erhebungsgruppen angesprochen und gilt als unproblematisches und bewährtes Kommunikationstool, um individuellen Kontakt mit Freunden und Verwandten an entfernten Standorten zu pflegen, via schrift- oder videobasiertem Chat oder Online-Telefonie. Dabei wird Skype tendenziell mehr mit dem Computer als mit dem Smartphone genutzt, wie z.B. in diesem Gruppengespräch deutlich wird:

G: (parallel)Und Skype ist nicht sowas wo man, wie bei WhatsApp, dass man schnell was schreibt und dann wieder offline geht, sondern...
L: (parallel) Da ist man, um mit jemanden zu reden.
G: (parallel) zu reden, den man jetzt nicht so sieht.
L: Der vielleicht sogar auch in einer anderen Stadt wohnt.

- W: Man kann auch sagen, wenn man halt irgendwie eine Freundin hat oder sowas hat, die halt in ein anderes Land gezogen ist oder so.
- L: Ja, ich glaube, das ist dann auch praktischer, wenn man dann auf dem Computer, dann mit denen...gemütlicher halt, nicht so spontan.
- (3_0519_B_MIX, 216-221)

Eine andere Jugendliche weist jedoch darauf hin, dass die höhere Verbreitung von Smartphones Skype als auch computerbasiertes Tool abgelöst habe:

- ?: Also wir hatten früher in unserer Klasse, dann als noch nicht so viele ein Smartphone hatten und dann eher den Laptop von den Eltern oder so, dann war Skype die Unterhaltung. Jetzt ist es WhatsApp.
- (4_0520_MIX, 93-94)

Es fällt auf, dass die Jugendlichen – anders als bei WhatsApp – die kommerzielle Strukturierung von Skype, das zum Microsoft-Konzern gehört, und die Möglichkeiten der Datenauswertung nicht thematisieren.

Viber, das in drei Gruppen thematisiert wird, vergleichen die Jugendlichen mit WhatsApp und stufen es als weniger populär ein. So empfindet ein 13-Jähriger Viber als „Nachmade“ von WhatsApp und nutzt es nicht mehr, seit WhatsApp nunmehr auch kostenfreie Telefonie anbietet.

Omegle und **Kik-Messenger** werden dagegen dafür kritisiert, dass Jugendliche dort ungenügend vor Kontakten mit Fremden geschützt sind. Insbesondere der Kik-Messenger gilt als Plattform für belästigende sexualisierte Kontakteangebote, wie ein 14-Jähriger erklärt:

- D: Vielleicht noch Kik, davor sollte man sich auch hüten, weil da schreiben halt viele, wie soll ich das sagen, so ekeligen Frauen, welche "Bitches" und die schreiben halt irgendwelche perversen Sachen und das sollte man sich eigentlich nicht herunterladen.
- (9_0722_A_GYM, 173)

Kik-Messenger	
Kategorie	Instant-Messaging-Dienst
Unternehmen	<i>Kik Interactive Inc.</i>
Gerätebasis	Smartphone und Tablet (diverse Betriebssysteme)
Funktionen	Austausch von Text- und Sprachnachrichten sowie Bild- und Video-Dateien, Versand von selbst erstellten Skizzen und YouTube-Videos; Kommunikation ohne Angabe der eigenen Handynummer, Besonderheit: integrierter Browser
Mindestalter	lt. AGB 13 Jahre; Jüngere mit Einverständnis der Eltern
Kosten	kostenfrei
Öffentliche Diskussionen und Bewertungen	
	<ul style="list-style-type: none"> • Die AGB stehen nur auf English zur Verfügung. • In-App-Käufe möglich • Durch Verwendung von Nicknamen kann die Identität der Kommunikationspartner ungewiss sein.
Quellen	
	http://www.kik.com
	https://de.wikipedia.org/wiki/Kik_Messenger
	https://itunes.apple.com/de/app/kik/id357218860?mt=8

Omegle

Kategorie	Chat Webseite („One-to-One“-Chat) und Apps
Unternehmen	Omegle.com LLC; Apps: unterschiedliche Anbieter
Gerätebasis	Computer (Webseite), diverse Apps dazu für Android verfügbar
Funktionen	zufallsbasierte Chatpartner; Chatnamen „You“ und „Stranger“ sind vorgegeben
Mindestalter	lt. AGB 13 Jahre; unter 18 Jahren nur mit Einverständnis der Eltern
Kosten	kostenfrei

Öffentliche Diskussionen und Bewertungen

- Website: Die AGB stehen nur auf English zur Verfügung.
- Die Altersbewertungen der Apps im Playstore variieren zwischen 12 und 18 Jahren bzw. „nicht bewertet“ in Verbindung mit einer Warnung vor potenziellen Inhalten, die nur für Erwachsene geeignet sind.
- Zum Teil In-App-Käufe und Werbung für Pornoseiten
- Es ist möglich, die IP-Adresse eines Chatpartners zurückzuverfolgen.
- Kann zur Anbahnung kostenpflichtiger sexualisierter Chat- oder Telefonkontakte eingesetzt werden.

Quellen

<http://www.omegle.com/>
<https://de.wikipedia.org/wiki/Omegle>
<https://play.google.com/store>

Allerdings scheint die Nutzung dieser beiden Dienste bei den befragten Jugendlichen nicht verbreitet zu sein, sondern vielmehr singuläre Erfahrungen damit vorzuliegen.

Sehr kritisch sehen die Jugendlichen den Video-Chat **YouNow**, der verschiedentlich auch als Live-Streaming-App bezeichnet wird. Er wird in gut der Hälfte der Gruppen thematisiert, meist im Kontext der Frage, vor welchen Angeboten Jugendliche sich hüten sollten. In den Begründungen wird deutlich, dass die Jugendlichen meist selbst keine Nutzungserfahrungen haben, sondern ihr Wissen aus Hinweisen von Eltern und Lehrkräften oder aus den Medien beziehen. Die Warnung der Jugendlichen bezieht sich vor allem darauf, die Kamera nicht selbst zu verwenden. Vor allem jüngere Kinder sollten die Finger davon lassen, weil sie leicht zu viel von sich preisgäben. Auch müsse mit beleidigenden oder provokanten Reaktionen gerechnet werden. Akzeptabel sei jedoch die Nutzung der App, um Live-Streams von Prominenten zu folgen oder mit ihnen zu chatten. Nur wenige, die das Angebot thematisieren, sind der Meinung, dass man die App gefahrlos zum Senden verwenden können, wie diese 13-Jährige:

Te: „Das ist eine Streaming-Plattform, wo Leute einfach, das kann jeder machen. Du drückst auf ein Knopf und wirst dann aufgenommen und hast dann Zuschauer, die dich bewerten können und lässt dich... ich find, ich mag das, also ich find das nicht so toll. Aber wenn man verantwortungsbewusst damit umgeht und einfach nur, wenn man zum Beispiel eine berühmte Person ist und darauf streamed, um sich mit Leuten zu unterhalten, weiß wie man damit umgeht, dann find ich's ok, aber es gibt ja auch Elfjährige, die das machen. Das find ich nicht gut.“ (w 13, 4_0520_MIX, 271)

You Now

Kategorie	Live Stream Video Chat, Video- und Broadcastingplattform
Unternehmen	<i>YouNow Inc.</i>
Gerätebasis	Smartphone, Tablet, Computer; App- oder Desktop-Anwendung
Funktionen	Younow-Nutzende filmen sich und übertragen die Aufnahmen in Echtzeit ins Netz (Streaming); Interaktion mit den Streamenden über Live-Chatfenster möglich; Streamings können kommentiert werden
Mindestalter	lt. AGB 13 Jahre; unter 18 Jahren nur mit Einverständnis der Eltern
Kosten	kostenfrei

Öffentliche Diskussionen und Bewertungen

- Das Zuschauen und Chatten funktioniert ohne Anmeldung. Wer selbst streamen will, muss sich registrieren.
- Die Registrierung funktioniert nur über einen Facebook, Twitter-, Google+ oder Instagram-Account.
- Jugendschützer beklagen, dass Jugendliche auf YouNow per Video schnell zu viel von sich preisgeben.
- Laut Pressemeldungen sollen in Deutschland angeblich auch etliche Kinder unter 13 Jahren dort streamen. Nutzungszahlen sprechen jedoch nicht für diese Annahme (Feierabend/Plankenhorn/Rathgeb 2015b, S. 35).
- Einzelne Nutzende können blockiert bzw. gemeldet werden, weitere Publikumsbegrenzungen sind nicht möglich.
- Es kann zur Verletzung der Persönlichkeitsrechte von Menschen kommen, die (mit-)gefilmt werden ohne zugestimmt zu haben.

Quellen

<https://www.younow.com/>
<https://www.handysektor.de/apps-upps/app-alarm/testbericht-younow.html>
<http://www.klicksafe.de/themen/kommunizieren/apps/younow/probleme-mit-younow/>
<http://www.computerbild.de/artikel/cb-News-Internet-YouNow-Live-Filmchen-aus-dem-Kinderzimmer-11378375.html>
<https://www.test.de/Video-Plattform-YouNow-Nur-nicht-zu-freizuegig-sein-4824266-0/>
<http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/familie/jugendschuetzer-warnen-vor-streaming-site-younow-13435371.html>

4.3.2.4 Soziale Online-Netzwerke und Blogs

Die Nutzung von sozialen Online-Netzwerken ist für die meisten Jugendlichen mehr oder weniger selbstverständlich, um Kontakte zu Freunden und Bekannten aufrecht zu erhalten. Daneben sehen einige Jugendlichen in einem Account bei einem der etablierten Netzwerke wie Facebook oder Google+ aber auch rein praktische Vorteile. Sie dienen als Basis für die Bewegung in der konvergenten Online-Welt, was unter dem Blickwinkel der Datensparsamkeit und unter jugendschützerischen Gesichtspunkten kritisch zu betrachten ist.

Facebook auf der Kippe?

Wie bereits einleitend bemerkt, wird der Status von **Facebook** unter den befragten Jugendlichen nicht einheitlich gesehen. Den einen gilt Facebook als das Paradebeispiel für Soziale Online-Netzwerke, wie z.B. einem 13-jährigen Realschüler:

A: Facebook und WhatsApp haben keine Konkurrenz. Sind die beliebtesten Social Networks, die es auf der Welt gibt.
(m 13, 11_0729_MIX, 242)

Daneben gibt es Jugendliche, die die Plattform im Niedergang begriffen sehen. Nicht wenige haben dort keinen oder einen nur selten genutzten Account. So erklärt z.B. eine 15-jährige Gymnasiastin:

Ca: Bei mir ist es auch so, ich benutze es eigentlich selten, also ich finde es ist viel weniger geworden als früher, aber manchmal habe ich Leute, die jetzt kein WhatsApp haben oder so. Und dann benutze ich es halt einmal im Monat, um mit denen zu schreiben. Aber ich gehe jetzt nicht mehr auf Facebook, weil ich mir denke: „Ah, Facebook, da sind alle coolen Leute!“ (ironisch), was weiß ich.
(w 15, 10_0722_B_GYM, 101)

Als **Vorteil** von Facebook gilt der leichte Zugang zu Informationen darüber „was so passiert bei anderen Leuten“ (m 14, 7_0626_MIX). Darüber hinaus ist die Nutzung von Facebook bei einigen etabliert, um Kontakt zu Freunden im Ausland zu halten. Als weiterer verlockender Vorteil gilt vor allem in einer Gruppe von 12- und 13-jährigen **spielaffinen männlichen Jugendlichen** die Möglichkeit, **Facebook als Basis-Account für die konvergente Online-Welt** zu nutzen, um sich bei anderen Plattformen oder Online-Games anzumelden und zwar aus folgenden Gründen:

- Es wird als praktisch und zeitsparend empfunden, da persönliche Daten nicht neu eingegeben werden müssen und keine neuen Passwörter eingesetzt werden müssen.
- Es hilft es bei der Wiederherstellung verlorengangener Accounts.
- Es ist möglich über Facebook Freunde in ein Spiel einzuladen.
- Durch eine Anmeldung über Facebook können im Spiel Gratifikationen erworben werden.
- Und schließlich eröffnet es den Zugang zu Spielen, die erst ab einem höheren Alter freigegeben sind, wenn bei Facebook (einmalig) ein falsches Geburtsdatum eingegeben worden ist, so dass nur eine einmalige Falschangabe nötig ist.

T2: Okay. Ich glaube du hattest vorhin gesagt: Wenn man das Alter nicht hat, dann kann man sich über Facebook anmelden. Mit welchem Alter ist man denn bei Facebook dann angemeldet?

K: Bei 18, aber da muss halt.

A: 200 (lachen)

FP: Bisschen rechnen, wann du halt geboren bist. Es ist halt so. Es gibt ja Spiele, die auf dem Handy halt ab 18 sind und wenn du dich dann halt über Facebook anmelden kannst, aber dich nicht in deinem richtigen Alter, wenn du dich halt in deinem richtigen Alter angemeldet hast, kannst du das Spiel halt nicht spielen, von daher muss man irgendwie sich immer ein bisschen denken, was man macht.

K: (parallel) Durchmogeln.
(11_0729_MIX, 248-252, 275-279)

Eine in den Augen eines Gutteils der Jugendlichen **rückgängige Nutzung von Facebook** wird sowohl dadurch erklärt, dass andere Angebote Funktionalitäten von Facebook ersetzen, als auch durch **störende Funktionen** wie (automatisierte) Spieleanfrage und Partyeinladungen, Werbung oder irrelevante Meldungen, wie z.B. an folgender Passage deutlich wird:

- M: Ich glaube, also es hat sich jetzt, also manche haben es sich schon einmal heruntergeladen oder so, aber es sind halt so sehr wenige aus unserer Klasse und dann bringt es dann irgendwie auch nicht so.
- S: Ja ich persönlich hatte eben früher Facebook, aber es gibt heutzutage diese ganzen anderen Apps, wie halt eben WhatsApp und Instagram, die im Prinzip zusammen das gleiche ergeben wie Facebook, und deswegen benutze ich das nicht mehr. Und weiß nicht, wann ich das, das letzte Mal überhaupt so in Facebook war. Außerdem halte ich nicht viel von Facebook, weil da auch sehr viel Werbung ist und so. Und irgendwie sehr oft in den Neuigkeiten irgendetwas, was einem gar nicht angeht und deswegen ja ist es irgendwie, hab ich es rausgewählt so.
- D: Ich war, ich habe, viele hatten es halt und ich hatte es auch gehabt, aber habe es jetzt wieder aus, weil es nervt einfach. Jeden Tag irgendwie so 15 Nachrichten oder sowas. Wer alles was kommentiert hat oder wer seinen Status oder so einen Scheiß geändert hat. Es nervt halt einfach.
(9_0722_A_GYM, 88-93)

Facebook	
Kategorie	Soziales Online-Netzwerk
Unternehmen	Facebook Inc.
Gerätebasis	Smartphone, Tablet, Computer
Funktionen	Private Profile, Seiten von Unternehmen, Initiativen, Veranstaltungen etc.; Austausch von Bild-, Video- und Ton-Dateien, Kommentare, Bewertungen, Social Bookmarks („likes“), Chats, Messenger, Telefonie, Social Games, Organisationsfunktionen, automatisierte Meldungen über Netzwerkaktivitäten an Facebook-Kontakte
Mindestalter	lt. AGB 13 Jahre
Kosten	kostenfrei
Öffentliche Diskussionen und Bewertungen	
	<ul style="list-style-type: none"> • Klarnamenpflicht • kommerzielle Datenauswertung auch des Surfverhaltens • „soziale Werbung“; Werbeanzeigen auf Facebook müssen als solche nicht gekennzeichnet sein • Automatische Gesichtserkennung: seit 2012 nicht mehr in Europa möglich, allerdings auf anderen Kontinenten wie Afrika oder Amerika schon
Quellen	
	https://de.wikipedia.org/wiki/Facebook https://www.test.de/Facebook-Wirbel-um-Klarnamen-4946982-0/ https://www.test.de/Datensammler-Facebook-Entkommen-unmoeglich-4841068-0/ http://www.jff.de/jff/fileadmin/user_upload/Projekte_Material/verbraucherbildung.socialweb/JFF-Studie_Jugendliche_Online-Werbung_SocialWeb.pdf

Eine in den Augen eines Gutteils der Jugendlichen **rückgängige Nutzung von Facebook** wird sowohl dadurch erklärt, dass andere Angebote Funktionalitäten von Facebook ersetzen, als auch durch **störende Funktionen** wie (automatisierte) Spieleanfrage und Partyeinladungen, Werbung oder irrelevante Meldungen, wie z.B. an folgender Passage deutlich wird:

- M: Ich glaube, also es hat sich jetzt, also manche haben es sich schon einmal heruntergeladen oder so, aber es sind halt so sehr wenige aus unserer Klasse und dann bringt es dann irgendwie auch nicht so.
- S: Ja ich persönlich hatte eben früher Facebook, aber es gibt heutzutage diese ganzen anderen Apps, wie halt eben WhatsApp und Instagram, die im Prinzip zusammen das gleiche ergeben wie Facebook, und deswegen benutze ich das nicht mehr. Und weiß nicht, wann ich das, das letzte Mal

überhaupt so in Facebook war. Außerdem halte ich nicht viel von Facebook, weil da auch sehr viel Werbung ist und so. Und irgendwie sehr oft in den Neuigkeiten irgendetwas, was einem gar nicht angeht und deswegen ja ist es irgendwie, hab ich es rausgewählt so.

D: Ich war, ich habe, viele hatten es halt und ich hatte es auch gehabt, aber habe es jetzt wieder aus, weil es nervt einfach. Jeden Tag irgendwie so 15 Nachrichten oder sowas. Wer alles was kommentiert hat oder wer seinen Status oder so einen Scheiß geändert hat. Es nervt halt einfach.
(9_0722_A_GYM, 88-93)

Außerdem wird Facebook in Bezug auf **Datensicherheit** und **Nutzerrechte** noch kritischer gesehen als WhatsApp. So verweist z.B. eine Interviewpassage darauf, dass es besonders schwierig sei, den eigenen Account wieder zu löschen:

S: Ja also bei Facebook ist halt, da werden deine Kontakte und deine Daten, die du da drauf gespeichert hast, werden halt alle, auch wenn du Facebook wieder löschst, sind die halt immer noch drauf und du kannst halt davon nicht mehr weg.

B: Du kannst auch Facebook, also, du kannst dich bei Facebook sehr schwer wieder abmelden, soweit ich jetzt weiß. Also es ist nicht unmöglich, aber es ist ziemlich schwer, also so schwer, dass die meisten sich dann denken: „Ja komm, ich lass es einfach.“

M: (unverständlich) und kann man seine Bilder da eigentlich wieder runternehmen?

B: Ja, das ist halt ziemlich schwierig alles da runterzunehmen und versuchen dein ganzes Profil zu löschen. Das ist sehr schwer.

P: Selbst wenn du's runtergenommen hast, ist es sicher noch irgendwo im Netz.

K: (parallel) Ja, ja, wenn du die Fotos irgendwo hochgeladen hast, dann sind sie da einfach.
(1_0511_MIX, 124-130)

Im Kontext des Risikos der Konfrontation mit **abstoßenden Bildern und Videos** wird in einer Gruppe kritisiert, dass die Reaktion auf ein **Melden unangemessener Inhalte** bei Facebook nicht den eigenen Wertvorstellungen entspricht

T2: Okay, Kriegsbilder. Wie passiert das, dass man mit solchen Bildern überhaupt in Kontakt kommt?

J: Auf Facebook.

C: Das Ding ist, entweder sie sind öffentlich oder sie werden geteilt und dann wieder geteilt und dann wieder geteilt. Und zum Beispiel ich habe mal so ein Video gesehen, wo das Kind von eigener Mutter gehauen wurde. Ich habe das gemeldet mit meiner Mutter zusammen. Die haben nichts gemacht. Die haben gesagt, für sie ist das Video keine Gefahr.

T2: Okay.

C: Also Facebook hat das dann gesagt.

T2: Okay, ihr habt das bei Facebook gemeldet und gesagt: Das geht so nicht.

C: Ja. Man muss ja begründen, warum. Und danach haben die halt so eine Mail geschickt, dass für sie das Video also nichts Schlimmes ist, so gesagt, und dass sie deswegen nichts machen.

(w 13, 8_0702_MS, 747-753)

Auf das **Mindestalter** von dreizehn Jahren oder **elterliche Verbote** als Begründung, warum Facebook nicht genutzt wird, wird lediglich in einer Gruppe Bezug genommen.¹¹

G: Nein, also Facebook habe ich auch nicht, weil man, also ich bin noch nicht alt genug dafür und so, also ich weiß nicht, ob ich Facebook überhaupt drauf mache, aber auf jeden Fall habe ich natürlich

¹¹ Es ist jedoch nicht auszuschließen, dass das Mindestalter trotzdem für die Jugendlichen eine Rolle spielt. Zumindest die täglichen Nutzungsraten für Facebook liegen laut DIVSI U 25 erst ab ca. 13 Jahren bei über 30%.

YouTube, also ich denke das hat irgendwie jedes Handy.

(...)

B: Ich habe kein Facebook. Weil ich finde ich brauche es nicht und ich finde ich bin auch noch jung dazu, noch zu jung, weil wenn, ich hab schon viel gehört von so Veranstaltungen, wo das dann so schief gegangen ist, mit so ganz vielen Leuten und das will ich halt nicht und deswegen hab ich es nicht.

N: Dann solltest du nicht posten, solche Veranstaltungen, sondern den Leuten persönlich sagen.

B: Aber ich finde es einfach, ich find's nicht so.

G: Und Facebook hat auch die Nutzungsbedingungen geändert und da überlege ich mir, glaube ich, noch zehnmal, bevor ich da überhaupt drauf gehe, wenn ich, also wenn ich drauf gehen darf, also wenn meine Mama und mein Papa es mir dann erlauben, wegen den Regeländerung. Mein Bruder durfte auch nur unter der Bedingung auf WhatsApp bleiben, dass mein Papa der, ich mein auf Facebook, dass halt er den, mein Papa, als Freund, also in Facebook behält.

(7_0626_MIX, 100, 136-139)

In Bezug auf **Nutzungspraktiken** wird (in einer Gruppe) ein **unfreundlicher Umgangston** auf Facebook kritisiert und (in mehreren Gruppen) auf die Risiken des **Mobbings** und des unbeabsichtigten oder fahrlässigen **Veröffentlichens von Privatem** hingewiesen.

Verwirrung bezüglich Google+

Google+ wird nur in vier Gruppen als **soziales Netzwerk** thematisiert und dies nur auf ausdrückliche Nachfrage aus dem Erhebungsteam, weil die Jugendlichen das Logo auf ihr Plakat geklebt hatten.¹² Es fällt auf, dass viele der befragten Jugendlichen es entweder gar nicht kennen, es ablehnen oder mit anderen Google-Angeboten (der Suchmaschine, dem E-Mail-Dienst Gmail, dem App-Store Google Play) verwechseln, wie z.B. in den folgenden Passagen deutlich wird:

T2: Ich habe noch eine Frage zu Google+. Da habt ihr gesagt: Das ist wohl Standard. Seid ihr dann bei Google+ auch angemeldet?

Mi: Ja.

F: Also ich kenne das gar nicht.

M: Ich auch nicht.

N: Ich habe nur Google.

Ja: Doch, ich bin angemeldet.

T1: Was heißt: Ich habe nur Google?

N: Ich habe das normale Google.

T1: Okay.

Ja: Es gibt drei Google, es gibt viele. Also wenn man ein Samsung Handy hat, dann ist eigentlich alles Google, Google, Google+ und Gmail, also Google und ja.

Mi: (parallel) Und Google Play.

T1: Mhm, okay. Nutzt ihr das dann auch automatisch alles?

Ja: Ja.

N: Wie alles?

T1: Also all diese Google Angebote, die die Jana gerade aufgezählt hat.

N: Naja, ich habe jetzt ja nur Google.

T1: Okay.

¹² Google+ wurde auch in weiteren Erhebungsgruppen im zweiten Erhebungsblock auf das Plakat geklebt unter anderem deswegen, weil in den ersten Erhebungsgruppen kein Google-Logo eingesetzt worden war.

N: Und ich habe halt diese Google Mail da auf meinem Handy noch.
T1: Okay.
Mi: Ich habe ein Google und das nehme ich.
(5_0619_MIX, 181-200)

Google+

Kategorie	Soziales Netzwerk
Unternehmen	Google Inc.
Gerätebasis	Smartphone, Tablet (diverse Betriebssysteme), Desktopanwendung
Funktionen	Austausch von Textnachrichten, Bild-, Video- und Ton-Dateien sowie Standortinformationen zwischen zwei Personen oder in Gruppen; Zusatzfunktion „Google Hangout“: Chat-Dienst mit Video-Telefonie-Funktion; Besonderheit: Sortierung der Kontakte in Kreise (Circles), um Information selektiv zu teilen
Mindestalter	laut AGB 13 Jahre
Kosten	kostenfrei

Öffentliche Diskussionen und Bewertungen

- Schnittstellen mit anderen Google-Angeboten: Google+ ist nicht identisch mit dem sogenannte ‚Google-Konto‘. Für das Erstellen eines Google-Kontos muss man sich nicht mehr zwangsweise auch bei Google+ registrieren. Auch für den Google-Dienst YouTube gab es zeitweise nur die Möglichkeit, sich über ein Google+-Konto anzumelden. Aufgrund starker Kritik hat Google dies wieder rückgängig gemacht. Allerdings stehen weiterhin einige Funktionen innerhalb von Google-Angebote nur in Verknüpfung mit einer Registrierung bei Google+ zur Verfügung.
- Verknüpfung mit allen weiteren Google Diensten in der Datenauswertung
- personalisierte Werbung
- Die Klarnamenpflicht wurde nach anhaltender Kritik im Jahr 2014 aufgehoben.
- Datenschutz: „Wir geben keine Informationen, die Sie persönlich identifizieren, an Werbetreibende weiter, es sei denn, Sie haben uns die Erlaubnis dazu erteilt.“

Quellen

<http://www.giga.de/unternehmen/google/news/google-konto-erstellung-google+-pflicht-ist-geschichte/>
<https://de.wikipedia.org/wiki/Google%2B>
<http://www.computerbild.de/fotos/Google-Funktionen-Tipps-und-Plug-ins-6398787.html#5>
<http://www.netzdurchblick.de/googleplus.html>
<http://www.code-x.de/google-funktionen-vorteile-nachteile/>
<https://privacy.google.com/#google-information>

T2: Und was mich noch interessieren würde: Benutzt ihr Google+? Macht das jemand?
Ter: Ja, das muss man. Da muss man angemeldet sein, um bei YouTube oder so angemeldet zu sein.
Le: (parallel) Ja, wenn man was nachschaut.
T2: Mhm. Also da muss man sich erst bei Google+ anmelden, um dann sich bei YouTube anmelden zu können. Hab´ ich das richtig verstanden?
Ter: Genau, ja.
T2: Okay.
Ter: Aber ich weiß gar nicht. Ich glaube, man kann sich auch direkt jetzt anmelden.
T2: Aha, okay. Und von euch?
Le: Ja, also wenn man was nachschaut oder so.
T2: Dann meldest du dich bei Google+ an, um was nachzuschauen. Verstehe ich das richtig?
N: Oder wie heißt die, nicht Google. Ecosia?
Le: Ecosia.
(6_0623_MIX, 330-339)

Die Beziehung zwischen den verschiedenen Google-Konten und deren Verknüpfungsnotwendigkeiten bleibt für diese Jugendlichen offensichtlich intransparent.

Wie auch Facebook wird Google+ genutzt, um sich mit diesem Account bei anderen Plattformen anzumelden.

- T2: Ich hätte noch eine Frage zu Google+. Wer von euch nutzt denn das? Alle, echt?
J: (mehrere) Ja.
T2: Und was macht ihr damit?
A: Zum Anmelden.
T2: Mhm.
A: Falls man sein iPad oder irgendwas zurücksetzt, dass man den Account hat und alles beibehält.
T2: Okay, das heißt, auch als Cloud, wo man Sachen speichert, oder?
A: Ja. Nur dass die Cloud von Apple kacke ist.
T2: Ah, okay. Okay. Ich glaube, ich habe es noch nicht ganz so ganz verstanden. Du bist in der Cloud bei Apple?
A: Ja.
T2: Also in einer Apple Cloud und bei, hat Google+ auch eine Cloud, oder?
A: Ja, da bleibt man auch angemeldet. Also für zum Beispiel Clash of Clans, wenn man sich, wenn es jetzt mal löscht. Dann wird halt auch angezeigt, wenn man es löscht, dann werden seine Account-Daten und alles verlieren. Ich meine sein Dorf oder so und mit Google+ kannst du es halt wieder herstellen.
T2: Ah.
FP: Wenn du es halt gespeichert hast.
(11_0729_MIX, 88-101)

Im Unterschied zur Nutzung von Facebook als Ausgangsbasis wird dies jedoch nicht von allen, die Google+ in diesem Sinne nutzen, als Vorteil erläutert. Vielmehr sind einige Jugendliche, die vermutlich ein Android-Smartphone nutzen, der Überzeugung, bestimmte andere Apps ohne ein Konto bei Google+ nicht verwenden können. So wird unabhängig voneinander in zwei verschiedenen Gruppen erklärt, die YouTube-App sei ohne Google+ nicht zu benutzen.

Insgesamt entsteht der Eindruck, dass die Verquickung unterschiedlicher Google-Angebote untereinander und mit dem Betriebssystem Android für die meisten betreffenden Jugendlichen so wenig durchschaubar ist, dass sie sie nicht erklären können.

Tumblr als Inspirationsquelle

Ähnlich wie Twitter nutzen Tumblr zwar nur wenige Jugendliche (vgl. auch Feierabend/Plankenhorn/Rathgeb 2015b, S. 35), dennoch würden einige der hier befragten Gruppen Gleichaltrigen den Blog zur Nutzung empfehlen.

- M: Das ist sowas ähnliches wie Instagram, bloß dass es...?
B: Ja das ist so, ist auch sowas mit Bildern, aber es ist halt nicht so mit liken und so viele Abonnenten und so Zeug. Darum geht's eher nicht. Also für die meisten ist es mehr so inspirierende Sachen. Und du kannst halt irgendwie auch teilen oder so. Also das Foto halt dann auf deinem Account oder was du dann da hast nochmal hochladen oder so.
(1_0511_MIX, 195-197)

Mehrfach wird es mit Instagram verglichen, weil es in den Funktionalitäten offenbar strukturelle Ähnlichkeiten mit der Fotoplattform habe. Darüber hinaus spielt auch für die Nutzung von Tumblr eine Rolle, dass die Jugendlichen dort berühmten Menschen folgen können und sich über deren Wirken auf dem Laufenden halten.

Tumblr

Kategorie	Microblogging-Dienst, Blogging-Plattform
Unternehmen	<i>Tumblr, Inc.</i> , Tochtergesellschaft der <i>Yahoo! Inc.</i>
Gerätebasis	Smartphone (iOS, Android, Windows Phone), Desktopanwendung
Funktionen	Veröffentlichung von Bilder, Videos, Texten und Links in Form von Blogs; Reblogging: Einbinden der Posts anderer in den eigenen Blog
Mindestalter	laut AGB 13 Jahre
Kosten	kostenfrei

Öffentliche Diskussionen und Bewertungen

- Die AGB stehen nur auf English zur Verfügung.
- 2013 wurde Tumblr von Yahoo gekauft. Seitdem wird auf Tumblr Werbung geschalten
- kommerzielle Datenauswertung, Account-Daten von Nutzern werden an Dritte weitergegeben
- Tumblr-Blogs sind öffentlich über Suchmaschinen auffind- und einsehbar.
- Man muss keinen eigenen Blog führen, um Blogs anderer Nutzer zu verfolgen.
- Urheberrechtlich haftet die Person, die einen Inhalt zuerst online stellt, nicht die Reblogger
- Voreingestellte Verknüpfung mit twitter und facebook; opt out möglich
- eine hohe Zahl an für Kinder und Jugendliche ungeeigneter Inhalte

Quellen

<https://www.tumblr.com/about>

http://praxistipps.chip.de/was-ist-tumblr-einfach-und-verstaendlich-erklaert_41094

<http://www.giga.de/software/internet/was-ist-tumblr-und-wie-kann-ich-es-nutzen/>

<http://www.computerbild.de/artikel/cb-Aktuell-Internet-tumblr-8487977.html>

<http://www.klicksafe.de/themen/kommunizieren/soziale-netzwerke/tumblr/probleme-in-tumblr/>

<http://www.netzdurchblick.de/blogs.html>

<http://www.netzpiloten.de/tumblr-fotos-werden-nun-nach-markenlogos-gescannt/>

http://www.pcwelt.de/news/Nach_Yahoo-Uebernahme_-_Tumblr_schaltet_Werbung-Soziales_Netzwerk-7935514.html

4.3.2.5 Foto- und Videoplattformen

„Instagram ist auch sowas wie Facebook. Das ist auch Standard“

Die Foto- und Videoplattform Instagram, deren Inhalte auch in andere soziale Online-Netzwerke, insbesondere Facebook, eingebunden werden können, gehört für die meisten befragten Jugendlichen zu den „Standard“-Apps und wird jedoch auch gern vom Computer aus genutzt. Sie nutzen Instagram sowohl rezeptiv als auch aktiv-produktiv. In den Aussagen wird deutlich,

dass durch den hohen Verbreitungsgrad diejenigen, die es nicht nutzen, einem gewissen sozialen Druck ausgesetzt sind.

Instagram

Kategorie	Soziales Netzwerk, Foto- und Videosharing-Dienst
Unternehmen	<i>Instagram, LLC</i> , Unternehmenstochter von <i>Facebook</i>
Gerätebasis	Smartphone (Android, iOS), Desktopanwendung, Wearables (Apple Watch)
Funktionen	Austausch von Bild- und Videonachrichten; Gestalten von Fotos durch Filter; „Instagram Direkt“: Privatnachrichten zwischen zwei Personen
Mindestalter	laut AGB 13 Jahre
Kosten	kostenfrei

Öffentliche Diskussionen und Bewertungen

- Crossposting: Auf Instagram geteilte Inhalte sind nicht nur innerhalb der Instagram-Community sichtbar, sondern auch für Besucher von anderen Angeboten wie Facebook, Tumblr und Twitter.
- personalisierte Werbung, kommerzielle Datenauswertung
- Mit der im Dezember 2012 eingeführten Datenschutzerklärung gestattete sich Instagram, Nutzerinhalte und Informationen beispielsweise aus Cookies, Geräte-IDs, Ortsdaten oder Nutzungsdaten des Mutterunternehmens Facebook Inc. und dessen Diensten zu teilen. Außerdem räumte sich Instagram umfassende Nutzungs- und Verwertungsrechte an den hochgeladenen Bildern seiner Nutzenden ein. Aufgrund der anhaltenden öffentlichen Kritik setzte Instagram die betreffenden Passagen wenige Tage später wieder aus und somit die AGB weitgehend wieder auf den alten Stand zurück.
- Instagram ist auch auf dem Computer nutzbar, allerdings nur zum Anschauen von Fotos.

Quellen

<http://www.klicksafe.de/themen/kommunizieren/soziale-netzwerke/instagram/>

<http://www.klicksafe.de/themen/kommunizieren/soziale-netzwerke/instagram/welche-probleme-und-risiken-sind-bekannt/>

<https://de.wikipedia.org/wiki/Instagram>

<http://www.sueddeutsche.de/digital/neue-datenschutzrichtlinien-instagram-will-fotos-der-nutzer-verkaufen-1.1553493>

<http://www.giga.de/apps/instagram-fuer-android/specials/wie-funktioniert-instagram-leicht-verstaendlich-erklaert/>

<http://www.ichimnetz.de/2015/04/news/instagram-werbung-jetzt-auch-deutschland-25291/>

Die Verwendung von Instagram ist vielen so selbstverständlich, dass sie die Attraktivität und den Nutzen der Plattform kaum begründen. Sie dient den Jugendlichen sowohl zur Rezeption als auch zur Selbstdarstellung, wie in folgender Passage markant zum Ausdruck kommt:

AP: Und über Instagram, da bin ich dann halt jeden Tag eigentlich und lade Bilder und schaue mir Bilder an.

T1: Okay. Und wie ist das bei euch anderen? Nutzt ihr das auch?

(...)

A: Aktiv dabei.

M: Also bei Instagram poste ich auch manchmal Sachen, aber schaue mir auch viele Bilder von anderen an.

(11_0729_MIX, 126-132)

Dabei beziehen sich die Jugendlichen in erster Linie auf Fotos und Kommentare. Videos scheinen in der Instagram-Praxis der Jugendlichen keine oder zumindest eine deutlich nachrangige Rolle zu spielen.

Kritik wird an Eigenschaften von Instagram nur vereinzelt geübt. So sind einige durch die **Zugriffsrechte** der App verunsichert bzw. finden sie zu weit gehend. Auch wird vermutet, dass die App **Nutzungsrechte** in Bezug auf die eingestellten Inhalte beanspruche.¹³

Deutlich wird bei der Diskussion der App jedoch auch, dass einige Jugendliche **bezüglich der technischen und rechtlichen Strukturierung der Angebote verunsichert** sind bzw. diesbezüglich nur über **lückenhaftes Wissen** verfügen, wie beispielhaft an den folgenden Passagen zu erkennen ist:

- Ad: (...) Nein, weil jetzt zum Beispiel bei Instagram, als ich mir das runtergeladen hab, da kommt dann immer dieses "Darf Instagram auf ihre Fotos zugreifen" und so und das ist halt immer so, weil da denkt man so, was machen sie mit denen? Dann gehörten die Bilder von dir quasi denen so.
- Kn: (parallel) Oder "auf ihr Mikrofon".
- B: Man müsste halt bloß aufpassen, wenn man halt irgendwas auf seinem Handy hat, was man jetzt nicht unbedingt irgendjemand anderem zeigen möchte, dann jaaa.
- K: Ja, du kannst ja auch private Fotos und so machen.
- Ad: Ja bei Instagram da kann man sich ja so, also nicht so öffentlich machen, wenn, dass man angefragt werden muss.
- P: Aber Instagram hat die Bilder doch trotzdem!
- B: Aber die App Instagram hat ja trotzdem deine Sachen dann.
- (...)
- T1: (...) Petra98, du hast gesagt, du schaust, was diese App dann, worauf die zugreifen will, und wie entscheidest du dich dann?
- P: Das ist immer unterschiedlich. Also wenn ich, es kommt halt darauf an. Ganz viele andere haben diese App halt auch und dann denk ich mir immer so, wenn irgendwie, jetzt bei Instagram, das hat ja schon auf viele Sachen Zugriff. Auch auf die Galerie und so was. Und dann hab ich mir aber gedacht, das haben halt irgendwie so viele Leute. Da war, das hab ich schon, da war in der siebten Klasse oder sowas, da hab ich auch gar nicht dran gedacht, dass das jetzt auf so viele Sachen Zugriff hat. Und das hatten halt so viele andere auch und dann hab ich mir gedacht, ja wenn die auch alle da sind, dann kann das ja nicht so schlimm sein und dann hab ich mir das runtergeladen. Also seitdem, also halt seit ich jetzt weiß, dass es auf so viel Zeug dann halt Zugriff hat, mach ich jetzt, guck ich halt immer, auf wie viele Sachen und dann entscheid ich, ob ich's runterlade oder nicht.

(1_0511_MIX, 223-231, 246-248)

In Bezug auf die **eigenen Nutzungspraktiken** von Instagram wurde in mehreren Gruppen vor der Veröffentlichung von **zu viel persönlicher Information** gewarnt: Einige Jugendliche weisen darauf hin, dass sie die Funktion „Orte hinzufügen“ bewusst nicht nutzen und/oder darauf achten, dass es auf ihren Fotos keine Hinweise auf häufige Aufenthaltsorte gibt. Auch „zu freizügige Fotos“ solle man vermeiden.

In mehreren Gruppen wird in diesem Zusammenhang die Option kontrovers diskutiert Inhalte **„auf privat zu stellen“**, wodurch sie nur bestätigten Abonnentinnen und Abonnenten zugänglich werden. Während einige diese Option nutzen, kommt sie für andere nicht in Frage.

¹³ Tatsächlich ist dies nicht der Fall. Eine dahingehende Änderung der Nutzungsbedingungen im Jahr 2012 wurde nach massiven Nutzerprotesten nach einigen Tagen zurückgenommen.

Neben einer gewissen Trägheit gegenüber der Erfordernis sich mit der technischen Umsetzung zu beschäftigen („Ich weiß nicht mal wie das geht. (lacht).“, w 13, 5_0619_MIX, 383), spielt dabei auch die Befürchtung eine Rolle, dass die durch „Likes“ dokumentierte eigene Beliebtheit darunter leiden könnte, wie ein 13-Jähriger erklärt:

FP: Auf Instagram habe ich schon einmal einen Lehrer gefunden.
T1: Mhm.
FP: Ganz zufällig.
A: Stalker!
FP: Nein (lachen). Ich habe rumgeschaut, so suchen, und auf einmal war da eine Lehrerin aus meiner Grundschule.
T1: Ja, das kann passieren.
FP: Und da wollte ich Instagram wieder löschen.
T1: Wegen der Lehrerin?
FP: Ja. Ich will nicht, dass Lehrer meine Bilder anschauen.
T1: Mhm.
A: Privat.
FP: Ja, zu privat.
T1: Mhm.
FP: Die sollen nicht mein Freizeitleben herausfinden.
A: Mehr auf privat stellen!
FP: Mhm?
A: Auf privat stellen.
FP: Nein, das ist unmöglich, da kriegst du keine Abonnenten.
T2: Ich habe die Antwort, deine Antwort jetzt nicht verstanden.
FP: Also halt wenn man sich auf privat stellt, dann muss man halt, dann müssen die Leute dich erst anfragen, ob sie dich abonnieren können und dann kriegst du halt keine Abonnenten, weil die sind, die meisten Leute sind zu faul zu warten bis du dann antwortest.
T2: Ah, okay. Das heißt: Dann hat man weniger Abonnenten letztendlich?
FP: (parallel) Ja und da weniger Abonnenten, weniger Abonnenten weniger Likes, weniger Likes kleines Image.
(11_0729_MIX, 145-166)

Gleichzeitig gilt die Ambition in erster Linie möglichst viele Abonnentinnen und Abonnenten zu binden in einer anderen Gruppe als problematisch, was darauf hinweist, dass diesbezüglich in verschiedenen Peergroups unterschiedliche Konventionen etabliert sind:

B: Die A. und die K., die hatten halt auch so einen Instagram-Account und dann wollten sie halt irgendwie so voll viele Abonnenten haben und haben dann immer mehr Leute abonniert, damit sie sie zurückabonnieren und so. Und am Ende haben sie ihren Account dann gelöscht, weil sie gecheckt haben, dass das nicht so cool ist. Also dass man das irgendwie nicht machen sollte, weil das dann irgendwelche Leute sind.
(1_0511_MIX, 5217)

In Bezug auf die Kritik an Instagram fällt jedoch auch auf, was die Jugendlichen **nicht thematisieren**, wie etwa – anders als bei WhatsApp – die Bezüge zwischen Instagram und der Muttergesellschaft Facebook. Ebenso wenig sprechen sie an, dass „privat“ gestellte Instagram-Inhalte bei der Einbindung in andere soziale Netzwerke unter Umständen öffentlich werden können.¹⁴

¹⁴ „Private Beiträge, die du in sozialen Netzwerken teilst, sind möglicherweise für die Öffentlichkeit sichtbar, je nachdem, welche Privatsphäre-Einstellungen du für die betreffenden Netzwerke vorgenommen

„YouTube ist die beliebteste App für uns alle, denke ich.“

YouTube zu nutzen gehört für die befragten Jugendlichen zur alltäglichen Unterhaltung, wenn es um die Rezeption von Video- und Musikclips wie zum Beispiel Let's Play-Videos geht. Sie nutzen die Plattform am Computer oder um sich spontan unterwegs die Zeit zu vertreiben. Aber auch zu Hause wird die App von einigen als besonders praktisch empfunden. Einer der Gründe für die hohe Verbreitung der App scheint eine Vorinstallation auf bestimmten Android-Smartphones zu sein, die von mehreren Jugendlichen erwähnt wird.

Die Rezeption steht bei den Jugendlichen eindeutig im Vordergrund. In mehreren Gruppen gibt es Jugendliche, die sich für die Nutzung von YouTube einloggen, etwa um bestimmte „YouTuber“ oder Let's Play-Stars zu abonnieren. Jedoch nur wenige erwähnen die Möglichkeit, dort selbst ein Profil zu pflegen oder Inhalte einzustellen oder zu kommentieren. Das Hochladen von Inhalten wird im Zusammenhang mit YouTube als eigene Aktivität gar nicht erwähnt.

YouTube

Kategorie	Online-Videoplattform
Unternehmen	<i>YouTube LLC</i> , Tochtergesellschaft der Google Inc.
Gerätebasis	Smartphone, Tablet (diverse Betriebssysteme), Computer
Funktionen	Ansehen, Kommentieren und Bewerten von Video-Clips, Hochladen und Publizieren von Videos, Abonnieren von YouTube-Kanälen
Mindestalter	Zum Erstellen eines YouTube-Kontos mind. 13 Jahre laut AGB
Kosten	kostenfrei

Öffentliche Diskussionen und Bewertungen

- In den Geschäftsbedingungen behält sich YouTube vor, hochgeladene Videos weiterzuerkaufen oder zu lizenzieren, ohne die Autorin bzw. den Autor vorher zu fragen.
- Beim Hochladen von Videos verletzen Nutzende häufig das Urheberrecht.
- Werbung ist auf der Plattform und in den Videos platziert.
- Das Phänomen der YouTube und Let's Play-Stars wird in Hinblick auf Product Placement und zweifelhafte Rollenvorbilder diskutiert
- eine hohe Zahl an für Kinder und Jugendliche ungeeigneter Inhalte

Quellen

<http://www.klicksafe.de/themen/kommunizieren/youtube/was-ist-youtube/>
<https://www.youtube.com/static?gl=DE&template=terms&hl=de>
<https://support.google.com/youtube/answer/2802167?rd=1>
http://praxistipps.chip.de/youtube-videos-mit-altersbeschaenkung-ohne-anmeldung-ansehen_27797
<http://www.klicksafe.de/themen/kommunizieren/youtube/selbstinszenierung-der-youtube-stars-was-steckt-dahinter/>
<http://www.sueddeutsche.de/digital/illegale-youtube-videos-baendiger-des-boesen-1.2349570>

hast. Wenn du beispielsweise einen Beitrag auf Twitter teilst, der auf Instagram als privat festgelegt wurde, ist möglicherweise für die Personen sichtbar, die deine Twitter-Beiträge anzeigen können.“
(<https://help.instagram.com/116836975134193/>)

Die **Kritik**, die einige Jugendliche an YouTube äußern, richtet sich auf unterschiedliche Aspekte. Gestört fühlen sich einige Jugendliche durch **Werbung**, insbesondere solcher innerhalb von Videos. In Bezug auf die Sperrung von urheberrechtlich geschütztem Material sind die Jugendlichen geteilter Meinung; einige befürworten diese Praxis, andere bedauern sie.

Ebenfalls geteilter Meinung sind die Jugendlichen darüber, inwieweit YouTube dem **Schutz von Kindern und Jugendlichen** Rechnung trage: Während die einen der Meinung sind, Videos, die für Kinder und Jugendliche nicht geeignet sind, würden gesperrt, warnen andere, dass eben dies nicht der Fall sei, wie eine 14-Jährige beschreibt:

T: Also bei YouTube. Es gibt ja auch die schöne von YouTube, die jeder benutzt und dann gibt es auch einen Teil von YouTube, wo Leute auch komische Videos hochladen und die kann sich auch jeder ansehen. Da können auch Kinder irgendwie draufkommen. Und das ist auch nicht gut.

T1: Was kann man denn da zum Beispiel finden?

(Pause 5 Sekunden)

T1: Oder sagen wir es einmal so, was möchtest du nicht finden, wenn du bei Youtube bist? Kannst du das so beantworten?

T: Also entweder ganz depressive Geschichten oder ich weiß nicht, da gibt ziemlich viele Sachen.
(9_0722_A_GYM, 194-200)

An dieser Interviewpassage zeigt sich zudem, dass es für Jugendliche auch schwierig sein kann, in der Gruppe auf unangenehme Medienerlebnisse näher einzugehen.

Weitere genannte Beispiele für ungeeignete Inhalte sind die Zugänglichkeit von Propagandavideos für Terrorismus oder Trailer für Horrorfilme.

Wie in Bezug auf andere soziale Netzwerke auch warnen die Jugendlichen davor, auf der Plattform zu viel von der eigenen Person preiszugeben, sei es in Kommentaren, sei es in eigenen Channels und Videos.

4.3.3 Auf Rezeption gerichtete Angebote

Neben YouTube, das den sozialen Online-Netzwerken zugerechnet wird, nutzen Jugendliche auch Streaming-Plattformen, um Videoclips, Filme und Serien zu schauen oder sich Musik anzuhören.

4.3.3.1 Streaming-Dienste

Unter den **Streaming-Angeboten für Musik** ist Spotify das am meisten thematisierte Angebot. Davon abgesehen, dass bei der kostenfreien Version die Werbung störend wirkt, sehen die Jugendlichen keine weiteren Diskussionspunkte in Bezug auf dieses Angebot.

Spotify

Kategorie	Musikstreaming-Dienst
Unternehmen	<i>Spotify GmbH</i>
Gerätebasis	Smartphone, Tablet (diverse Betriebssysteme), Computer
Funktionen	Bereitstellung und Empfehlung von Musik
Mindestalter	laut AGB 13 Jahre, Jüngere mit Erlaubnis der Eltern
Kosten	Bestimmte Spotify-Dienste sind kostenfrei, andere kostenpflichtig

Öffentliche Diskussionen und Bewertungen

- weitreichende Zugriffsrechte der App auf Nutzer- und Kontaktdaten
- In-App-Käufe möglich, personalisierte Werbung, im kostenfreien Abo Werbeunterbrechungen
- Die Angabe von persönlichen Daten wie Kontakte oder Fotos ist freiwillig. Nutzende, die den Zugriff auf zusätzliche Informationen nicht zulassen, können Spotify lediglich ohne Personalisierungs-Optionen nutzen.
- Die Registrierung bei Spotify ist auch mit Hilfe eines Facebook-Kontos möglich. Dann erhält Spotify die Informationen, die dort hinterlegt sind.
- Die Erfassung des ungefähren Standorts bei mobiler Nutzung ist zwingend. Das ist begründet in Lizenzbedingungen, die festlegen, welche Titel Spotify in welchen Regionen anbieten darf.
- Mit der Bereitstellung der persönlichen Kontakte möchte Spotify seine Nutzenden untereinander (ohne Hilfe sozialer Netzwerke) vernetzen. Diese Praxis ist insofern heikel als das Einverständnis der freigegebenen Kontakte nicht notwendig ist.

Quellen

<http://www.computerbild.de/artikel/avf-News-Audio-Video-Foto-Neue-AGB-bei-Spotify-Anbieter-rudert-zurueck-12832039.html>

<https://de.wikipedia.org/wiki/Spotify>

<https://www.spotify.com/de/legal/end-user-agreement/#s2>

Die Nutzung von **kommerziellen Streaming-Plattformen** für Filme und Serien ist unter den befragten Jugendlichen zwar attraktiv jedoch nicht selbstverständlich, da diese Angebote überwiegend kostenpflichtig sind. Wenn sie genutzt werden, so an heimischen Geräten und über Abonnements der Familie. Thematisierte Vor- oder Nachteile einzelner Angebote beziehen sich auf die Angebotspalette oder die Nutzerfreundlichkeit.

Ein 13-jähriger Jugendlicher spricht außerdem den **Jugendschutzaspekt** an, den er bei kostenpflichtigen Angeboten als positiv hervorhebt:

T1: Mhm, okay. Was nervt euch noch? Wovor soll man sich noch hüten? Angel?

A: Netflix und Maxdome.

T1: Warum soll man sich davor hüten? Die habt ihr aufgeklebt?

A: (parallel) Weil dafür gibt es MyVideo.

T1: MyVideo okay.

A: Weil die sind schlechter als MyVideo.

T1: Was ist an denen genau schlechter?

A: Das ist einfach viel zu kompliziert. MyVideo ist ganz kompakt und das geht schnell.

FP: Na, aber Angel, das ist ja so: MyVideo hat ja auch die Nachteile und die dann zum Beispiel Netflix oder so besser haben. Zum Beispiel MyVideo sind dann nicht jugendfreie Filme und das kann man dort, zum Beispiel Eltern können das dort nicht einstellen und bei Maxdome oder halt, da könnte man das möglicherweise einstellen.

(11_0729_MIX, 369-377)

Ein Thema, das Jugendliche in mehreren Gruppen stark beschäftigt, sind **Streaming-Angebote**, die **urheberrechtlich geschütztes Material anbieten ohne über die entsprechenden Rechte zu verfügen**. Diese sind für die Jugendlichen einerseits höchst attraktiv, da sie kostenfrei und ohne elterliches Zutun nutzbar sind, andererseits sind sie verunsichert, inwieweit sie sich durch die Nutzung strafbar machen bzw. inwieweit sie sich mit der Nutzung im gesetzlichen Graubereich befinden.

B: Also es ist irgendwie so halb legal, halb illegal, weil wenn du's downloadest, dann ist es wieder illegal und wenn nicht, dann nicht oder so. Jedenfalls dann kommt halt da oft so Videos oder sowas.

(w 12, 1_0511_MIX, 539 – 564)

Unklarheit besteht außerdem darüber, woran man die Legalität bzw. Illegalität eines solchen Angebots erkennen könne.

B: Nein aber es gibt ja auch diese, also einfach so Seiten, aber die können ja dann nicht so richtig illegal sein, weil die ja wirklich jeder kennt eigentlich. Also ich mein da müsste ja dann Polizei oder wer auch immer das dann zu klären hat, schon beseitigt haben. Deswegen können sie ja nicht so wirklich richtig illegal sein.

T2: Zum Beispiel? Fällt dir eine ein?

B: Es gibt glaub ich Kinox oder so. Und es gibt noch Kinokiste.

K: Movie2k!

A: Was ist das denn?

K: Das ist auch so was.

B: Und dieses kinox.to oder irgend sowas Komisches, ich weiß nicht so genau. Also dieses Kinokiste zum Beispiel, das kennen eigentlich wirklich fast alle.

(1_0511_MIX, 754 – 794)

Die Jugendlichen gehen mit dieser Situation – so ihnen die rechtliche Brisanz überhaupt bewusst ist – unterschiedlich sorglos bzw. sorgenbeladen um. Während z.B. ein 14-Jähriger von schlaflosen Nächten nach der Nutzung eines solchen Portals berichtet, gehen andere davon aus, dass ihnen nichts passieren kann, solange sie nichts downloaden. Als belästigend wird jedoch pornografische Werbung auf diesen Seiten empfunden.

4.3.4 Auf Spiel gerichtete Angebote

Die Jugendlichen empfehlen eine Vielzahl von Computerspielen und Spiele-Apps, die teils online, teils offline gespielt werden. **Kritik** an den Eigenschaften von Spielen äußern nur vereinzelte Jugendliche und dies nur in zweierlei Hinsicht.

Der erste Aspekt sind **Kosten** in sogenannten Free to Play-Spielen wie Minecraft oder Clash of Clans:

P: Was vielleicht auch ist, dass man Minecraft jetzt nicht zu hoch ansetzt. Weil das ist schon relativ teuer, da kostet dann so jede Erweiterung teilweise 20 Euro oder so.

(...)

P: Ja bei Clash of Clans, also da kann man schon irgendwie Geld ausgeben, wenn man weiterkommen will.

T2: Ok. Funktioniert das so, dass man sich es kostenlos herunterlädt?

P: Ja.
T2: Und dann ...
Te: Also man kann es kostenlos spielen theoretisch, aber man kommt, also total.
P: Also ich hab noch nichts ausgegeben. Aber wenn man richtig gut werden will, dann geht's eigentlich nicht ohne ausgeben. Weil irgendwann ist der Punkt da, wo es da nicht mehr richtig weitergeht. Und da geht's dann halt damit irgendwie weiter dann.
(4_0520_MIX, 108, 210-215)

Ein zweiter Aspekt ist die **Datenauswertung**, die jedoch nur im Fall Angry Birds¹⁵, angesprochen wird.

Ter: Aber ich find jetzt Angry Birds spielt niemand mehr.
(...)
T2: Und warum spielt das [Angry Birds] keiner mehr?
Te: Ja, weil es out ist.
Le: (parallel) Weil es langweilig wird.
Ter: Weil da irgendwie mal das Gerücht rumging, dass es gehackt wurde oder sonst was. Oder überwacht.
(...)
T2: Und wenn so ein Gerücht rumgeht, wie kann man überprüfen, dass das stimmt?
(...)
N: Ja, das kam halt im Radio.
T2: Das kam im Radio.
(...)
T2: Und wie kann man rausfinden, ob so'n Gerücht stimmt?
Te: Ausprobieren.
Le: Ja, mal "hallo" schreiben an den Hacker.
N: Hallo Hacker!
T2: Hallo schreiben an den Hacker (lachen).
Ter: (parallel) Hallo Hacker!
Le: (parallel) Nein.
Hel: Wie geht's dir?
(...)
Le: Ja halt recherchieren oder die App einfach löschen.
(6_0623_MIX, 1060, 1073-1095)

Auch hier zeigt sich, dass die Jugendlichen nicht näher erklären können, worin das Problem besteht und eher über Halbwissen verfügen. Ihre diesbezügliche Ratlosigkeit überspielen sie teils mit Humor.

In Bezug auf die **eigene Nutzungspraxis** warnen die Jugendlichen vor der hohen Attraktivität vieler Spiele, die dazu verführe mehr zu spielen als angemessen sei, wie es eine 14-Jährige auf den Punkt bringt:

U: Also ich finde auch, zum Beispiel Candy Crush und Angry Birds und diese ganzen Spiele, also ich hatte es auch einmal eine Zeit lang benutzt und da hab ich so viel Zeit damit verbracht. Also ich find, das hat halt auch so einen Suchtfaktor und deshalb ja würde ich es jetzt nicht so weiterempfehlen.
(w 14, 9_0722_A_GYM, 146)

¹⁵ Über die App sollen Geheimdienste Nutzerdaten ausgespäht haben:
<http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/angry-birds-nsa-und-gchq-zapfen-apps-an-a-945872.html>

Ferner sei es wichtig sich bei Online-Spielen wie Minecraft an die **Chatregeln** zu halten (nichts Verbotenes schreiben, andere nicht beleidigen), um nicht aus dem Spiel gebannt zu werden.

Darüber hinaus warnt ein 13-Jähriger davor, auf unseriöse Angebote zur Erweiterung des Zugriffs auf (nicht bezahlte) Online-Spiele oder Spielfeatures einzugehen. Im Zuge dessen würde die Herausgabe der eigenen Account-Daten für Spielplattformen wie Steam oder Battlenet gefordert. Dies könne dazu führen, dass man den Account „nicht zurückbekomme“.

A: Also manche Leute, die möchten halt Vorteile in einem Spiel haben oder schon fertig sein und dann müssen sie halt die Account-Daten rausgeben, dass sie zum Beispiel an [unverständlich] Euro kommen und da kann man halt ganz schön leicht gezogen werden. Und das ist ab und zu nicht so toll, aber...

(...)

T1: Ich habe es, glaube ich, noch nicht so ganz gepeilt. Kannst du es mir bitte noch einmal erklären?

A: Also an einem Beispiel. Also manche wollen halt einfach einen Spielvorteil haben und dann müssen sie halt Account-Daten rausgeben und dann kann der Account halt gezogen werden, also geklaut.

T1: Ah, okay.

A: Zum Beispiel bei Steam. Du willst jetzt, dass jedes Spiel von dir irgendwie alles hat oder sowas. Du bekommst halt irgendwas drauf und dann kann dann halt, dann hast du viel Geld drauf und jemand hat das gerade richtig nötig und dann überlegt der sich halt, dass er den Account einfach behält.

K: (parallel) Der klaut das.

(11_0729_MIX, 520-545)

Hierbei handelt es sich offenbar um eine **Verführung zum Betrugsversuch**, die denjenigen, der ihr erliegt, betrügerisch ausnützt. Dieses Beispiel verweist darauf, dass auf Spielplattformen auch mit Risiken im Bereich des Kontakts zu kriminell motivierten Nutzern gerechnet werden muss, die die Unerfahrenheit und Risikobereitschaft Jugendlicher zur eigenen Bereicherung zu nutzen.

Insgesamt diskutieren die Jugendlichen (Online-)Games und Spiele-Apps wesentlich weniger und auch weniger kritisch als Angebote aus dem Bereich der Kommunikation. Ein möglicher Grund kann darin liegen, dass Spiele in der Öffentlichkeit hauptsächlich unter den Aspekten Gewalt und exzessive Nutzung kritisch beleuchtet werden. Daher erfordert es von den Jugendlichen sehr viel mehr Eigenleistung, die von ihnen präferierten Angebote kritisch zu hinterfragen. Ein anderer Grund ist darin zu suchen, dass Spiele im Rahmen der Peerintegration eine weniger dominante Stellung innehaben als Kommunikations-Apps und soziale Online-Netzwerke.

Literatur

- BITKOM (2014): Jung und vernetzt. Kinder und Jugendliche in der digitalen Gesellschaft. Online verfügbar unter https://www.bitkom.org/Publikationen/2014/Studien/Jung-und-vernetzt-Kinder-und-Jugendliche-in-der-digitalen-Gesellschaft/BITKOM_Studie_Jung_und_vernetzt_2014.pdf, zuletzt aktualisiert am 30.09.2015.
- DIVSI Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet (Hg.) (2014): DIVSI U25-Studie. Kinder, Jugendliche und Erwachsene in der digitalen Welt. Eine Grundlagenstudie des SINUS-Instituts Heidelberg im Auftrag des DIVSI. Online verfügbar unter <https://www.divsi.de/wp-content/uploads/2014/02/DIVSI-U25-Studie.pdf>, zuletzt geprüft am 30.09.2015.
- Feierabend, Sabine; Plankenhorn, Theresa; Rathgeb, Thomas (2014): JIM-Studie 2014. Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Herausgegeben von Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest. Online verfügbar unter http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf14/JIM-Studie_2014.pdf, zuletzt aktualisiert am 2014, zuletzt geprüft am 30.09.2015.
- Feierabend, Sabine; Plankenhorn, Theresa; Rathgeb, Thomas (2015a): KIM-Studie 2014. Kinder + Medien, Computer + Internet. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland. Herausgegeben von Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest. Online verfügbar unter http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf14/JIM-Studie_2014.pdf, zuletzt aktualisiert am 2015, zuletzt geprüft am 30.09.2015.
- Feierabend, Sabine; Plankenhorn, Theresa; Rathgeb, Thomas (2015b): JIM-Studie 2015. Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Herausgegeben von Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest. Online verfügbar unter http://mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf15/JIM_2015.pdf, zuletzt geprüft am 30.11.2015.
- HBI Hans-Bredow-Institut für Medienforschung (2014): Systematisierung der Problemlagen bei der Mediennutzung Minderjähriger: Herausforderungen für den Jugendmedienschutz. In: Hans-Bredow-Institut für Medienforschung an der Universität Hamburg (Hg.): Aufwachsen mit digitalen Medien. Monitoring aktueller Entwicklungen in den Bereichen Medienerziehung und Jugendschutz. Hamburg (1/2014), S. 7–10., http://www.hans-bredow-institut.de/webfm_send/1039, zuletzt geprüft am 30.09.2015
- Karaboga, Murat; Masur, Philipp; Matzner, Tobias; Mothes, Cornelia; Nebel, Max; Ochs, Carsten et al. (2014): White Paper. Selbstschutz. Herausgegeben von Peter Zoche, Regina Ammicht-Quin, Jörn Lamla, Alexander Roßnagel, Sabine Trepte und Michael Waidner. Forum Privatheit und selbstbestimmtes Leben in der digitalen Welt. Online verfügbar unter http://www.forum-privatheit.de/forum-privatheit-de/texte/veroeffentlichungen-des-forums/themenpapiere-white-paper/Forum_Privatheit_White_Paper_Selbstschutz_2.Auflage.pdf, zuletzt geprüft am 30.09.2015.
- Rechlitz, Marcel; Dreyer, Stephan; Lampert, Claudia (2015): Zwischen Identitätsmanagement und Selbstoffenbarung: Kinder und Live-Streaming-Apps. In: Hans-Bredow-Institut für Medienforschung an der Universität Hamburg (Hg.): Aufwachsen mit digitalen Medien. Monitoring aktueller Entwicklungen in den Bereichen Medienerziehung und Jugendschutz. Hamburg (2/2015), S. 5–13, http://www.hans-bredow-institut.de/webfm_send/1096, zuletzt geprüft am 30.09.2015.

Anhang

Zu den folgenden Angeboten lagen den Jugendlichen im zweiten Erhebungsblock **Logo-Kärtchen** zur Verwendung vor:

Messenger, Chats	ICQ, Skype, Snapchat, Telegram, Threema, Viber, WhatsApp, YouNow
Soziale Netzwerke, Blogs	Facebook, Google+, Spin, Twitter, Tumblr, Wer-kennt-wen?
Foto-/Video-Plattformen	Clipfish, Flickr, Instagram, Vimeo, YouTube
Streaming Film	Maxdome, MyVideo, Netflix, Netzkino, Watchever
Musik	Spotify
Suchmaschinen	Google
Games	Angry Birds, Bejeweled Blitz, Call of Duty, Candy Crush, Clash of Clans, Goodgame Empire, League of Legends, Minecraft, Quizduell

Folgende zwölf **Risiken** wurden den Jugendlichen im dritten Erhebungsblock systematisch vorgelegt:

Schutz der Privatsphäre	Getrackt werden/Datenspionage Gehackt werden
Technische Risiken	Viren/Schadprogramme
Marktteilnahme	Illegaler Up-/Download Kostenfallen
Kommunikation	Gemobbt werden Belästigt werden Fakeprofile Challenges/Mutproben Kettenbriefe
Emotionalität	Abstoßende Bilder/Clips/Filme
Verhaltenssteuerung	Andauernd online sein