



## Zwischen Browser, Klick und App

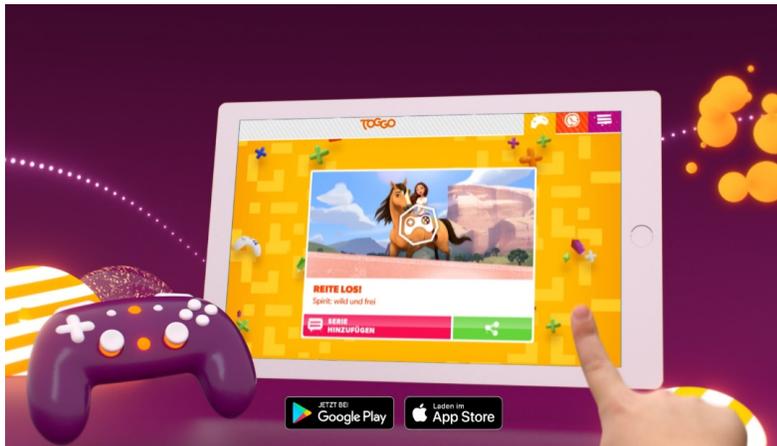
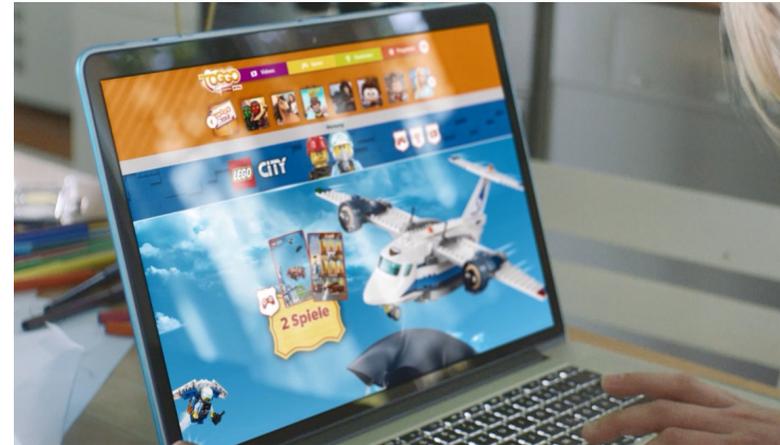
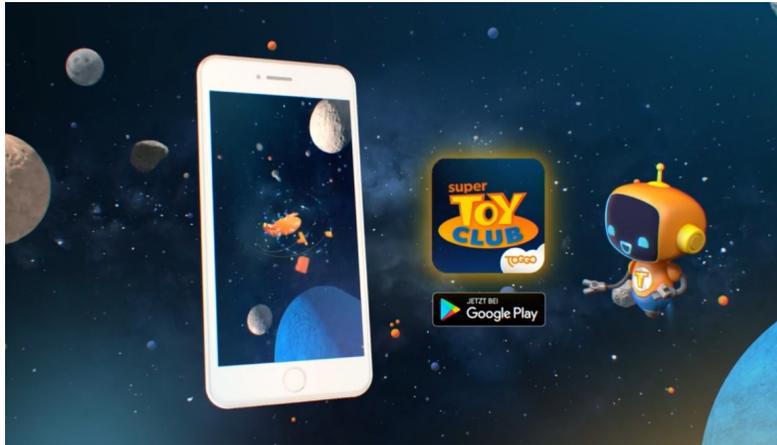
---

Digitale Produkte kindgerecht  
präsentieren

Birgit Guth  
Leiterin Insights & Analytics  
SUPER RTL

# Spots für Digitalprodukte sind eine Herausforderung

Wie verstehen Kinder, was gemeint ist?



# Wir haben viel ausprobiert, geforscht und gelernt

Was ist für die Kinder ein digitales Produkt?

Welche Begriffe verstehen sie?

Wie bewirbt man es?



# Digitale Produkte sind nicht greifbar

- Apps und Websites sind nicht anfassbar und wenig konkret
- Bei nicht haptischen Produkten ist das Einordnen als Erlebnisdimension umso wichtiger
- Wofür braucht das Kind dieses Angebot? Wo kann an die Lebenswelt des Kindes angeknüpft werden?

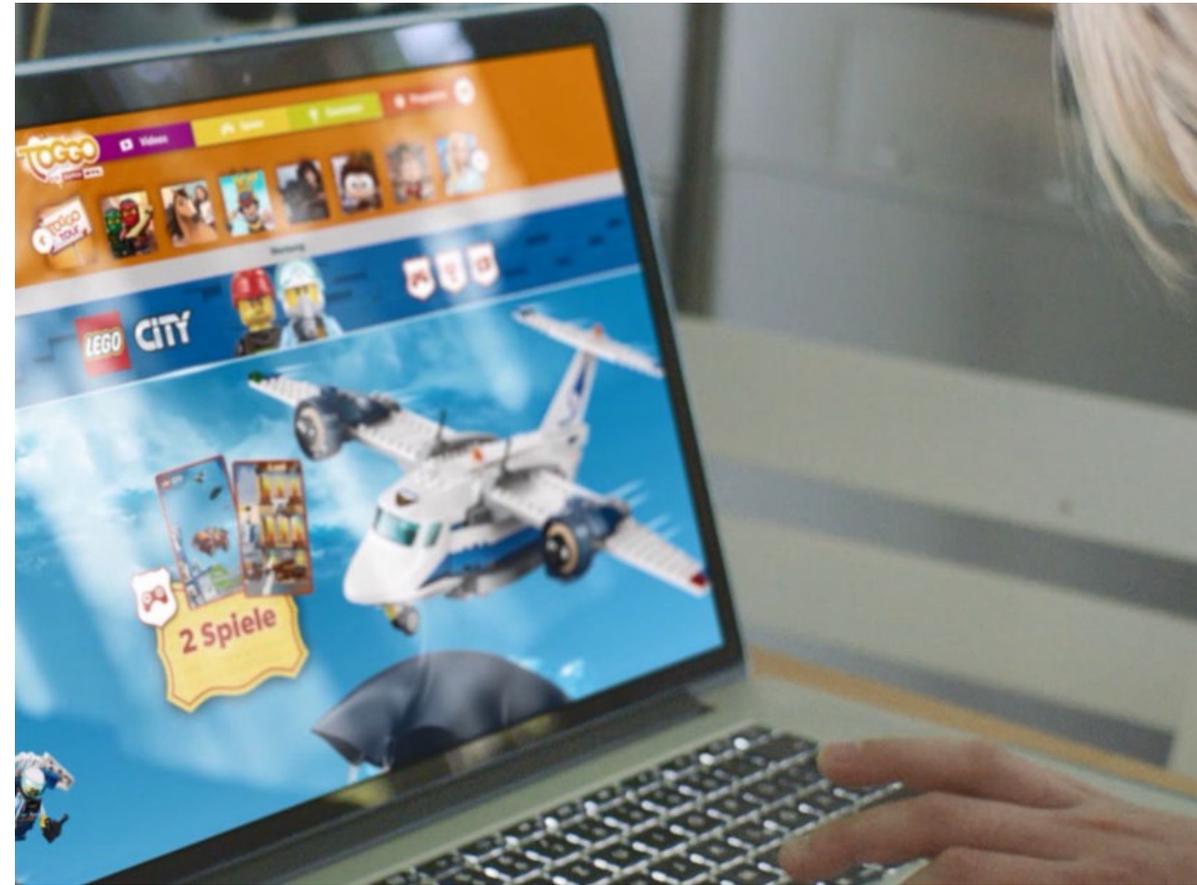
Einordnen



# Kinder brauchen eine Anleitung

- Wie erklärt man dem Kind das Angebot/ Produkt?
- Um welches Devices geht es?
- Wie und über welchen Weg erreicht man das Angebot?
- Wie macht man klar, wo und wie das beworbene Produkt erreichbar ist und genutzt werden kann?

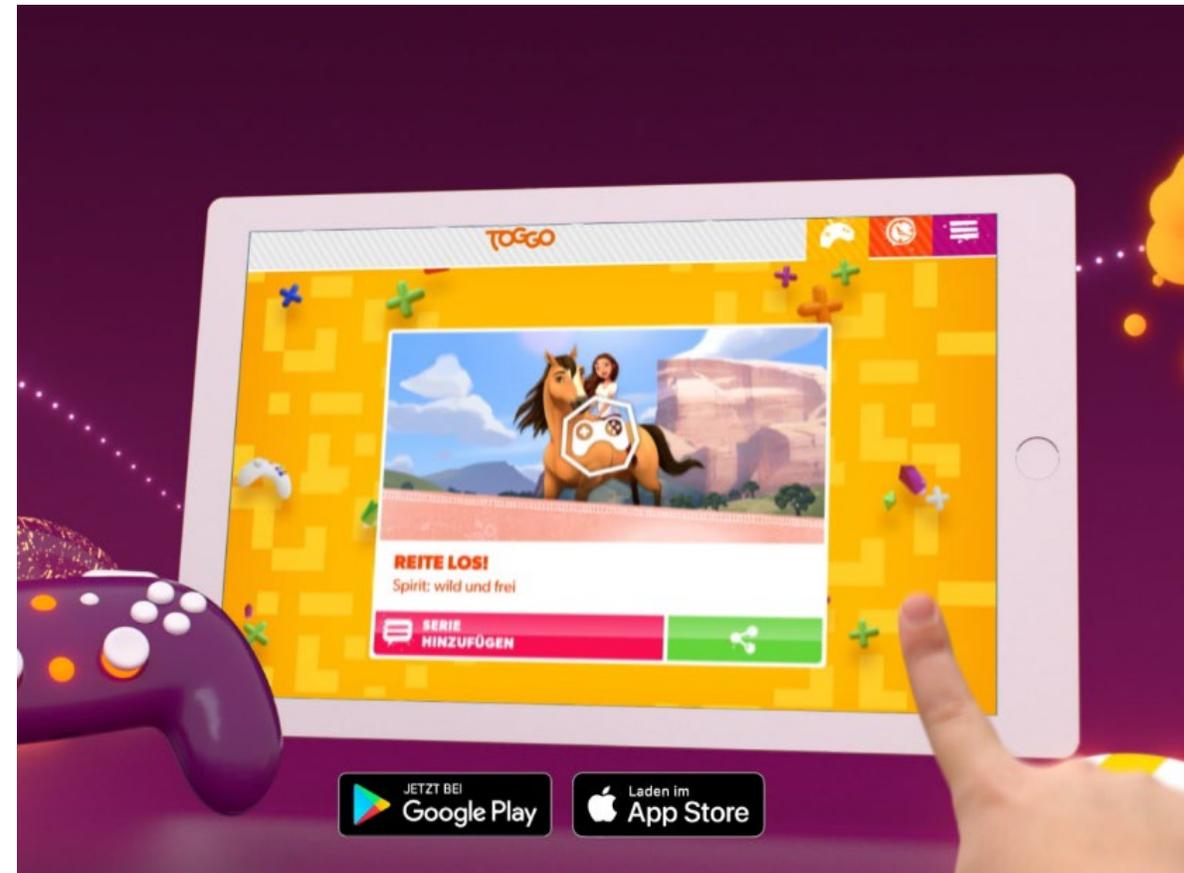
Verstehen



# Das Produktversprechen muss klar sein

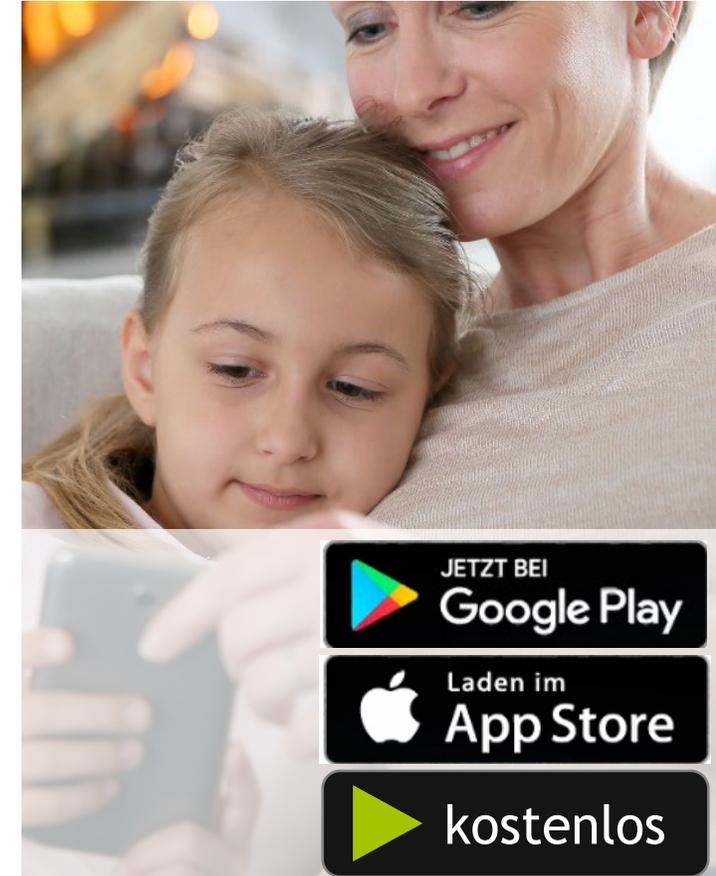
- Was macht das Produkt mit dem Kind?
- Was könnte ein Mehrwert sein?
- Welche Kompetenzsteigerung kann das Kind erfahren?
- Wie kann man den Mehrwert und den eigentlichen Produktkern der digitalen Produkte vermitteln?

Erleben



# Codes für das Kind und die Eltern

- Was muss man dem Kind mitgeben, damit es sich an das Produkt erinnert?
- Was kann es aus dem Spot weitergeben?
- Eltern sind Gatekeeper. Welches sind die richtigen Buzzwords, die das Kind an die Eltern weitergeben kann?
- Was gibt der Spot dem Kind mit - z.B. als Argumentationshilfe?
- Welche Codes liefert der Spot?



# Mehrstufiges Forschungsprojekt

Speziell für Spots, die auf digitale Produkte verweisen

## METHODE



In Home-Rezeption



Kids-Parcours & Eltern-Gruppendiskussionen



Friendship-Pairs

## ZIELGRUPPE



Grundschul Kinder 6-10 Jahre

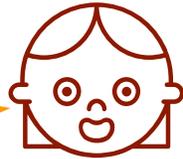
# Exkurs

---

Was ist das Internet?

# Was ist das Internet aus Sicht der Kinder?

Für das Internet brauchst du einen WLAN-Code; sonst weiß ich nicht, wie das geht. (Mädchen, 8 Jahre)



Ohne Internet kann man nicht spielen. (Junge, 10 Jahre)

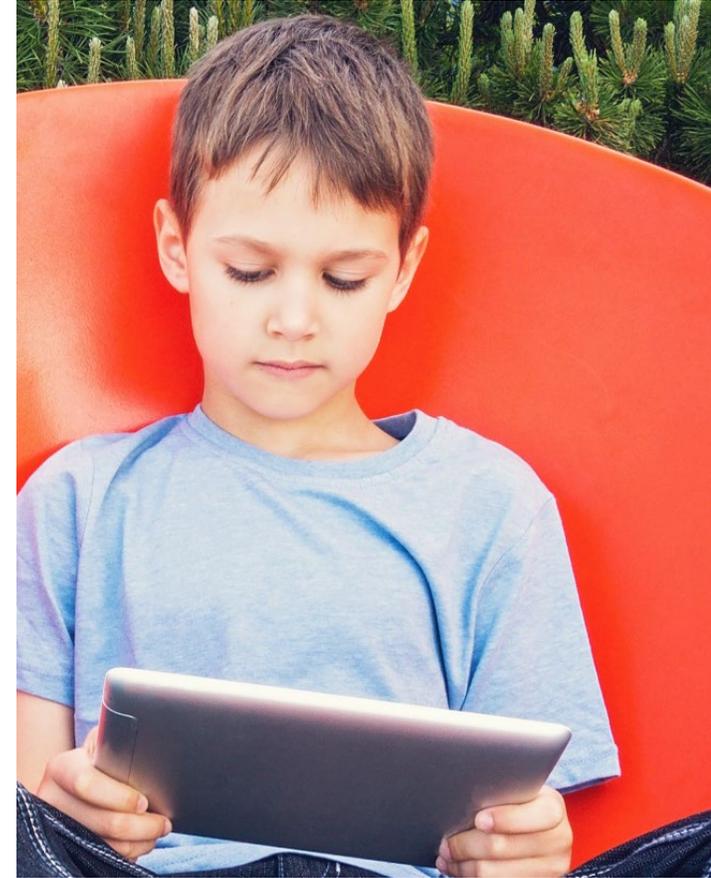
Ohne kann man keine Videos gucken. (Mädchen, 8 Jahre)



# Was ist das Internet aus Sicht der Kinder?

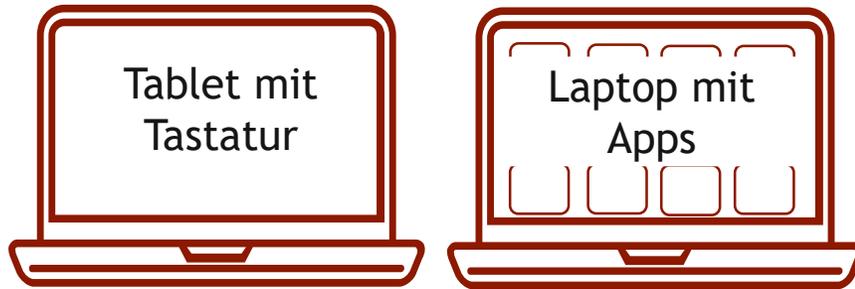
Wenig technisches Verständnis, deshalb behelfen sich die Kinder bei der Erklärung

- Eher unklar: „Internet“ als Begriff ist nicht allen Kindern bekannt
- Kompliziert: Vom Internet als Netzwerk, in denen Internetdienste genutzt und Webseiten aufgerufen werden können, besteht noch kein Verständnis.
- Was man dafür braucht: z. B. Webbrowser (Safari, Firefox, Google), Suchmaschinen (Google), WLAN
- Was man damit machen kann: (mit Freunden) spielen, Videos anschauen, kommunizieren



# Große Hürden für junge Kinder

Was man bei der Kommunikation beachten muss

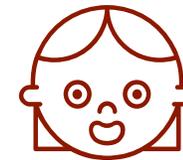


Multifunktionalität erschwert die Zuordnung



Wo ist der Unterschied?

(Unterschied?) Auch gleich, weil App ist mehr unsere Sprache, das andere eher alt...  
(Junge, 10 Jahre)



Toggo.de? Das ist eine App, da muss man das aber nicht herunterladen.  
(Mädchen, 10 Jahre)

# Was ist eine App? Und was ein Browser?

Das kindliche Verständnis ist begrenzt

## BROWSER/WEBSEITE

Die meisten Kinder kennen weder den Begriff Browser noch Webseite.

Sie nutzen andere Bezeichnungen dafür:

- „*Die Weltkugel als erstes und dann...*“ „*Den Firefox und dann...*“
- Von Eltern angelegte Lesezeichen, die direkt zum Ziel führen
- Google - als Startseite, auf der man alles eingeben kann

## APP

Der Begriff “App“ wird von Grundschulern größtenteils problemlos verstanden.

Die Kinder wissen, dass eine App das Quadrat auf ihren Devices ist, bei dem sie etwas machen, spielen oder sich etwas anschauen können.

Apps werden mit mobilen Devices verknüpft.

# Alles ist irgendwie Google...

- Google als Suchmaschine:  
Mit Google findet man Sachen
- Google als Lexikon/ Lehrer:  
Google beantwortet Fragen
- Google als Tor zur digitalen Welt  
(Browser): Google ist das Internet
- Google als App Store:  
Bei Google bekommt man Apps



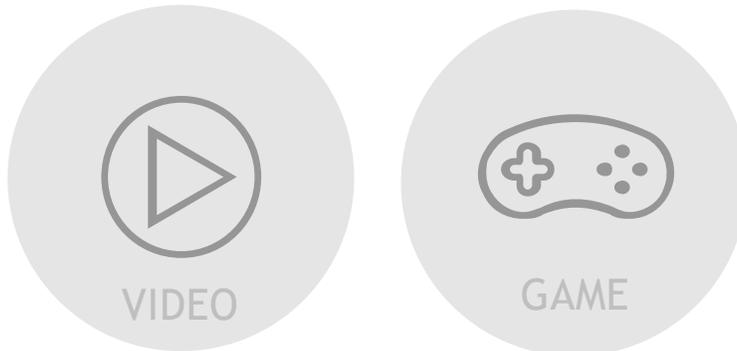
# Was Kinder verstehen



**App**  
(ist das  
Quadrat auf  
dem mobilen  
Gerät)



**App-Store  
Visuals**  
(als Symbole für  
Download)



**Video und  
Game -  
Buttons**



**“kostenlos“**  
Der Hinweis erhöht  
die Chance auf  
Akzeptanz bei den  
Eltern und Nutzung  
durch die Kinder.

# Kreation

---

Wie stellt man digitale Produkte dar?

# Wie kommuniziert man Online-Themen für Kinder?

## DARSTELLUNG DES GERÄTS



## DARSTELLUNG DER ANWENDUNG



# Um welches Endgerät geht es?

Kinder brauchen eine Handlungsanleitung

Alle Screens sind erst einmal Smartphones oder Tablets - außer sie haben eine Tastatur!

## Merkmale für mobile Geräte

- Home-Button
- Nutzung: wird mit Fingern bedient (nicht mit Pfeil)
- Elemente wie Akkuladestand, WLAN-Anzeige
- horizontales Format = Tablet  
vertikales Format = Smartphone
- Das Wort „App“



# Kinder schauen auf jedes Detail

Darstellung der Screens



Videos schaut man im Querformat in entspannter, zurückgelehnter Haltung.



In einer Spielsituation nimmt man das Device eher hochformatig und die Finger wischen auf dem Bildschirm.

# Darstellung von Laptop/PC ist anspruchsvoll

## Merkmale für Laptops / PCs

- Geräte-Kontext
- Veranschaulichung der Nutzung (Maus bewegt sich über den Bildschirm, Tastatur wird bedient)
- Blick über die Schulter gibt Einblick in Lebensräume anderer Kinder und verdeutlicht die Nutzungssituation optimal.



# Wie kommuniziert man Online-Themen für Kinder?

## DARSTELLUNG DES GERÄTS



## DARSTELLUNG DER ANWENDUNG



# Apps sind einfach zu kommunizieren

Zugang ist einfacher und gelernt

Es geht um eine App? Dieser Weg funktioniert!

App wird erkannt ⇒ Kind lädt App eigenständig runter ODER fragt die Eltern



# Websites zu kommunizieren ist eine Herausforderung

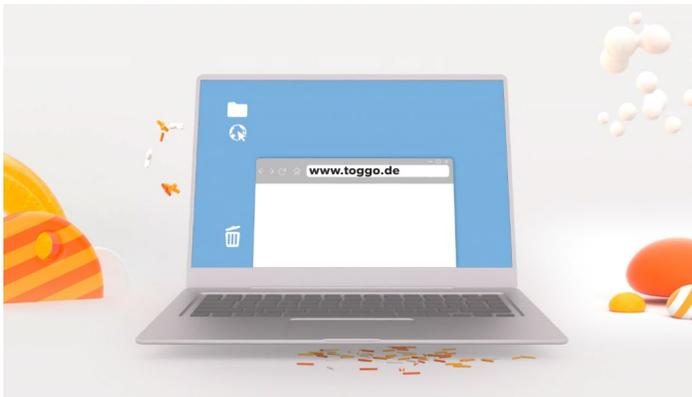


- Website auf Tablet passt nicht zusammen
- Schematische Darstellung der Startseite wird nicht erkannt
- toggo.de wird als App-Name interpretiert
- Schematische Erklärung deckt sich nicht mit der Lebenswirklichkeit der Kinder (Browser sieht anders aus).
- Ohne Medienkompetenz funktioniert dieser Weg nicht.
- Kann falsch verstanden werden in Richtung: Ohne Google geht es nicht.

# Wie man eine Website gut erklärt

Mehrschrittig den Weg erklären:

1. Eindeutige Gerätedarstellung



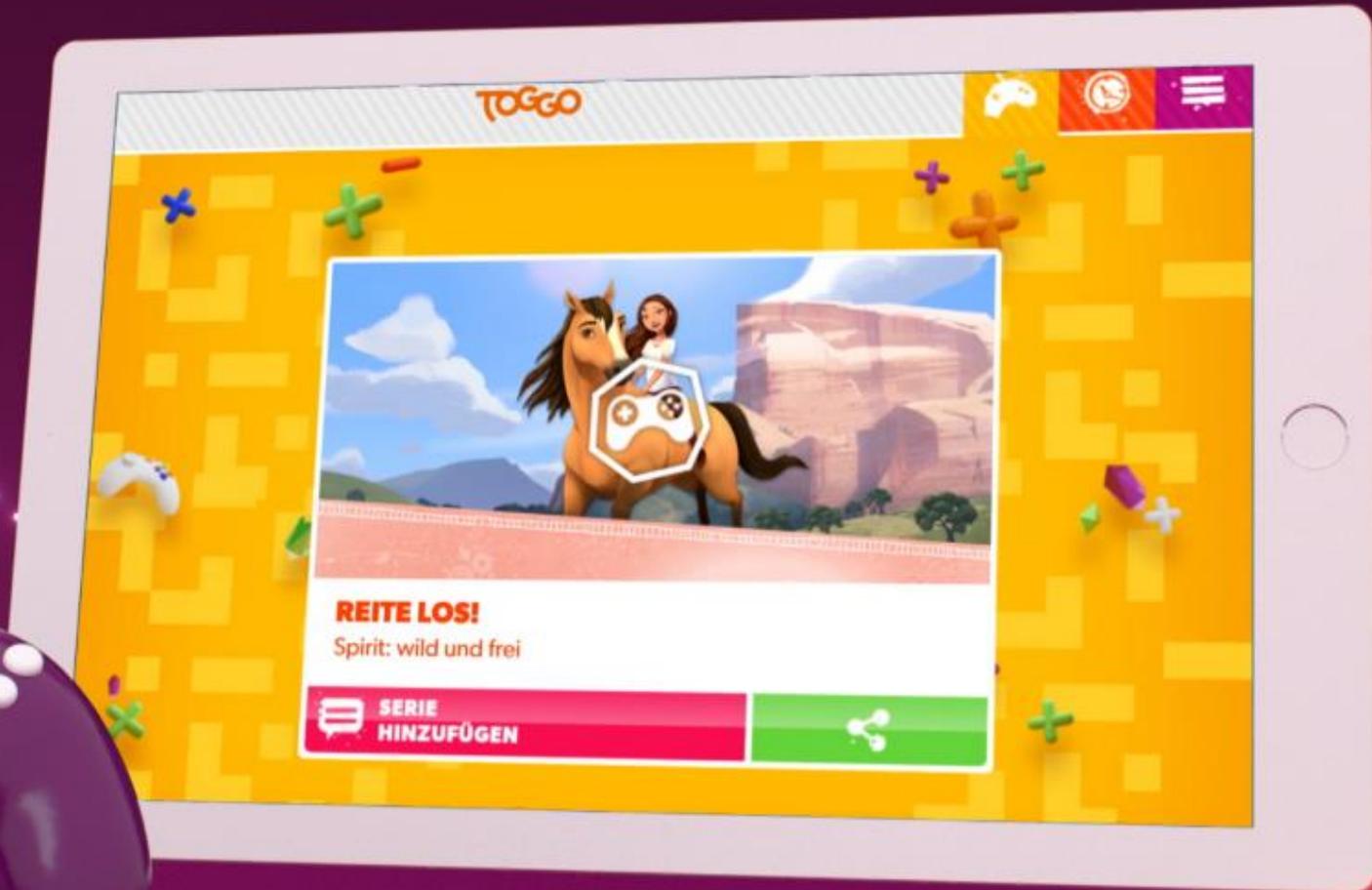
2. Blick auf die Startseite



3. Inhalt zeigen, aber Gerät noch als Umfeld



# TOGGO Spiele-App



16:30

95% 



Woozle Goozle



TOGGO Videos



TOGGO Spiele



SUPER TOY CLUB

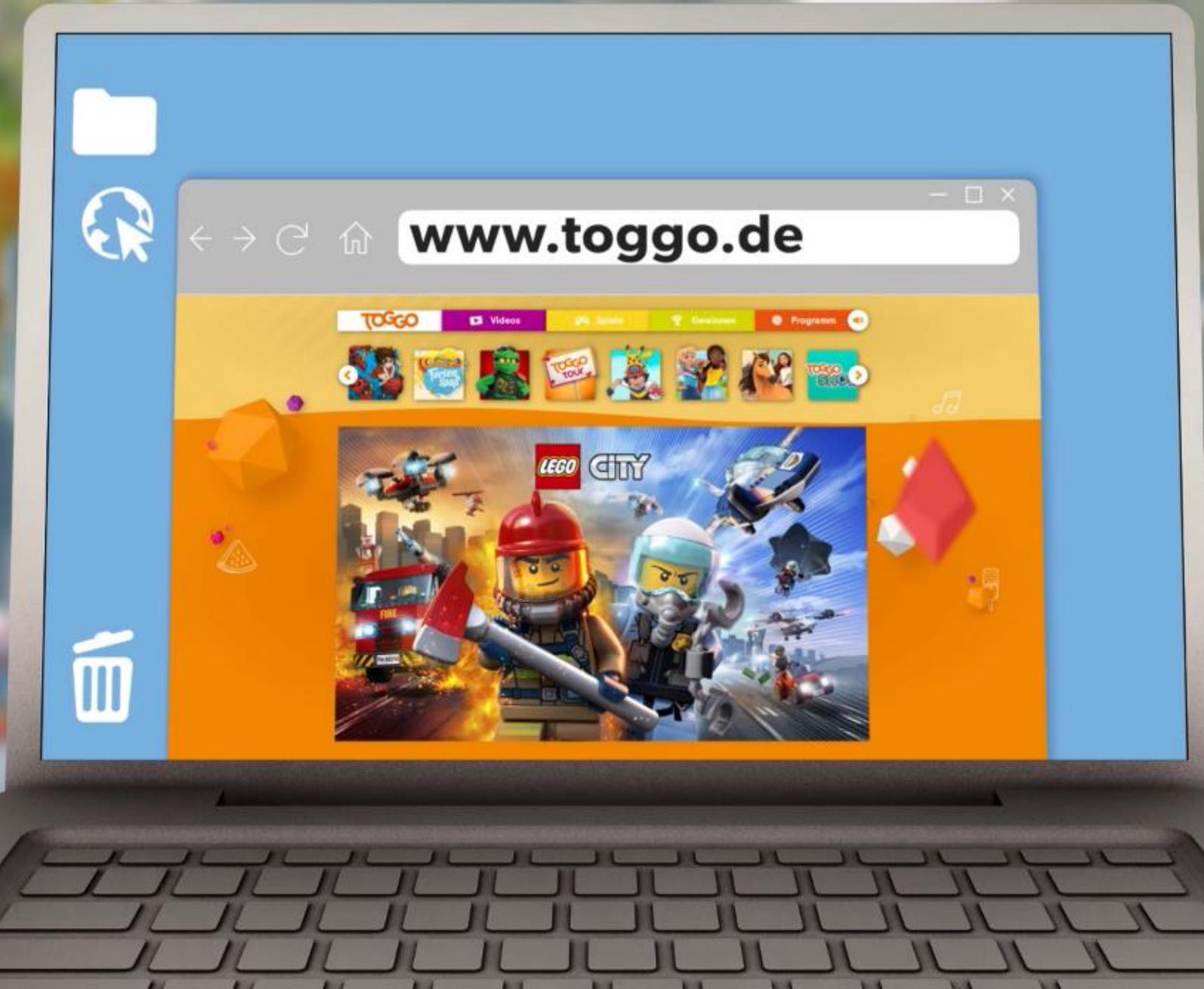
# Spiele-App wird gut erklärt

- Bildebene geht vor Ton- und Textebene
- Icons werden verstanden
- Spiele aktivieren stark und werden ungestützt eher erinnert als die App an sich
- Device wird deutlich
- „kostenlos“ als wichtige Botschaft
- Spielmechanik wird gut erklärt, es könnte aber noch etwas mehr Begeisterung geweckt werden - welche Kompetenzsteigerung erfährt das Kind durch das Spiel?  
Was erlebt es?



toggo.de

Lego City





# Lego-Helden begeistern - Gerätedarstellung schwierig

- Aufmerksamkeitsstarker Einstieg
- Google als den Kindern wohlbekanntes Logo zieht Blicke auf sich, Eingabe der Website gerät in den Hintergrund
- Wenn Gerätekontext klar ist, werden Spiele, die für Smartphones konzipiert sind, als solche auch im Zusammenhang mit einer Website verstanden
- Über-die-Schulter-Blick holt Kinder gut in die Nutzungssituation rein



# Wie wichtig sind Packshots?



Sind auch bei den getesteten Spots mit Digital-Verweis wichtig und wirksam, weil sie den Kindern schnell klar machen, worum es geht.

Sie können aber auch von der eigentlichen Botschaft ablenken, wenn sie zu dominant sind.



# Den Kindern Zeit geben...

...und sich an die kognitiven Fähigkeiten der Kinder anpassen.

- Die Kinder benötigen Zeit, um wahrzunehmen und zu verarbeiten.
- Insbesondere Textinformationen, Codes und Visuals möglichst lange einblenden und auditiv unterstützen (keine Bild-Ton-Scheren).
- Schnelle Schnitte vermeiden
- Längere Spots sind von Vorteil



*App Icons lange stehen lassen  
und keine davon ablenkende  
Grafik verwenden*



*Fokus auf das App Icon, um das  
es im Spot geht*

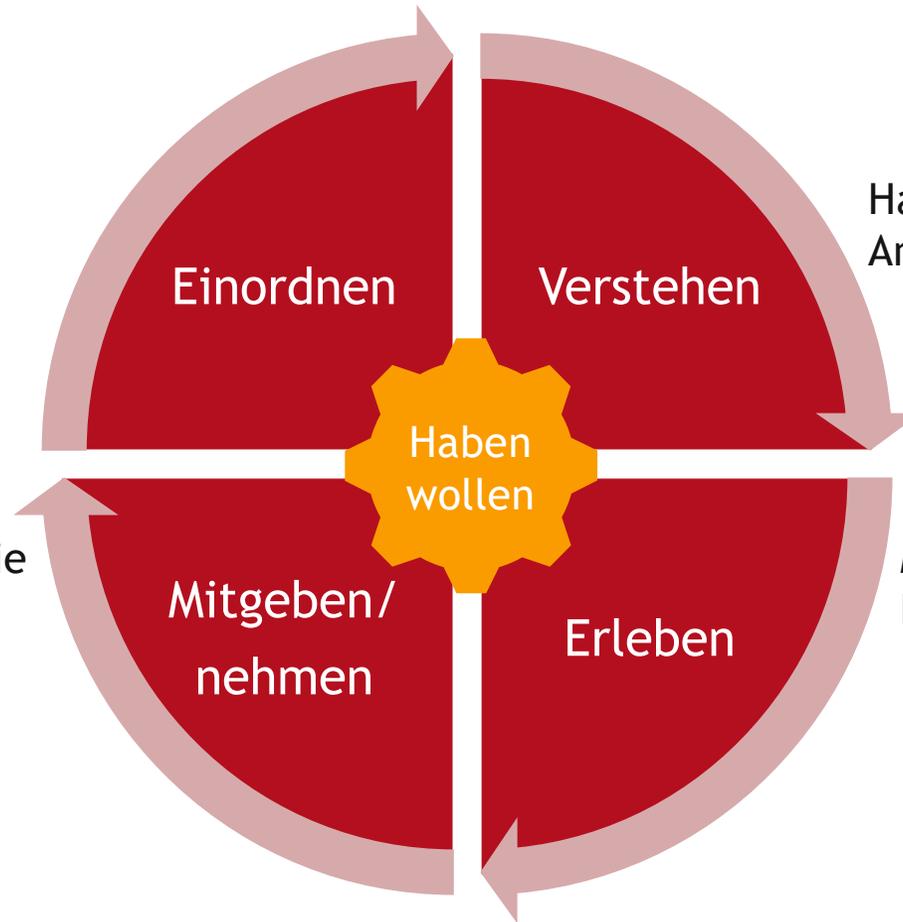


*„Ganze Folgen“ und „kurze  
Clips“ werden von den  
Kindern nicht gelesen*

# Spots für Digitalprodukte müssen ein klares Ziel haben

Passt das Produkt zum Kind?  
Passt es zur kindlichen  
Lebenswelt?

Eindeutige Codes vermitteln, die  
der Anschlusskommunikation  
dienen



Handlungsanleitung: Gerät und  
Anwendung gut erklären

Mehrwert mitgeben: Was hat das  
Kind von dem Produkt?