

Kinderseiten im Internet – „gläserne Kids“?

Dass Kinder eine wichtige Zielgruppe für Werbung sind, bestreitet niemand und auch nicht, dass es legitim ist, sich mit Werbung an Kinder zu wenden. Kinder verfügen über Taschengeld, sie nehmen Einfluss auf das Konsumverhalten ihrer Eltern und – das vor allem – sind die Käuferkraft von morgen. Gelingt es, Jungen und Mädchen bereits im Kindesalter auf bestimmte Produkte bzw. Marken zu „prägen“, besteht Aussicht auf langjährige treue Gefolgschaft. Das alles ist nicht zu kritisieren – nicht nur unsere Wirtschaft, sondern unser Gemeinleben profitiert davon, dass Geld ausgegeben wird. Und ob ein Kind aufgrund erfolgreicher Werbung die einen oder anderen Turnschuhe trägt oder dies oder jenes bevorzugt, ist eigentlich egal, solange die Dinge nicht aus ethischen, pädagogischen oder gesundheitsrelevanten Gründen problematisch sind. Einige Werbeschränkungen verhindern ohnehin, dass Kinder in der traditionellen Werbung allzu aggressiv angegangen werden.



Prof. Dr. Karla Etschenberg
Mitglied des AJS-Vorstandes

Nun hat sich aber ein neues Betätigungsfeld für Wirtschaftsunternehmen und die Werbebranche aufgetan: der Kinder- und Jugendschutz im Internet. Klingt paradox, aber es ist so: Wie Pilze aus dem Waldboden entfalten sich „kindgerechte“ Seiten im Internetangebot – fast täglich werden es mehr. Es sind Seiten, die garantiert keine jugendgefährdenden oder entwicklungsbeeinträchtigenden Inhalte haben, sie sind frei von Pornografie und Gewalt. Es sind Internetadressen, nach denen sich Eltern (und auch Großeltern) und viele Erzieher/-innen und Lehrer/-innen sehnen, weil da die Kinder gefahrlos surfen können. Es sind Seiten wie www.blinde-kuh.de, kidsville.de, www.toggo.de, wasistwas.de, regieren-kapieren.de, rossipotti.de usw. usw. Eine Liste solcher Adressen findet man bei klick-tipps.net. Aufrufbar sind sie bei fragfinn.de, einem „Netz für Kinder“, in dem (im Sinne einer „Positivliste“) nur geprüfte kindgerechte Seiten angeboten werden.

Schaut man sich die Adressen ein wenig näher an, dann fällt auf, dass sie z.T. mehr oder weniger verdeckt Plattformen für Werbung sind. Es gibt zwar die Vorschrift, dass Werbung als solche gekennzeichnet sein muss, und so findet man durchaus bei toggo.de in winziger Schrift an vielen Bildern, die man wahlweise anklicken kann, das Wort „Anzeige“ oder „Werbung“, so dass man (Kinder

auch?) zumindest theoretisch weiß, was einen erwartet, aber ...

Mitunter überfällt einen die Werbung bereits beim Einstieg in die Adresse, weil Popups durchs Bild segeln (z.B. bei Seiten von wasistwas.de im Juni 2009 für Mc Donalds oder für den Film ICE AGE 3) oder weil ein bewegtes Plakat mitten im Text platziert ist, so dass man auf dem Bildschirm erst einmal fast nur Werbung sieht (z.B. bei helles-köpfchen.de am 29.10.09 für Nintendo Style Boutique mit Verlinkung zu Nintendo allgemein). Auch für das Buch „Bruno mit den grünen Haaren“ von Ben Becker (Rowohlt-Verlag) wurde im Oktober in dieser Form auf Kinderseiten geworben.

Auch folgende Spielart überrascht den ahnungslosen Nutzer: Klickt man versehentlich oder weil man das Kreuzchen fürs Wegklicken der Werbung sucht auf das Werbebild (z.B. von der Deutschen Bahn am 30.10.09 auf der Seite mit den Halloween-Rezepten von hellesköpfchen.de), dann öffnet sich das Fenster mit der Werbung, sie wird nahezu bildschirmfüllend und beschäftigt den Nutzer u.a. mit Werbevideos. Dass der Nutzer eigentlich Halloween-Rezepte lesen wollte, interessiert die Anbieter offenbar überhaupt nicht. Und welche Auswirkungen das auf die Aufmerksamkeit und Konzentration eines Kindes beim Suchen nach Informationen haben kann, wohl auch nicht.

Ganz ohne „Warnung“ vor Werbung kommen auch „kindgerechte“ Seiten aus, in denen die Werbung versteckt ist z.B. bei Sportlern wie Birgit Prinz, auf die der Surftipp des Tages bei fragfinn.de am 6.9.09 hinwies und bei der man dann nicht nur zahlreiche Reklamebilder, sondern auch ein Werbevideo der Firma Nike sah. Beim Anklicken der Seite über die Marathonläuferin Claudia Dreher am 2.11.09 wurden zwei Werbevideos über den Club Aldiana geboten.

Schiere Eigenwerbung steckt hinter manchen anderen (als Kinderseiten bei fragfinn.de gelisteten) Angeboten, so z.B. von „frankundseinefreunde.de“ (29.10.09) mit Hinweisen auf Produkte und Angebote von Frank Acker (Musikverlag Famos). Auch der Tipp vom 3.11.09, die Seite von „Ahoj Brause“ aufzurufen, führte nur zu Informationen über die Firma Frigeo.

Eine andere Form der Werbung, die nicht als solche sofort zu erkennen ist, sind Kinderseiten von Firmen, deren Logo ständig präsent ist bzw.

die die Kinderseite u.a. auch für Eigenwerbung nutzen, z.B. wasistwas.de des Tessloff-Verlages, der diese Seiten (auch) dazu nutzt, Kinder ausdrücklich zum Erwerb bestimmter Verlagsprodukte zu animieren. Die Kinderseite kidstation.de ist ein Angebot von BP und Aral. Die Seite autokids.de ist eine Seite des Autoherstellers Skoda. Die Seite zzzebra.de wird von der Firma Labbé (Schwerpunkt: Bastelbedarf) ins Netz gestellt. Auch wenn diese Adressen vorab keinen Hinweis auf die Firmen und die Produkte geben, die dahinter stehen, erfährt man zumindest im Text und im Impressum unumwunden, wer hier das Sagen hat, so dass man genau weiß, dass man (wissen Kinder das auch?) auch mit Werbung zu rechnen hat.

Wie aber ist es bei Kinderseiten wie z.B. „helles-köpfchen.de“ oder „kindercampus.de“? Hier erfährt man im Impressum nur, dass Agenturen dahinter stehen. kindercampus.de wird z.B. ins Netz gestellt von der Agentur cobra youth communications in Berlin, die ihr Leistungsangebot u.a. so darstellt: „Print-, Plakat-, TV-, Online – und Guerilla-Kampagnen sowie medienübergreifende Kundenbindungssysteme; maßgeschneiderte PR-Konzepte in allen relevanten Kinder-, Jugend- und Multiplikatorenmedien, klassisch wie Guerilla“. Also volles Programm bei der Zielgruppe „Kinder“!

Wer aber bezahlt die Agenturen für die Seiten, die sie als „kindgerechte“ Seiten anbieten und die z.T. auch mit öffentlichen Geldern gefördert werden? Es sollte nachdenklich stimmen, dass „kindercampus.de“ bereits auf der Startseite den Hinweis „Anzeige“ gibt. Mir ist z.B. aufgefallen, dass es bei kindercampus.de Seiten gibt, die die Rapper Bushido (17.8.2009) und die Gruppe Frauenarzt (14.9.09) vorstellen – Musiker, deren Songs zum großen Teil indiziert sind und deren aktuelle „Berühmtheit“ vor allem auf ihren problematischen Texten vergangener Jahre beruht. Wer initiiert die Inhalte und bezahlt das (für Kinder)?

Und dann die Cookies: Jeder Aufruf einer Kinderseite wird registriert! Wer Firefox als Zugang nutzt, kann die gesetzten Cookies leicht (unter Extras/Einstellungen) verfolgen. So „erwirbt“ man beim Anklicken der „Spieleseite“ CosmoExpress von t-online am 4.11.09 gleich sechs Cookies. Was ein Cookie ist und was z.B. so „geheimnisvolle“ Cookies wie „doubleclick.net“ oder „etracker.de“ bedeuten, kann jeder im Internet nachlesen.

Cookies enthalten einen eindeutigen Identifizierer. Es gibt temporäre Cookies und permanente Cookies. Permanente Cookies dienen dazu, einen Benutzer nicht nur während einer

Sitzung, sondern bei einem wiederholten Besuch einer Webseite eindeutig zu identifizieren. Mit dieser Technik kann z.B. ein Profil über Surf-gewohnheiten des Anwenders erstellt werden.

Fragfinn.de selber setzt zu Beginn temporäre Cookies. Unklar ist, was geschieht, wenn man sich durch die angebotenen Adressen klickt.

Brisanter ist: Außer den normalen Cookies gibt es noch die sogenannten Flash-Cookies. „Flash-Cookies oder Local Shared Objects (LSO) stellen eine Art der Speicherung von Benutzerdaten auf dem surfenden PC durch Nutzung des Adobe Flash Players dar.“ (<http://de.wikipedia.org/wiki/Flash-Cookie>) „Der Flash-Player legt seine Textdatei in einem eigenen Verzeichnis in den Anwendungsdaten des Systems ab. Hier werden die Flash-Cookies weder von den Löschmethoden des Browsers noch von den meisten Drittanwendungen gefunden und somit auch nicht gelöscht.“ (<http://www.drweb.de/magazin/flash-cookies-tricksen-cookie-loscher-aus/>)

Die Flash-Cookies sind eine Reaktion der Werbeindustrie auf die Tatsache, dass immer mehr Benutzer ihre Cookies löschen. Es sind permanente Cookies „durch die Hintertür“, die sogar dazu verwendet werden können, bereits gelöschte Cookies wieder herzustellen. Das Fatale ist, dass kaum jemand etwas über ihre Existenz weiß, obwohl sie bereits – unbemerkt vom Nutzer – sehr viel eingesetzt werden. Auch bei fragfinn.de werden Flash-Cookies verteilt. Die Seite toggo.de von Super RTL setzt z.B. gleich mehrere. Darauf wird der Nutzer nicht hingewiesen.

Nutzerprofile von Tausenden von Kindern – vermittelt von „kindgerechten Seiten“ unter dem Deckmantel des Kinder- und Jugendschutzes! Es gibt übrigens auch „Kinderseiten“, die ohne „geheimnisvolle“ Cookies arbeiten. Das herauszufinden und zu kontrollieren, ist aber mühsam.

Und dann die Sammelei von persönlichen Daten: Ständig werden Gewinnspiele auf Kinderseiten angeboten (z.B. bei toggo.de). Die Teilnahme ist eigentlich nur mit Genehmigung der Eltern legitim, aber diese Genehmigung brauchen Kinder in der Regel nur durch Anklicken der Behauptung, dass die Eltern einverstanden sind, „nachzuweisen“. Unter dem Vorwand, man müsse den Gewinn schließlich an die richtige Adresse schicken, sollen Kinder Namen und volle Postanschrift preisgeben. Die Gewinnspiele spotten z.T. vom Anspruchsniveau her jeder Beschreibung! Man hat den Eindruck: Hier geht es in erster Linie um das Einsammeln von persönlichen Daten! Ginge es wirklich nur um das Zusenden des Preises, würde es völlig genügen, wenn Kinder ihre E-Mail-Adresse angeben. Über diese

könnten sie von dem Gewinn informiert und gebeten werden, die Postanschrift zu nennen (so verfahren auch tatsächlich einige Anbieter von Gewinnspielen auf Kinderseiten).

Heißt nicht ein wichtiger Grundsatz des bei uns gültigen Datenschutzes, dass nur so viele persönliche Daten erhoben werden sollen wie unbedingt nötig/zweckdienlich? Dass die Daten auch an „Kooperationspartner“ weiter gereicht werden, erfährt man in den Geschäftsbedingungen der Gewinnspielanbieter (die sicherlich nicht von Kindern gelesen werden). Dass sogar Gewinnspiele angeboten werden, bei denen Fotos zusammen mit persönlichen Daten eingeschickt werden sollen, ist eigentlich kaum zu glauben... aber wahr (siehe u.a. Gewinnspiel im Sommer/Herbst 09 von Sause-Brause bei toggo.de). Und dann die Clubmitgliedschaften, zu denen die Kinder ständig animiert werden, wenn sie bei einem Angebot weiterkommen wollen...!

Zusammen mit den Cookies ergibt sich der Verdacht: Kinderseiten werden dazu benutzt oder sind dazu benutzbar Kinder auszuspähen.

Irgendwie ratlos steht man der Situation gegenüber, wenn man die Grundsätze liest, die seitens klick-tips bzw. jugendschutz.net bezüglich „guter Kinderseiten“ vertreten werden: „Keine Werbung. Kinder können Werbung von redaktionellen Informationen nur schwer trennen Deshalb enthalten geeignete Kinderseiten möglichst keine Werbung. Wenn doch, ist die Werbung klar als solche gekennzeichnet und stört nicht beim Surfen.“ Und: „Keine persönliche Daten. Kinderseiten sollten nur die nötigsten Daten abfragen. Persönliche Daten wie Adresse, Telefonnummer und Hobbys bleiben geheim. Kinder sollten sich nicht bei Angeboten mit Adressabfrage beteiligen.“ (klick-tips.net, 1.6.2009).

Diese Grundsätze schaffen Vertrauen bei Eltern (und Großeltern), Erzieher/-innen und Lehrer/-innen – ist dieses Vertrauen gerechtfertigt?

Fragfinn nimmt eine Schlüsselposition ein: Wenn es dem Anbieter einer Seite gelingt, in den abgegrenzten Raum von fragfinn.de aufgenommen zu werden – darüber entscheidet ein Redaktionsteam bei der FSM (= Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter e.V.) – , dann hat er

- a) die exklusive Chance gegenüber anderen Anbietern, mit hoher Wahrscheinlichkeit Kinder mit seiner Werbung (egal in welcher Form) zu erreichen und
- b) Nutzerprofile und Daten von unzähligen Kindern einzusammeln.

Dass es hier auch zu Wettbewerbsverzerrungen kommen kann, ist nicht auszuschließen.

Halt! werden Kenner/-innen von fragfinn.de jetzt sagen – man darf das System ja nur

beurteilen, wenn man die zugehörige Kinderschutzsoftware KSS der Fa. Cybits auf dem Computer hat und aktiviert. Dann wird das Problem der Werbung reduziert. Das stimmt, aber das Eliminieren von Werbung (z.B. von Popups und Videos) gelingt nur teilweise und oft um den Preis, dass das Laden von Seiten – je nach „Alter“ des Rechners – deutlich verlangsamt wird. Das demotiviert, diese Software überhaupt zu benutzen. Cookies werden auch bei abgeblockter Werbung gesetzt.

Nun ist im Koalitionsvertrag 2009 (S. 72/73) zwischen CDU, CSU und FDP die Förderung von „Frag Finn“ festgeschrieben worden – ob alle Beteiligten wussten/wissen, welche Konsequenzen das bezüglich „gläserner Kids“ haben kann?

Kindgerechte Seiten als Bollwerk gegen jugendgefährdende und entwicklungsbeeinträchtigende Angebote im Internet – wer könnte da Bedenken haben? Aber selektive und exklusive Zulassung von „kindgerechten“ Seiten, die mehr oder weniger verdeckt der Werbung und Datensammlung bei Kindern und Jugendlichen dienen – nein danke! Nach meiner Einschätzung wird hier der Kinder- und Jugendschutz im Internet instrumentalisierbar für Zwecke, die mit Jugendschutz nichts zu tun haben.

Sollte das System Eingang in Schulen finden, dann ist auch zu fragen, ob teure Unterrichtszeit für das Anstarren oder Wegklicken von Werbung vertan werden darf, wie die Kultusbehörden diesen Einzug der Werbung in die Klassenzimmer einschätzen bzw. wo sie Grenzen sehen.

Prof. Dr. Karla Etschenberg (Köln)
Vorstand AJSt

Fachliche Beratung: Dr. Barbara Wiesner, Professorin i.R. für Informatik an der Fachhochschule Brandenburg mit dem Schwerpunkt Datensicherheitstechnik.

Vereinsgründung

Mit der Gründung des Vereins „fragFINN e.V.“ soll (Zitat) „der Fortbestand des vor zwei Jahren von namhaften Unternehmen der Internet-, Telekommunikations- und Medienbranche Projekts 'fragFINN' auf Dauer gesichert werden“, so die Mitteilung in der Presse vom 26.11.09. Zum Vorsitzenden ist der Super-RTL-Geschäftsführer Claude Schmitt gewählt worden. Die Vereinsmitglieder, wie aol, Telekom, web.de, Microsoft, gmx, google, Tessloff Verlag etc., sind identisch mit den Mitgliedsunternehmen der FSM (Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter), unter deren Dach frag.FINN vor zwei Jahren gestartet ist.