Foto: EoA / metha1819, santapong ridipraset, Quick Shot, Patryk Kosmider

Augmented und Virtual Reality sind auch im Leben von Kids und Teens angekommen

Zielgruppe Kinder

Das digitale Kinderzimmer

Teddys, CDs, Gesellschaftsspiele – das fand man noch vor wenigen Jahren in einem typischen Kinderzimmer. Aber wie sieht der Rückzugsraum der jungen Generation im Jahr 2017 aus? So schnell, wie sich Trends bei Kids und Teens verändern, so blitzschnell muss auch das Kinder- und Jugendmarketing reagieren. Wie sehen die aktuellen Entwicklungen aus?

Von: Daria Grevel, Geschäftsleitung von Elements of Art (EoA), einer Kreativagentur für Kinder-, Jugend- und Familienmarketing mit Sitz in Mönchengladbach, und EoA-Redakteurin Lisa-Maria Stier

Fast 40 Minuten am Tag – die sechs- bis siebenjährigen Kids sind mittlerweile im Durchschnitt bereits dreimal so lange online wie noch vor drei Jahren. Und womit verbringen sie ihre Zeit in den virtuellen Welten? Abhängig vom Alter nehmen Kinder und Jugendliche die Möglichkeiten des World Wide Web unterschiedlich wahr. Sowohl jüngere Kinder ab sechs Jahren als auch Teenager schauen gerne Filme und Serien oder spielen Games. Die Älteren nutzen das Netz darüber hinaus allerdings deutlich vielseitiger: Sie recherchieren beispielsweise für die Schule oder hören Musik. Mit etwa zehn Jahren tummeln sich Kids dann auch in sozialen Netzwerken und machen langsam die Welt von WhatsApp, Facebook, Instagram und Co. unsicher: Sie tippen sich die Finger im Klassenchat wund, bearbeiten mit dem neuesten Filter ihre Profilbilder oder verschicken Sprachnachrichten an die BFF ('Best Friends Forever').

Insbesondere die Bedeutung mobiler Geräte wächst stetig – für Kids, Teens und somit auch für Marken: Die Tablet-Nutzung der Jüngsten (sechs bis neun Jahre) ist deutlich gestiegen, im Alter von zehn Jahren hat die Mehrheit der Kinder bereits ein eigenes Smartphone.

Was macht das Smartphone so beliebt – außer, dass es besonders handlich ist? Als Allrounder vereint es die verschiedensten Funktionen, die die Heranwachsenden tatsächlich ausgiebig nutzen: Telefon, MP3-Player, Versenden von Nachrichten, Fotoapparat, Tor zum Web – ja, auch 2017 telefonieren die Zehn- bis 18-Jährigen noch mit dem Smartphone! Es hat sogar den Dauerbrenner Fernseher in der Gerätepräferenz der über Zwölfjährigen mittlerweile von der Spitze verdrängt. Bei den Jüngeren steht die Flimmerkiste nach wie vor ganz oben auf der Beliebtheitsskala – was nicht zuletzt daran liegt, dass die meisten Kids unter zehn kein Smartphone besitzen und nur ein Teil eines nutzen darf.

Auch wenn der Fernseher insgesamt gesehen seinen Platz als beliebtestes Gerät einbüßen musste, spielt er dennoch eine wichtige Rolle im Leben der Kinder und

Traumberuf YouTuber ist bei der jungen Generation weit verbreitet

Foto: Nichizhenova Elena - fotolia

Jugendlichen: Ungefähr drei Viertel schauen immer noch zumindest einmal täglich in die Röhre. Kostenlose Videoplattformen sorgen bei Kids und Teens dennoch für leuchtende Augen: Sie werden mittlerweile von einem relativ großen Teil der Jüngeren (ab sechs) und fast allen Älteren (bis 19) genutzt.

Traumberuf: YouTuber

YouTube, WhatsApp, Netflix: Gilt für die junge Generation heute immer digital vor analog? Die Digitalisierung schreitet voran, die Bedürfnisse haben sich gewandelt: Mittlerweile reden Kids und Teens auf dem Schulhof eben über den neuesten Clip ihres Lieblings-YouTubers oder über ein cooles neues Game. Aber das heißt nicht automatisch, dass analoge Inhalte abgemeldet sind. In Kinderzimmern findet man natürlich auch heute noch Stofftiere oder Gesellschaftsspiele. Gedruckte Bücher sind zum Beispiel nach wie vor beliebter als E-Books. Kassettenrecorder sowie CD-Player stehen bei Vorschulkindern immer noch hoch im Kurs – auch wenn sich Streaming-Dienste und Videoplattformen wie YouTube insgesamt steigender Beliebtheit erfreuen.

Fragt man Zehn- bis 18-Jährige nach ihren Idolen und Traumberufen, so tauchen folglich auf einmal YouTuber weit oben in der Hitliste auf. Denn YouTuber scheinen greifbar, sind wie Kumpels von nebenan und geben den Kids und Teens einen Einblick in ihre Welt. Sie wirken auf die junge Zielgruppe oftmals nicht so abgehoben und fern wie das nächste große Ding aus den USA. Das erklärt zumindest zum Teil den aktuellen Erfolg von Influencer-Marketing: Die Meinungsmacher gelten bei Teens ab 14 als drittglaubwürdigste Quelle, wenn es um Produktinfos geht – direkt nach Empfehlungen von Freunden und Produktbewertungen. Influencer sind heute oft YouTube-Stars und somit schon fast wie der gute, alte Kumpel oder die Freundin von nebenan, der oder die einem z.B. ein Kosmetikprodukt aus persönlicher Erfahrung empfiehlt.

Onlinezeit der sechs- bis siebenjährigen Kids im Durchschnitt

40 Minuten

Foto: EoA

Lisa-Maria Stier, Redakteurin bei Elements of Art, im Selfie

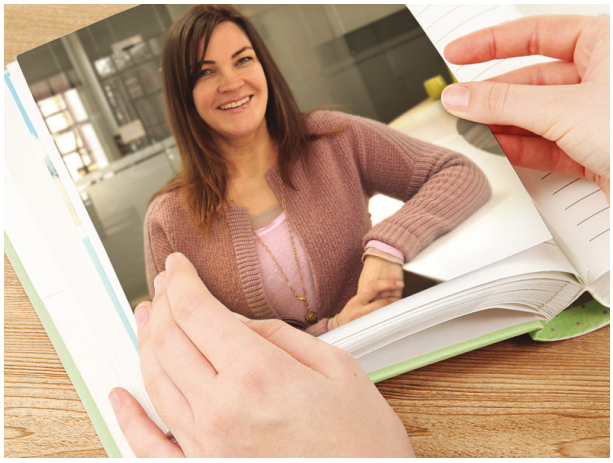

Foto: EoA

Daria Grevel, Geschäftsleitung von Elements of Art (EoA), im Fotoalbum

Foto: bht2000 - fotolia

Die neuen smarten Sprachassistenten sind langsam aber sicher auch auf dem Vormarsch ins Kinderzimmer

Let's play – together?

Wer denkt, Verabredungen zum Spielen gehen nur persönlich, der kennt die Welt der Online-Games noch nicht. Hier muss man sich nicht am gleichen Ort befinden, kann aber trotzdem zusammen spielen – oder im 'Let's Play' jemanden beim Spielen beobachten bzw. seine eigenen Gaming-Künste zur Schau stellen. Doch auch wenn die Anzahl der Kids und Teens, die sich mindestens mehrmals wöchentlich für Freizeitaktivitäten im 'real Life' treffen, leicht zurückgeht, bleiben das persönliche Treffen und gemeinsame Unternehmungen mit Freunden immer noch unter den wichtigsten Freizeitbeschäftigungen. Fest steht also: Die Gestaltung der verbrachten Zeit mit den Liebsten hat sich zwar verändert, nimmt aber nach wie vor einen hohen Stellenwert ein.

VR & AR – Realität im Wandel

Der Erfolg von Pokémon Go hat es gezeigt: Augmented und Virtual Reality sind auch im Leben von Kids und Teens angekommen. Denn nicht nur langjährige Fans haben sich durch die App gemeinsam auf Monster-Jagd begeben, sondern auch neue, junge Fans sind dazu gestoßen. Der Enthusiasmus ist dabei nicht zuletzt auf die Technik und somit die Illusion zurückzuführen, die Pokémon seien Teil der realen Welt geworden: Die Faszination für das Virtuelle, das sich mit dem Realen vermischt – das ist nun auf einem Bildschirm visualisierbar und findet nicht länger nur in der regen Fantasie der Kinderköpfe statt.

Siri, Alexa und Cortana – die neuen Helfer

Das Fortschreiten des Digitalen manifestiert sich darüber hinaus in den neuen smarten Sprachassistenten, die langsam aber sicher auch auf dem Vormarsch ins Kinderzimmer sind. Sie sollen das Leben vereinfachen und Antworten auf die Fragen ihrer User liefern – in Form einer gesprochenen, scheinbar persönlichen Kommunikation, als ob man einfach ein Familienmitglied oder den besten Freund fragen würde. Seit kurzem können sich Kids beispielsweise das Toggo TV-Programm von Amazons Alexa vorlesen lassen – ein erheblicher Vorteil vor allem für Kinder, die noch nicht lesen können. Natürlich geht das Ganze ebenfalls mobil: Ist die App einmal auf dem Smartphone installiert, können Sendetermine, Episodentitel und Vorschaubilder abgerufen werden.

Fazit: zwischen virtuell und real

Die Digitalisierung schreitet voran, allerdings befinden wir uns zurzeit in einer Zwischenphase – nicht zuletzt deshalb, weil es keine Generation von Eltern zu geben scheint, die ausschließlich digitale Medieninhalte nutzt und an ihre Kinder weitergibt. Es ist also keine Frage von entweder/oder, von virtuell oder real, sondern: Es geht darum, up to date zu bleiben. Das Spannende am Kinder- und Jugendmarketing ist, dass es sich stets verändert, es immer neue Herausforderungen gibt und man immer auf dem neuesten Stand bleiben muss, wenn man die junge Zielgruppe erreichen will. Das gilt für die Popularität verschiedener Medien und Kanäle sowie für die Ansprache unterschiedlicher Zielgruppen: Natürlich ist nicht jede Marketingmaßnahme oder jeder Content für alle Kanäle und jede Zielgruppe gleich gut geeignet. Marken müssen ganz genau prüfen, was zum Beispiel in welcher Altersstufe aktuell angesagt ist und was in welchem sozialen Netzwerk funktioniert – oder eben auch nicht. Die Kids schweben heute eben zwischen Teddy und Tablet, zwischen analog und digital und damit letztlich zwischen virtuell und real.

> *Das Smartphone hat den Dauerbrenner Fernseher in der Gerätepräferenz der über Zwölfjährigen mittlerweile von der Spitze verdrängt.*

Quellen: 'Trend Tracking Kids® 2017' von iconkids & youth; 'Kinder und Jugend in der digitalen Welt 2017' von bitkom; 'Bedeutung von Influencer Marketing in Deutschland 2017' von Influry und Goldmedia