

Die beliebtesten YouTuber/innen bei Volksschulkindern – wer beeinflusst eigentlich unsere Kinder?

Die Videoplattform *YouTube* ist besonders unter Volksschulkindern sehr beliebt und hat das klassische Fernsehen weitgehend abgelöst – auch, wenn sich die breite Auswahl an Videos in nur wenige Genres gliedert. Unter diesen lässt sich schnell eine Handvoll beliebter YouTuber/innen ausmachen, die unsere Jüngsten besonders begeistern. Nachfolgend werden die sieben bei Kindern populärsten deutschsprachigen *YouTube*-Kanäle vorgestellt und verdeutlicht, welche Herausforderungen diese für Volksschulkinder mit sich bringen.

1. BibisBeautyPalace (www.youtube.com/user/BibisBeautyPalace)

Beauty-Videos macht Bibi längst nicht mehr – auch wenn der Name noch darauf schließen lässt. Die erfolgreichste deutsche YouTuberin macht vor allem Comedy und vermarktet nebenbei nicht nur den Kanal ihres Freundes Julienco, sondern auch ihre eigene Marke „bilou“ – Bibi loves you! Die Inhalte der Videos sind vielfältig: Mal geht es um „Challenges“, mal um Jungs oder andere Themen, die vor allem Jugendliche ansprechen. Während ihr Kanal früher vor allem bei den Mädels sehr beliebt war, ist er seit dem Genre-Wechsel auch bei Jungs immer angesagter. Bibi wurde vom Manager Magazin zu den 100 einflussreichsten deutschen Frauen 2017 gewählt.

Herausforderung für Kinder: Bibi zielt mit der Vermarktung ihrer eigenen Produkte, die oft nur in Deutschland oder für kurze Zeit verfügbar sind, auf die Sammelleidenschaft der Kinder ab – gibt es ein neues Produkt, muss dieses sofort (!) erstanden werden.

2. Julien Bam (www.youtube.com/user/JulienBam)

Die Videos von Julien Bam haben in erster Linie Musik, Tanz und Comedy zum Inhalt. Manchmal tritt er auch gemeinsam mit anderen YouTuber/innen auf – zum Beispiel mit der „#Pyjamagang“ oder mit seiner mindestens gleich verrückten Mutter aus Singapur.

Herausforderung für Volksschulkinder: Für jüngere Kinder ist es oft schwer, die Zitate und Inhalte, die Julien in seinen Videos präsentiert, zu verstehen – denn nicht selten handelt es sich dabei um Parodien anderer Musikstücke oder Videos. Auch kommen häufig Schimpfworte vor, die nicht „ausgepiept“ werden.

3. Chaosflo44 (www.youtube.com/user/Chaosflo44)

Der Österreicher Chaosflo44 veröffentlicht Videos zum Spiel *Minecraft* – ohne großen technischen Aufwand, direkt von seinem Kinderzimmer aus. Seine Videos haben meist eine eigene Geschichte und sind auf alle Fälle mit viel Humor angereichert. Wegen YouTuber/innen wie Chaosflo44 hegen viele Kinder den Berufswunsch „YouTuber“: Denn er macht das, was ihm Spaß macht und verdient damit so viel Geld, dass er davon leben kann. Perfekt – aus Sicht der Kinder!

Herausforderungen für Eltern und Kinder: Aus der Perspektive der Eltern ist Chaosflo44 sicherlich sehr nervig, da er seine Spieltätigkeiten mit aufgebracht Stimme, beinahe brüllend

kommentiert. Zudem verführt sein Fanshop zum Kauf von Kleidungsstücken, die meist nur für kurze Zeit verfügbar sind und daher unbedingt sofort erstanden werden „müssen“.

4. ViktoriaSarina (www.youtube.com/user/ViktoriaSarina)

„Hallo ihr Lieben!“ – die beiden Grazerinnen Viktoria und Sarina sprühen nur so vor guter Laune. Kein Wunder, schließlich bilden sie zusammen das wichtigste YouTuberinnen-Duo Österreichs, das sich primär auf Beauty-Produkt-Tests spezialisiert hat.

Herausforderung für Kinder: Bei der Vielzahl an Produkten, die die beiden vorstellen – darunter nicht nur Schminke und Co., sondern auch Spielsachen, Schulsachen etc. – verschwimmen Werbung und bloße Information: Vor allem Kinder können kaum erkennen, welche Produkte die beiden kommerziell bewerben (sprich: wofür sie Geld verdienen) und welche sie tatsächlich aus persönlicher Begeisterung ins Bild rücken.

5. Dagi Bee (www.youtube.com/user/Dagibeee)

Entweder man liebt oder hasst sie – die Meinung der Kinder zur deutschsprachigen YouTuberin Dagi Bee ist zwiesgespalten. Dennoch ist die Beauty-Bloggerin bereits seit vielen Jahren eine wichtige Konstante für die Kids: Neben „Life Hacks“ und Beauty-Tipps produziert sie zunehmend auch Comedy und „Pranks“ (= Streiche). Ihre Videos erstellt Dagi Bee gemeinsam mit ihrem Verlobten, der hinter der Kamera steht und manchmal auch als Regisseur fungiert. Auch sie hat ihren eigenen Shop – die Produkte werden jedoch in der Regel deutlich gekennzeichnet.

Herausforderung für Kinder: Nicht alle ihrer Inhalte sind für Volksschulkinder verständlich und geeignet.

6. Die Lochis (www.youtube.com/user/DieLochis)

Die Zwillingbrüder machen seit vielen Jahren Musikvideos – zunächst zu bekannten Chart-Hits und nun auch zu eigenen Songs, wofür sie neben einer riesigen Fangemeinde auch zahlreiche Auszeichnungen angesammelt haben. In den letzten Jahren hat das Duo seine Inhalte auf Comedy, Challenges etc. ausgeweitet.

Herausforderung für Kinder: Die Lochis werben in ihren Videos für zahlreiche Kleidungsmarken und eine Automarke. In ihrem eigenen Shop verkaufen sie neben Konzertkarten auch viele Merchandising-Artikel zu den Lochis.

7. Lisa und Lena ([www.youtube.com @Lisa & Lena Official](https://www.youtube.com/@Lisa%20%26%20Lena%20Official), www.musical.ly/de/@lisaandlena)

Lisa und Lena sind Zwillingsschwestern aus Deutschland. Sie wurden anfänglich nicht über *YouTube*, sondern durch ihre Playback-Videos auf den Apps *Musical.ly* und *Instagram* berühmt. „Not my Fault“ ist ihr erster eigener Song. *YouTube* nutzen sie vor allem, um sich selbst und ihren Merchandising-Shop zu promoten.

Herausforderung für Kinder: Als erfolgreiche Web-Influencerinnen verdienen sie bereits viel Geld – Gerüchten zufolge sollen sie allerdings mit 15 Jahren die Schule abgebrochen haben, was natürlich nicht unbedingt eine gute Vorbildwirkung auf Kinder hat.

Beliebte Genres auf YouTube:

Die Inhalte der bei österreichischen Kindern besonders beliebten YouTube-Kanäle lassen sich im Wesentlichen auf drei Arten herunterbrechen:

1. **Let's-Play-Videos:** Computerspieler/innen stellen aktiv Spiele vor oder lassen sich (mehr oder weniger) unkommentiert beim Spielen „über die Schulter blicken“.
2. **Comedys/Pranks:** Bekannte Personen stellen auf humoristische Weise Produkte vor oder führen andere Personen aufs „Glatteis“. Charakteristisch für solche Videos ist der Stream direkt vom Bett oder dem Sofa aus.
3. **Musik-Videos:** eigene Musik oder Coverversionen anderer bekannter Künstler, meist sehr aufwändig gestaltet.

Herausforderungen für Kinder im Überblick:

Überfordernde Inhalte: Viele der YouTuber/innen sind heute Mitte zwanzig und längst dem Alter ihrer Zielgruppe entwachsen. Daher kann es immer wieder vorkommen, dass Inhalte produziert werden, mit denen jüngere Kinder wenig anfangen können oder welche für sie sogar verstörend sind – z. B. sexuelle oder angsteinflößende Inhalte. Vor allem letzteres kann dazu führen, dass Kinder nachhaltig verunsichert werden, sich aber aus Angst vor Verboten nicht trauen, ihre Eltern hinzuzuziehen. Auch wenn YouTuber/innen solche Inhalte meist parodistisch aufgreifen, kann das vor allem jüngere Kinder verunsichern – nicht selten wenden sie sich dann an andere Kinder (die ebenfalls Angst bekommen) oder recherchieren selbstständig im Internet weiter (z.B. nach Begriffen wie „Killer-Clown“), was die Ängste oft noch verstärkt.

Verführerische Shops: So gut wie alle der vorgestellten Personen betreiben einen „Merch-Shop“, in dem sie ihre eigenen Merchandising-Produkte vertreiben. Diese können von Kleidungsstücken über Geschirr bis hin zu Spielzeug alles umfassen. Oft werden Stücke angeboten, die es nur in limitierter Auflage oder für beschränkte Zeit gibt, womit auf die Sammelleidenschaft der Kinder abgezielt wird. Die Kleidungsstücke sind vor allem deshalb reizvoll, weil sie von den YouTuber/innen selbst in den Videos getragen werden. Manche der YouTuber/innen haben auch eigene Marken (Beauty, Kosmetik, ...), die in den Videos beworben werden.

Versteckte Produktplatzierung: So gut wie alle größeren YouTuber/innen betreiben Produktplatzierung: Bei den eigenen – im Shop vertriebenen Kleidungsstücken oder Produkten – ist dies für Kinder oft noch einfach zu erkennen. Bei anderen Produkten braucht es Zusatzwissen, um Werbung bzw. Produktplatzierung als solche zu erkennen. Zum Beispiel, wenn im Hintergrund eines Videos bestimmte Autos oder Körperpflegeprodukte zu sehen sind.

Tipp: Bei den großen Kanälen findet sich in der Regel in den „erweiterten Beschreibungen“ zu den Videos ein Hinweis dazu, mit wem die Personen einen Vertrag haben.

Nervige Sprache, laute Stimmen: Viele der YouTuber/innen sprechen mit einer aufgeregten, fast schreienden Stimme. Gleichzeitig sprechen sie in einem „YouTube-Deutsch“, damit sie in allen deutschsprachigen Regionen verstanden werden. Das nervt Eltern vor allem als Lärmquelle in der eigenen Wohnung, aber auch, weil Kinder dazu neigen, sich diese Sprechweise durch den vielen YouTube-Konsum selbst anzutrainieren.