



CHALLENGE ACCEPTED: WELCHE CHALLENGES SICH AUF TIKTOK VERBREITEN UND WIE KINDER UND JUGENDLICHE SIE WAHRNEHMEN

Zentrale Ergebnisse von Inhaltsanalyse und Befragung,
Düsseldorf, Februar 2024

Dr. Lara Kobilke & Dr. Antonia Markiewitz

INHALTSVERZEICHNIS

1. EINFÜHRUNG: ZUM PHÄNOMEN TIKTOK-CHALLENGES	03
1.1 NOTWENDIGKEIT EINER AUSEINANDERSETZUNG MIT TIKTOK-CHALLENGES	03
1.2 WAS SIND TIKTOK-CHALLENGES?	03
1.3 WELCHE ARTEN VON TIKTOK-CHALLENGES GIBT ES?	04
2. METHODIK	07
2.1 ZUR INHALTSANALYSE VON VIDEOS RUND UM TIKTOK-CHALLENGES	07
2.2 ZUR BEFRAGUNG VON KINDERN UND JUGENDLICHEN ZU TIKTOK-CHALLENGES	07
3. ERGEBNISSE DER INHALTSANALYSE	09
3.1 ALLGEMEINE MERKMALE VON TIKTOK-CHALLENGES	09
3.2 INHALTLICHE AUSGESTALTUNG VON TIKTOK-CHALLENGES: CHALLENGE IST NICHT GLEICH CHALLENGE	10
3.3 FAZIT	14
4. ERGEBNISSE DER BEFRAGUNG	15
4.1 TIKTOK-NUTZUNG VON KINDERN UND JUGENDLICHEN	15
4.2 TIKTOK-CHALLENGES	19
4.3 FAZIT	23
5. ZUR EINORDNUNG DER ERGEBNISSE: HANDLUNGSEMPFEHLUNG UND AUSBLICK	24

1. EINFÜHRUNG: ZUM PHÄNOMEN TIKTOK-CHALLENGES

1.1 NOTWENDIGKEIT EINER AUSEINANDERSETZUNG MIT TIKTOK-CHALLENGES

TikTok-Challenges sind sehr beliebt bei Kindern und Jugendlichen. Es gibt viele verschiedene Arten von Challenges: Manche Challenges machen einfach Spaß, aber andere können gefährlich sein. Deswegen ist es wichtig zu verstehen, warum Kinder und Jugendliche diese Challenges mögen, wie oft sie sich gefährliche Challenge-Videos anschauen oder selbst daran teilnehmen und wie sie überhaupt auf diese Challenges aufmerksam werden. So können wir besser verstehen, wie wir sie vor gefährlichen Inhalten schützen können, während sie trotzdem Spaß haben und kreativ auf TikTok sein dürfen.

In diesem Bericht wird beleuchtet, welche Arten von Challenges es gibt, wie viel Reichweite sie erhalten und was die jungen Nutzerinnen und Nutzer bewegt, an diesen teilzunehmen. Ebenfalls wird die Rolle der Eltern, Lehrkräfte, traditionellen Medien (wie Zeitung, Radio und Fernsehen) sowie der digitalen Plattformbetreiber diskutiert: Einerseits dabei, die Heranwachsenden überhaupt erst auf neue Challenges aufmerksam zu machen, andererseits auch bei der Verarbeitung von Medieninhalten, mit denen sich die Kinder und Jugendlichen unwohl fühlen. Zuletzt werden Handlungsempfehlungen gegeben, wie man die Heranwachsenden künftig am besten schützen und unterstützen kann.

Ziel dieses Berichts ist es, ein breites Publikum über die Wichtigkeit und mögliche Problemfelder von TikTok-Challenges zu informieren, ohne dabei die positiven Seiten von Challenges aus dem Blick zu verlieren. Junge Nutzer und Nutzerinnen sollen TikTok sicher genießen können. Dazu können Familien, Schulen, aber auch die Plattform selbst beitragen. Deswegen sind die Adressaten und Adressatinnen dieses Berichts Erziehungsverantwortliche, Medienpädagogen und -pädagoginnen, Lehrkräfte und Entscheidungsträger beziehungsweise -trägerinnen.

1.2 WAS SIND TIKTOK-CHALLENGES?

Ein gemeinsames Duett, eine Choreografie zum neuesten Hit, ein lustiger Streich oder extrem scharfe Chips – Challenges kommen in den unterschiedlichsten Formen daher. Ihnen allen gemein ist, dass Challenges eine festgelegte Aktivität umfassen, deren Durchführung in Form von Videos festgehalten wird, die dann auf Social Media Plattformen hochgeladen werden. Im vorliegenden Bericht liegt der Fokus auf TikTok, da diese Plattform unter Kindern und Jugendlichen andere soziale Medien im Nutzungsranking Stück für Stück ablöst¹. Um als Teil einer bestimmten Challenge erkennbar zu sein, benötigen diese Videos ein Wiedererkennungsmerkmal, das die Essenz der Challenge beschreibt und einzigartig für die jeweilige Challenge ist. Das kann beispielsweise der Name der Challenge sein, der dann häufig als Hashtag genutzt wird. Andere Wiedererkennungsmerkmale von Challenges umfassen visuelle (z. B. eine bestimmte Requisite, ein Kostüm) oder auditive Elemente (z. B. ein bestimmtes Lied). Diese Merkmale fördern die Auffindbarkeit, den Zugang und die Verbreitung der Challenge-Videos und somit deren typischen Mitmach-Charakter.

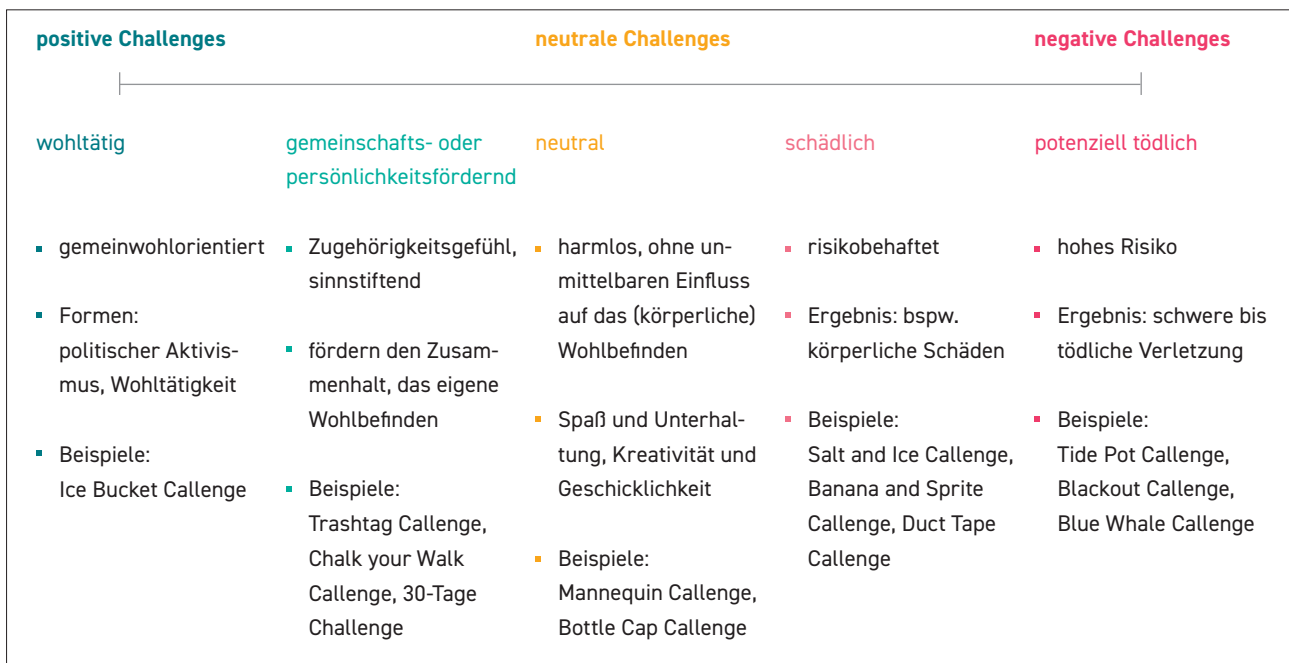
Zudem lassen sich Challenges durch diese einzigartigen Wiedererkennungsmerkmale von anderen Online-Trends abgrenzen, wie beispielsweise dem Risky-Selfie-Taking. Die zugrundeliegenden Motivationen mögen bei Challenges und anderen Online-Trends ähnlich sein; vor allem Spaß und Nervenkitzel sowie die Möglichkeit, die eigenen Fähigkeiten zu präsentieren, spielen hier eine Rolle. Die Grundidee, dass eine bestimmte Aktivität von möglichst vielen Menschen absolviert wird, sowie der teilweise explizite Aufruf zur Teilnahme, sind jedoch spezifische Merkmale von Challenges.

¹ Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2023). *JIM-Studie 2023. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger*. Stuttgart.

1.3 WELCHE ARTEN VON TIKTOK-CHALLENGES GIBT ES?

Es gibt unterschiedliche Versuche, Challenges in Gruppen zusammenzufassen. Die wohl gängigste und praktikabelste ist die Gruppierung von Challenges nach Zweck und Risiko- sowie Gefahrenpotenzial². So lassen sich Challenges auf dem Spektrum von positiv über neutral bis zu negativ einordnen. Positive Challenges verfolgen einen guten Zweck, zum Beispiel durch wohltätige, gemeinschaftsfördernde oder persönlichkeitsfördernde Aktivitäten. Dabei kann es beispielsweise darum gehen, Geld für einen gemeinnützigen Zweck zu sammeln (z. B. **Ice Bucket Challenge**) sowie etwas Gutes für die eigene Nachbarschaft (z. B. **Chalk your Walk Challenge**) oder sich selbst zu tun (z. B. **30-Tage Challenge**). Andererseits gibt es auch eine Reihe von negativen Challenges, die potenziell schädliche und im schlimmsten Fall sogar potenziell tödliche Folgen haben können. Das beinhaltet insbesondere Challenges, die körperliche (z. B. **Salt and Ice Challenge**) oder psychische Schäden (z. B. **Momo Challenge**) nach sich ziehen. Zwischen den beiden Polen können diejenigen Challenges verortet werden, die harmlos sind, aber auch keinen gesellschaftlichen oder persönlichen Mehrwert über den eigenen Spaß hinaus bieten. Dazu zählen beispielsweise Sing-, Tanz- oder andere geschicklichkeitsbasierte Challenges (z. B. **Bottle Cap Challenge**).

Abbildung 1. Spektrum von Challenges und Beispiele



2 vgl. Astorri, E., Clerici, G., Gallo, G., Raina, P., & Pellai, A. (2023). Online extreme challenges putting children at risk: what we know to date. *Minerva pediatrics*, 75(1), 98–109. <https://doi.org/10.23736/S2724-5276.22.06892-6>

BEISPIELE FÜR CHALLENGES, DIE IN DIESEM BERICHT BEHANDELT WERDEN:

ABC Challenge: Bei dieser Challenge gibt das Alphabet vor, was getan werden muss. Zum Beispiel werden Dates verabredet (A – Abendessen bei Kerzenschein, B – Bowling, ...) oder Konversationen geführt, bei denen jeder Satz mit einem anderen Buchstaben des Alphabets beginnt.

30-Tage Challenge: Bei dieser Challenge geht es darum, etwas 30 Tage lang zu tun, um es so zur Gewohnheit werden zu lassen. Das kann beispielsweise eine sportliche Routine oder Geld sparen umfassen, aber auch 30 Tage etwas Nettos für andere zu tun.

Banana and Sprite Challenge: Bei dieser Challenge essen die Teilnehmenden zunächst Bananen und trinken dann schnell bis zu zwei Liter Sprite. Diese Kombination führt zu Magenbeschwerden.

Blackout Challenge: Auch bekannt als das Choking Game, bei dem Teilnehmende sich absichtlich würgen, um einen Rauschzustand zu erleben. Bei Verlust des Bewusstseins können die Teilnehmenden ersticken, auch wenn dies nicht Ziel der Challenge ist.

Blue Whale Challenge: Besteht aus Aufgaben, die den Teilnehmenden über 50 Tage hinweg gestellt werden, und gipfelt in Selbstverletzung oder Selbstmord.

Bottle Cap Challenge: Ziel dieser Geschicklichkeitsherausforderung ist es, den Deckel einer Flasche mit einem präzisen Tritt zu lösen, ohne die Flasche umzuwerfen.

Bored in the house Challenge: Eine kreative Antwort auf Langeweile während der pandemiebedingten Isolation im Jahr 2020. Teilnehmende filmen sich oder ihre Haustiere bei verschiedenen (humorvollen) Aktivitäten zu Hause, um die Zeit zu vertreiben, begleitet vom Lied 'Bored in the House' von Tyga und Curtis Roach.

Chalk your Walk Challenge: Bei dieser Challenge bemalen Teilnehmende Gehwege oder Einfahrten mit bunter Kreidestraßenkunst, um positive Botschaften in ihrer Gemeinschaft zu verbreiten.

Charlie Charlie Challenge: Zwei Bleistifte werden auf einem Blatt Papier mit einem Ja-Nein-Vierfelder-Raster zu einem Kreuz gelegt, um einen Geist namens „Charlie“ zu befragen. Die Teilnehmenden stellen reihum Fragen, und der sich bewegende Bleistift soll die Antworten von „Charlie“ in Form von „Ja“ oder „Nein“ anzeigen.

Deo Challenge: Hierbei geht es darum, sich Deo möglichst lange auf eine Hautstelle oder in den Mund zu sprühen. Hierbei drohen Erfrierungen und Schädigung der Atemwege.

Egg Crack Challenge: Bei dieser Challenge wird einer nichtsahnenden Person in einem unverdächtigen Moment ein Ei auf der Stirn aufgeschlagen. Häufig wird diese Challenge von Eltern an ihren Kindern ausgeführt.

Face Wax Challenge: Hierbei wird heißes Wachs auf das Gesicht aufgetragen, vornehmlich um Haare zu entfernen. Das kann Verbrennungen hervorrufen.

Fairy Flying Challenge: Es wird der Anschein erweckt, als würde die Person im Video schweben. Dies wird durch geschickte Positionierung des Körpers und spezielle Kamerawinkel erreicht, während der Körper eigentlich auf einem Möbelstück liegt.

Filter Challenge: Teilnehmende benutzen spezielle Filter, die ihre Gesichtszüge auf humorvolle Weise verändern oder ihnen Posen vorgeben, die sie nachmachen müssen. Anschließend werden die Reaktionen auf die durch den Filter bewirkten Veränderungen gefilmt.

Hot Chip Challenge: Die Aufgabe besteht darin, sehr scharfe Chips zu verzehren, die das Risiko bergen, die Speiseröhre zu schädigen oder einen Schock hervorzurufen. Diese Chips sind nicht für Kinder geeignet. Nachdem es wiederholt zu Verletzungen bei Kindern kam, hat der Hersteller die Lieferung dieser Chips nach Deutschland mittlerweile eingestellt.

Ice Bucket Challenge: Teilnehmende übergießen sich mit einem Eimer Eiswasser, um das Bewusstsein für die amyotrophe Lateralsklerose (ALS) zu schärfen und Spenden zu sammeln.

Mannequin Challenge: In dieser Challenge verharren die Teilnehmenden wie Schaufensterpuppen regungslos in einer Aktion, während eine bewegliche Kamera sie filmt, oft begleitet vom Lied ‚Black Beatles‘ von Rae Sremmurd.

Momo Challenge: Die Teilnehmenden erhalten Anweisungen von einer Entität namens „Momo“, die ihnen eine Reihe gefährlicher, oft mit Selbstverletzung einhergehender Aufgaben stellt.

Put a Finger Down Challenge: Es werden zehn Fakten oder Aussagen genannt und für jeden Punkt, der auf sie zutrifft, müssen die Teilnehmenden einen Finger senken. Diese Challenge wird vornehmlich genutzt, um humorvolle Inhalte zu teilen, aber auch um Stellung zu ernsthaften privaten oder politischen Themen zu beziehen.

Safehands Challenge: Diese von der World Health Organization (WHO) initiierte Challenge lehrt korrekte Handwaschtechniken, um die Verbreitung von Krankheiten zu verhindern (insbesondere während einer Pandemie).

Salt and Ice Challenge: Für diese Challenge müssen die Teilnehmenden Salz auf ihre Haut streuen und anschließend einen Eiswürfel darauf platzieren. Es können Verbrennungen durch Unterkühlung entstehen.

Tide Pod Challenge: Bei dieser Challenge konsumieren Teilnehmende flüssige Waschmittelkapseln. Im schlimmsten Fall kann das zu tödlichen Vergiftungen führen.

Trashtag Challenge: Teilnehmende räumen vermüllte Landschaften auf und posten Vorher-Nachher-Fotos in den sozialen Medien.

Wenigstens Challenge: Die Teilnehmenden beleidigen einander, indem sie alle schlechten Eigenschaften an ihrem Gegenüber aufzählen, begleitet von den Worten: „Wenigstens bin ich nicht...“, „Wenigstens habe ich nicht...“, „Wenigstens kann ich...“

2. METHODIK

2.1 ZUR INHALTSANALYSE VON VIDEOS RUND UM TIKTOK-CHALLENGES

Um beurteilen zu können, welche Art von Challenges stark auf TikTok verbreitet sind und welche konkreten Inhalte diese Challenge-Videos zeigen, wurde in einem ersten Schritt eine manuelle, quantitative Inhaltsanalyse von insgesamt 2.533 Challenge-Videos auf TikTok durchgeführt. Diese Videos wurden im Zeitraum Oktober bis November 2023 über TikTok mittels Scraping³ erhoben und von 26 Codiererinnen und Codierern auf ihre inhaltlichen Merkmale hin untersucht.

Überblick über Untersuchungsdesign und -parameter der Inhaltsanalyse

Stichprobe

N = 2.533 Videos zu TikTok-Challenges, erhoben im Zeitraum 13. Oktober - 05. November 2023

Stichprobenziehung

Suchbegriffe zum Aufgriff der Videos: allgemeine Challengebegriffe kombiniert mit challenge-spezifischen Begriffen
Inklusionskriterien: Video bzw. Videoinhalte (Tonspur, Text im Video, Bildunterschrift) in deutscher oder englischer Sprache, Challengebezug, challenge-spezifischer, eindeutiger Identifikator (z. B. Hashtag, visuelles oder auditives Merkmal, Requisite)

Untersuchungsmethode

Quantitative Inhaltsanalyse von Videos zu TikTok-Challenges mittels standardisiertem Codebuch durch N = 26 Codiererinnen und Codierern (Qualitätskontrolle durch Live-Codierschulungen und Pretests von Codebuch und Codierprozess)

Untersuchungszeitraum

Oktober - November 2023

2.2 ZUR BEFRAGUNG VON KINDERN UND JUGENDLICHEN ZU TIKTOK-CHALLENGES

Mittels standardisierter Online-Erhebung wurden im zweiten Teil der Untersuchung insgesamt 755 in Deutschland lebende Kinder und Jugendliche im Alter von 10 bis 16 Jahren befragt⁴.

Die Fragen an die Kinder und Jugendlichen drehten sich um ihre TikTok-Nutzung und um das Phänomen TikTok-Challenges. Hierbei standen insbesondere Fragen nach dem Wissen um Challenges, deren Rezeption und ob eine Teilnahme an einer Challenge bereits erfolgte oder prinzipiell in der Zukunft vorstellbar wäre, im Fokus.

Der Großteil der Kinder und Jugendlichen lebt in einem Vier-Personen-Haushalt. Ihre Eltern bzw. Erziehungsberechtigten sind im Durchschnitt 44 Jahre alt; Ferner haben 10% der Eltern einen Hauptschulabschluss, etwa 46% verfügen über einen Schulabschluss unterhalb des Abiturs, und 44% besitzen ein Abitur oder einen höheren Abschluss.

³ Als Zugang wurden mehrere Suchstrings aus verschiedenen, neutralen Challenge-Begriffen und Kombinationen (z. B. „challenge 2023“, „neue challenge“, „fyp challenge“) herangezogen. Um problematische Challenge-Inhalte identifizieren zu können, wurden auch aktuelle, potenziell gefährliche Challenges als Suchbegriffe genutzt (z. B. „hot chip challenge“).

⁴ Um diese quotierte Stichprobe zu erreichen, wurden 3.405 potenziell passende Haushalte angefragt. Von diesen mussten 1.465 Haushalte vorab ausgeschlossen werden, weil die Eltern Bedenken gegen die Teilnahme vorbrachten, beispielsweise weil sie die Befragung ihres Kindes grundsätzlich oder die Datenverarbeitung für ihr Kind ablehnten. Der häufigste Grund, weshalb Haushalte von der Befragung vorab ausgeschlossen werden mussten, war die Angabe der Erziehungsberechtigten, ihr Kind würde TikTok überhaupt nicht nutzen (739 Haushalte; ca. 50% der Gründe für den Ausschluss von Haushalten).

Überblick über Untersuchungsdesign und -parameter der Befragung

Zielgruppe

In Deutschland lebende Kinder und Jugendliche im Alter von 10 bis 16 Jahren

Demografie

Alle Altersgruppen gleichverteilt, jeweils etwa 100 Befragte pro Altersgruppe von 10 bis 16 Jahren. Davon 49,3% weiblich, 50,2% männlich und 0,5% divers. Unter 10% der Kinder befinden sich noch in der Grundschule oder Orientierungsstufe, etwas mehr als 50% besuchen eine Förder-, Haupt-, Real- oder Gesamtschule und etwa 40% besuchen ein Gymnasium oder eine vergleichbare Fachoberschule.

Stichprobengröße und Quotierung

755 Befragte gesamt; quotiert nach Alter und Geschlecht

Inklusionskriterium: diejenigen, die TikTok nutzen und die Alters- und Geschlechtsquoten erfüllen

Befragungsmethode

Quantitative Online-Befragung mittels standardisiertem Fragebogen, durchgeführt vom Marktforschungsinstitut iconKids & Youth

Befragungszeitraum

Oktober 2023

Befragungsinhalte

TikTok-Nutzung, Begegnung mit Unwohlsein-auslösenden Inhalten, Challenges (Kenntnis, Rezeption/Nutzung, Teilnahme)

3. ERGEBNISSE DER INHALTSANALYSE

An dieser Stelle werden zunächst die Ergebnisse der quantitativen Inhaltsanalyse präsentiert. Dabei stehen die Inhalte der 2.533 untersuchten TikTok-Videos im Vordergrund, die mittels der Suchbegriffe identifiziert wurden und von denen 1.338 auch tatsächlich eine Aktivität zeigten oder thematisierten, die als Challenge bezeichnet werden kann (siehe Begriffsverständnis im ersten Kapitel dieses Berichts). Die nachfolgenden Prozentangaben beziehen sich auf diese 1.338 Challenge-Videos.

Kurz und knapp: Die wichtigsten Ergebnisse auf einen Blick

- 1) Mehrheitlich handelt es sich bei den Challenges in TikTok-Videos um harmlose (neutrale) Challenges, wie beispielsweise Sing- oder Tanz-Challenges.
- 2) Videos, die negative Challenges zeigen, haben keine höhere Reichweite als Videos, die andere Formen von Challenges zeigen.
- 3) In TikTok Challenge-Videos werden sehr selten Inhalte gezeigt, die die Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigen könnten. Am häufigsten kommen Darstellungen von Schmerzen vor, die während der Ausführung einer Challenge entstehen. Inhalte, die laut dem Jugendmedienschutz-Staatsvertrag absolut unzulässig sind, sind eine seltene Ausnahme.
- 4) TikTok reguliert gefährliche Inhalte: Speziell bei potenziell tödlichen Challenges greift TikTok durch, indem sowohl die Challenges als auch alle zugehörigen Suchbegriffe blockiert werden. Je riskanter die Challenge, desto effektiver gestaltet die Plattform die Blockade, sodass es kaum möglich ist, diese durch abgewandelte Suchbegriffe zu umgehen.
- 5) Entscheidet TikTok, bei einer negativen Challenge nicht regulierend einzugreifen, können allerdings in wenigen Wochen viele hunderte Videos entstehen. Ein Beispiel dafür ist die Hot Chip Challenge.

3.1 ALLGEMEINE MERKMALE VON TIKTOK-CHALLENGES

Die meisten – über 80% – der untersuchten Videos zeigen Personen „live in Action“, wie sie eine Challenge ausführen (Live-Demonstrationen). Weitere 10% der Challenge-Videos drehen sich um Information und Aufklärung (Aufklärungsvideos). Das sind Videos, die sich vornehmlich damit auseinandersetzen, über potenziell gefährliche Challenges und deren Konsequenzen aufzuklären. Die restlichen Darstellungsformen von Challenge-Videos verteilen sich vor allem auf Erlebnisberichte über in der Vergangenheit bereits absolvierte Challenges sowie auf Kunstproduktionen, z. B. Animationsvideos. Warnhinweise finden sich in den Videos zu Live-Demonstrationen negativer Challenges nur selten: In 3% der Videos wird ein automatisierter Warnhinweis von TikTok eingeblendet und in weiteren 4% der Videos gibt es einen manuell eingesprochenen Warnhinweis durch die Erstellerinnen und Ersteller.

Was die in den Challenge-Videos gezeigten Personen anbelangt, so finden sich hier am häufigsten Erwachsene (in 49% aller Challenge-Videos) und junge Erwachsene unter 25 Jahren (in 45% aller Challenge-Videos). Jugendliche (5% aller Challenge-Videos) und Kinder (1% aller Challenge-Videos) tauchen dagegen sehr selten auf. Es scheint also, dass im virtuellen Raum vornehmlich ältere Social-Media-Nutzerinnen und -Nutzer Challenges absolvieren und entsprechende Videos verbreiten. Anscheinend spielen Kinder und Jugendliche bei der Produktion solcher Videos eher eine untergeordnete Rolle. Ein gravierenderes Problem könnte nicht so sehr in der Nachahmung der Challenges durch Minderjährige liegen, sondern eher darin, dass (junge) Erwachsene versuchen, ihre Popularität und Reichweite zu erhöhen, indem sie auf aktuelle Trends aufspringen, einschließlich negativer Challenges wie der Hot Chip Challenge, und diese als spaßige Freizeitbeschäftigung ihrer potenziell jungen Zuschauerschaft vorführen.

Um Inhalte bzw. Videos einer spezifischen Challenge zuzuordnen zu können, bedarf es eines – oder gegebenenfalls auch mehrerer – charakteristischer Identifikationsmerkmale, die diese Videos als zu einer Challenge zugehörig identifizieren. Über ein solches Identifikationsmerkmal wird häufig auch der Zugang zu den Videos ermöglicht. Am häufigsten (in ca. 62% der Fälle) wird ein Challenge-spezifischer Hashtag als entsprechendes Identifikationsmerkmal genutzt (z. B. #safehands), das auch den Zugriff entsprechender Videos ermöglicht. In den meisten Fällen handelt es sich dabei um den Namen der Challenge, der mit 47% auch das zweithäufigste Identifikationsmerkmal darstellt (z. B. #trashtagchallenge). Auch spezifische Requisiten (33%, z. B. bestimmte Chips bei der Hot Chip Challenge) und bestimmte Lieder bzw. Soundeffekte (28%, z. B. ‚Bored in the House‘ von Tyga und Curtis Roach für die Bored in the House Challenge) sind häufig Charakteristikum einer Challenge, gefolgt von konkreten visuellen Kompositionen (14%), wie es beispielsweise bei der Mannequin Challenge der Fall ist. In den wenigsten Fällen sind Kostüme das wiederkehrende Identifikationsmerkmal einer Challenge (3%).

3.2 INHALTLICHE AUSGESTALTUNG VON TIKTOK-CHALLENGES: CHALLENGE IST NICHT GLEICH CHALLENGE

Wie eingangs festgestellt, gibt es Challenges in den unterschiedlichsten Formen: Von Nettigkeiten für andere oder der Herausforderung, neue Routinen zu entwickeln, über die Zurschaustellung der eigenen Gesangs- und Tanzkünste oder Geschicklichkeit, bis hin zu gefährlichen Mutproben ist alles dabei. Der Zweck von Challenges kann also positiver, neutraler oder negativer Natur sein. Welchen Zweck TikTok-Challenges mehrheitlich verfolgen, wurde in einem zweistufigen Verfahren untersucht: Zunächst wurde der Zweck der im Video erwähnten oder vorgeführten Challenge bestimmt (ob positiv, neutral oder negativ). Anschließend wurden die konkreten Inhalte der Videos erfasst: Wurde die Challenge tatsächlich durchgeführt? Wurde sie im Rahmen eines Aufklärungsvideos kritisch hinterfragt? Enthielt das Video Inhalte, die gemäß des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags im Verdacht stehen, die Entwicklung von Minderjährigen zu beeinträchtigen? Oder sind die Inhalte gemäß des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags sogar gänzlich unzulässig?

Darstellung und Charakter von TikTok-Challenges

Alle Ergebnisse werden nachfolgend ohne Aufklärungsvideos ausgewiesen, da diese sich von klassischen Challenge-Videos, wie Live-Demonstrationen oder Erlebnisberichten, durch ihren pädagogischen Mehrwert und ihren präventiven Zweck deutlich unterscheiden.

Die große Mehrheit – etwa zwei Drittel (64,6%) – der Challenge-Videos umfasst solche Challenges, die als neutral einzuordnen sind. Das sind Challenges, die Spaß und Unterhaltung bereiten, harmlos sind, aber auch keinen gesellschaftlichen oder persönlichen Mehrwert bieten. Die zweitgrößte Gruppe an Challenge-Videos auf TikTok umfasst negative Challenges. Etwa ein Viertel (30,5%) aller untersuchten Videos zeigt Challenges, deren Umsetzung negative Folgen haben kann⁵. Von den insgesamt 365 als negativ einzuordnenden Challenge-Videos sind die meisten, nämlich 352 (also über 96%), als potenziell schädlich zu klassifizieren. Das beinhaltet Challenges, die körperliche oder seelische Schäden verursachen können, ohne dass dabei jedoch Langzeitfolgen zu erwarten sind (z. B. Banana and Sprite Challenge). Videos mit der höchsten Eskalationsstufe – sprich potenziell tödliche Challenges – konnten in 1,1% (also 13) der Fälle nachgewiesen werden.

Zudem verfolgt nur ein geringer Anteil der Challenges einen positiven Zweck (4,9%, bzw. 59 Videos), bringt also etwas Positives, Nützliches oder gar Wohltätiges für sich oder andere. Die meisten dieser Videos (nämlich 52) betreffen Challenges, die die eigene Persönlichkeit und Entwicklung fördern sollen. Diese Videos zu positiven Challenges haben im Durchschnitt auch die höchste Reichweite ($M = 4.177.242$ Aufrufe), gefolgt von neutralen Challenges ($M = 4.085.599$ Aufrufe). Mit durchschnittlich rund 1.454.130 Aufrufen haben negative Challenge-Videos die niedrigste Reichweite.

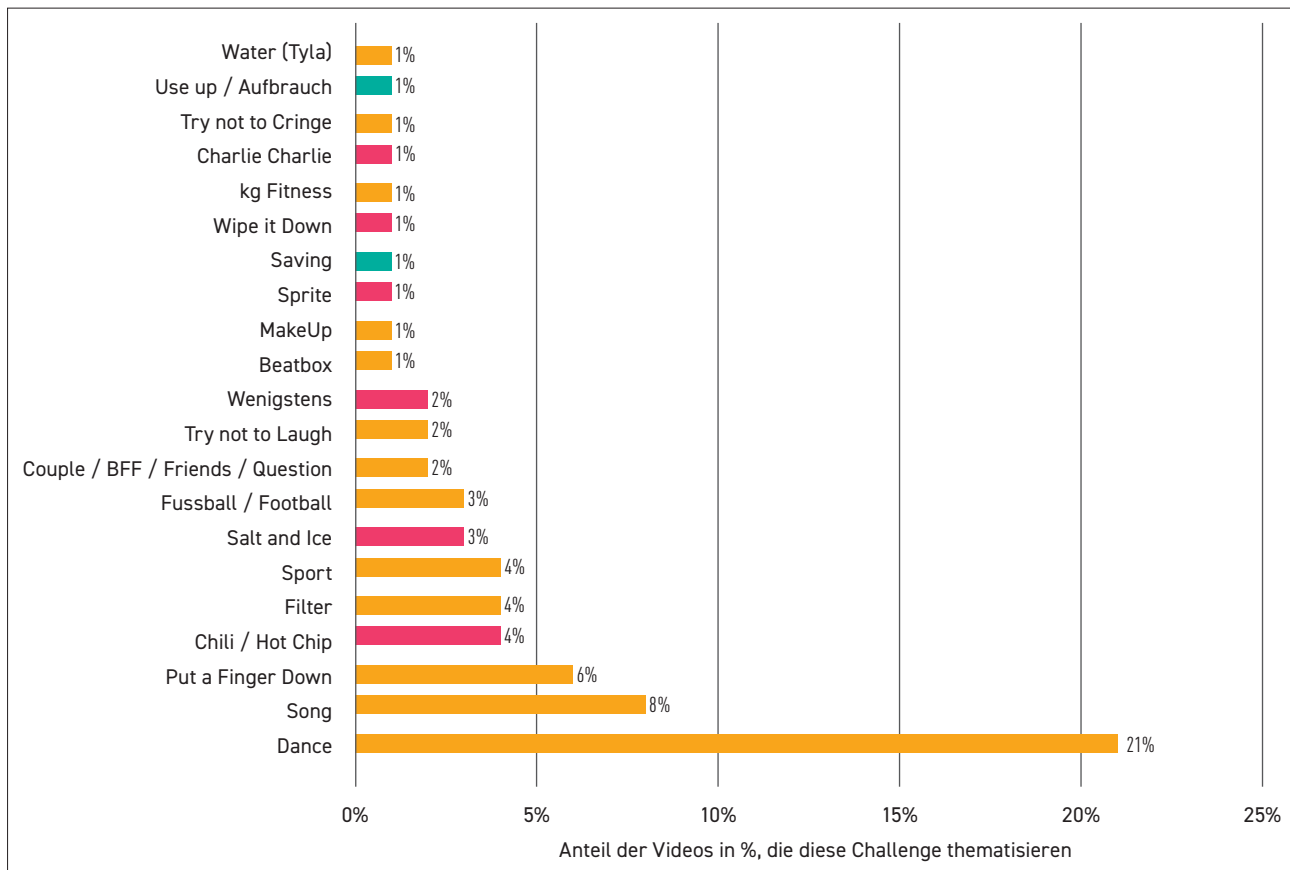
⁵ Aufgrund des Zugangs zu den Challenge-Videos, der auch ganz gezielt Challenge-Begriffe von negativen Challenges beinhaltet (z. B. „Vampire Fangs Challenge“, „scharfe Challenge“), existiert hier eine deutliche anteilmäßige Überrepräsentation von negativen Challenges. Rechnet man Videos heraus, die durch diese Suchbegriffe in die Stichprobe gelangt sind, beträgt der Anteil negativer Challenges noch 13,5%. Doch auch die Videos, die nur durch challenge-spezifische Suchbegriffe aufgefunden werden konnten, existier(t)en in dieser Form auf TikTok und waren für Kinder und Jugendliche potenziell zugänglich, weshalb sie in der Stichprobe berücksichtigt werden.

Tabelle 1. Ausprägungen der Challenge-Videos auf TikTok⁶

Ausprägung	Ausprägung konkret	Anzahl an Videos	Relativer Anteil
positiv		59	4,9%
	wohltätig	2	0,2%
	gemeinschaftsfördernd	5	0,4%
	persönlichkeitsfördernd	52	4,3%
neutral		775	64,6%
negativ		365	30,5%
	potenziell schädlich	352	29,4%
	potenziell tödlich	13	1,1%

Diese Erkenntnisse über die Arten von Challenges und ihre Reichweite spiegeln sich auch darin, welche konkreten Challenges am häufigsten in Videos dargestellt werden. Auch hier dominieren mit großem Abstand Challenges, die sich um Tanz, Gesang, Sport oder Humor drehen:

Abbildung 2. Übersicht über dargestellte Challenges, die in wenigstens 1% der Videos vorkommen⁷



⁶ An dieser Stelle werden Videos herausgerechnet und damit nicht aufgeführt, wenn sie im Kern zwar eine negative Challenge zeigen, diese aber von Dritten in einen übergeordneten Kontext eingeordnet und / oder über mögliche negative Konsequenzen aufgeklärt wird (Aufklärungsvideos). Dies geschieht vor dem Hintergrund, dass hierbei die negative Challenge nicht konkret ausgeführt bzw. gezeigt wird, sondern vielmehr aufgearbeitet werden, was einen präventiven Effekt haben kann. Einbezogen werden dagegen Videos, die gezielt über Challenge-Begriffe von negativen Challenges gefunden wurden (siehe vorangegangene Fußnote).

⁷ Zur besseren Übersicht wurden für diese Auswertung nur diejenigen Daten herangezogen, die auf neutrale Suchbegriffe zurückzuführen sind. Das heißt, es wurden die Daten derjenigen Videos herausgerechnet, die nur via einschlägiger, negativer Suchbegriffe (z. B. Suche nach konkreten, bekannten negativen Challenges) aufgegriffen werden konnten. Außerdem sind weiterhin keine Aufklärungsvideos inkludiert.

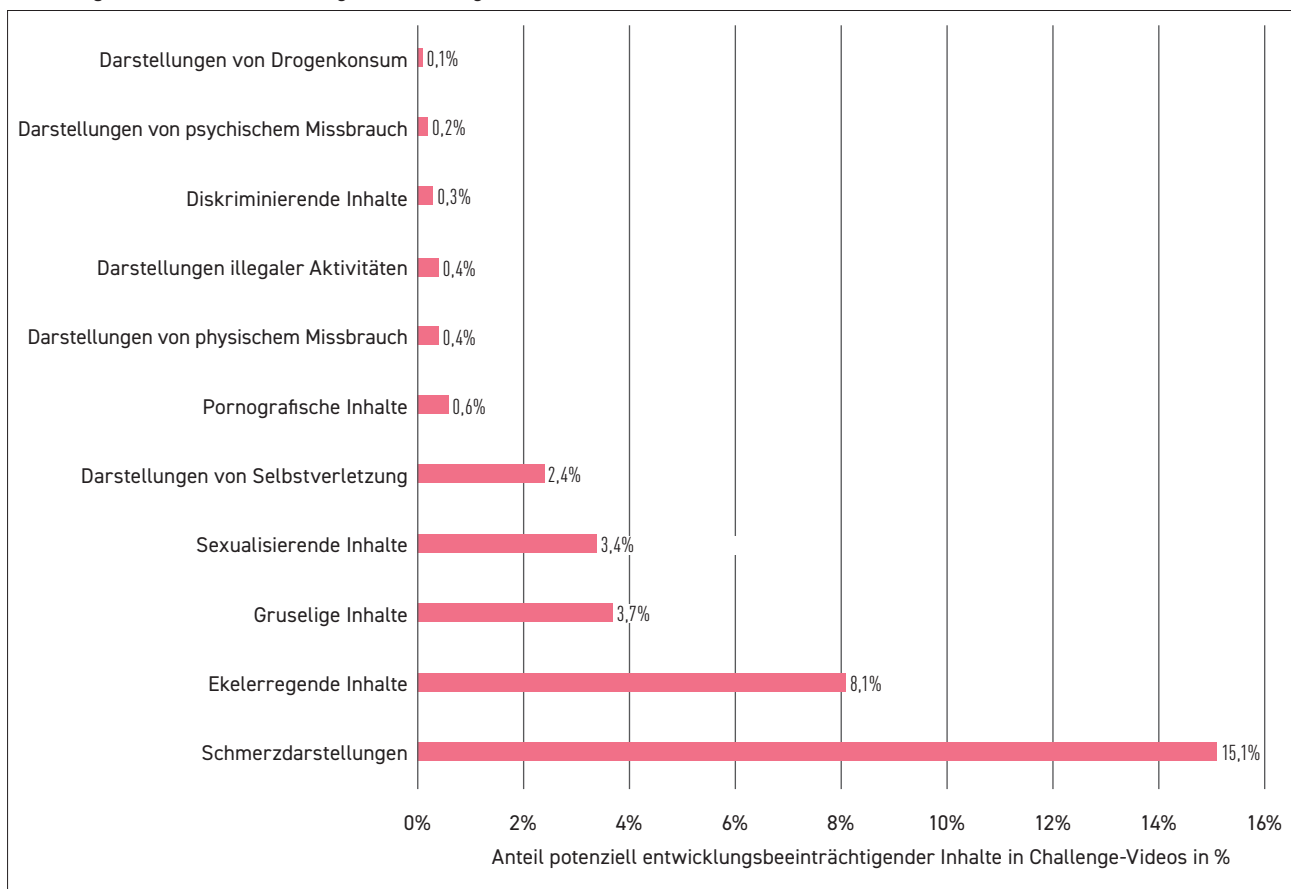
Konkrete Inhalte der TikTok-Challenges

Um nun zu verstehen, was konkret diese – insbesondere negativen – Challenge-Videos ausmacht, wurden alle Challenge-Videos darüber hinaus auf ihre konkreten Inhalte hin untersucht. Dabei lag der Fokus vor allem darauf, ob die Challenge-Videos auf TikTok Inhalte zeigen und verbreiten, die nach dem Jugendmedienschutz-Staatsvertrag als problematisch einzustufen sind. Das kann einerseits (versteckte) Werbung umfassen, andererseits aber auch potenziell entwicklungsbeeinträchtigende oder sogar unzulässige, menschenrechtsverletzende Inhalte. Dieser Zugang wurde gewählt, um beurteilen zu können, inwiefern Challenge-Videos auf TikTok in ihrer Gesamtheit problematische oder gar gefährliche Inhalte an ein junges Publikum vermitteln. Insgesamt hat sich gezeigt, dass in Challenge-Videos auf TikTok solche Inhalte kaum dargestellt werden. Nachfolgend werden nun verschiedene Ausprägungen von problematischen Inhalten innerhalb von Challenge-Videos auf TikTok samt deren Vorkommen aufgeschlüsselt:

Challenge-Videos sind in großen Teilen darauf ausgelegt, ein launiger Zeitvertreib zu sein. Durch den partizipatorischen Charakter und die generell hohe Reichweite von Challenge-Videos (siehe oben) verbreiten sich entsprechende Inhalte schnell und großflächig. Deswegen sind Challenge-Videos eine attraktive Möglichkeit, kommerzielle Interessen voranzutreiben. Es liegt nahe, dass Influencerinnen oder Influencer sowie Unternehmen die Dynamik von Challenges nutzen, um die eigene Marke bekannter zu machen. Tatsächlich zeigt die Inhaltsanalyse, dass knapp jedes zwanzigste Challenge-Video Werbung enthält.

Daneben wurden noch deutlich kritischere Inhalte und Darstellungsformen – nämlich potenziell entwicklungsbeeinträchtigende Inhalte einerseits und unzulässige Themen andererseits – in den Blick der inhaltsanalytischen Untersuchung genommen.

Abbildung 3. Potenziell entwicklungsbeeinträchtigende Inhalte



In den Bereich der potenziell problematischen Inhalte fallen verschiedene Formen und Darstellungen von Challenges, unter anderem solche, die gewaltvolle, pornographische oder illegale Inhalte darstellen⁸. In der Gesamtschau scheinen Challenge-Videos nur in wenigen Fällen Schauplatz solcher Darstellungen zu sein: Es gibt im Challenge-Bereich auf TikTok nur in Ausnahmefällen, nämlich in weniger als 1 pro 100 Videos, Hinweise auf diskriminierende Inhalte, Drogenkonsum, Darstellungen von illegalen Aktivitäten und Missbrauch (physisch und psychisch) sowie pornographisches Material. Etwas häufiger, in 3% aller Challenge-Videos finden sich sexualisierende Inhalte. Besorgniserregend ist, dass in immerhin 2% selbstverletzendes Verhalten gezeigt wird⁹. In sogar 15% aller untersuchten Challenge-Videos finden sich Formen von Schmerzdarstellungen, beispielsweise wenn Teilnehmer und Teilnehmerinnen sich versehentlich bei der Durchführung der Challenge verletzen. Übliche Darstellungen sind hier beispielsweise Patzer bei Tanzkoreographien, die zu angeschlagenen Ellbögen oder Stolpern mit Stürzen führen. Ebenso fallen in diese Kategorie jedoch auch Darstellungen von Teilnehmer und Teilnehmerinnen, die nach der Hot Chip Challenge weinen und um Luft ringen. Neben solchen schmerzhaften Darstellungen scheinen Challenge-Videos auch häufiger einen Grusel- (4%) bzw. Ekelfaktor (8% aller untersuchten Challenge-Videos auf TikTok) zu haben.

Neben für Kinder und Jugendliche potenziell entwicklungsbeeinträchtigenden Inhalten wurden Videos zu TikTok-Challenges auch auf solche Inhalte untersucht, die absolut unzulässig sind. Dazu zählen Inhalte, die das im Grundgesetz verankerte, unantastbare Recht auf Würde des Menschen verletzen, sowie extremistische Inhalte, wie beispielsweise politischer Fundamentalismus und Fanatismus oder Angriffe auf demokratische Grundordnung und Werte. Derlei Inhalte finden sich kaum in Challenge-Videos auf TikTok. Extremistische Inhalte konnten in keinem Challenge-Video auf TikTok identifiziert werden, aber in wenigen – genauer gesagt in 0,4% der Challenge-Videos auf TikTok – konnte menschenrechtsverletzendes Material gefunden werden. Diese Videos zeigen oft ein Machtgefälle, vorrangig dargestellt durch einen nicht sichtbaren Mann, der einen meist sichtlich verarmten Mann überredet, den Hot Chip gegen Bezahlung zu essen und sich dabei filmen zu lassen. In Einzelfällen wird die Auszahlung des Geldes schlussendlich sogar verweigert.

Sperrungen und Umgehungsstrategien

Es zeigt sich also, dass problematische oder gar gefährliche Inhalte zumindest im Kontext von Challenges wenig Raum auf TikTok erhalten. Ein möglicher Grund hierfür ist, dass TikTok insbesondere sehr gefährliche Challenges recht schnell und stark reguliert. Allein im Zeitraum der Erhebung für die vorliegende Inhaltsanalyse wurden 2,9% der Videos von TikTok blockiert oder im Nachhinein von den Erstellerinnen und Erstellern offline genommen. Suchbegriffe zu den bekanntesten, potenziell tödlichen Challenges (**Blackout**, **Blue Whale**, **Momo** und **Deo Challenge**) sind auf TikTok sogar gänzlich gesperrt. Gleichzeitig werden andere Challenges, die keine ähnlich fatalen Konsequenzen nach sich ziehen, kaum bis gar nicht von der Plattform reguliert. Das gilt beispielsweise für die aktuell sehr bekannte **Hot Chip Challenge** oder auch für die **Sleepy Chicken Challenge**, bei der ein Brathuhn in Hustensaft eingelegt, anschließend zubereitet und serviert wird. Allerdings hat die TikTok-Community die Sleepy Chicken Challenge über die Jahre humoristisch umgemünzt, sodass unter dem Suchbegriff vornehmlich Videos zu finden sind, in denen Personen ihre Hühner liebevoll in den Schlaf schaukeln. Das gebratene Huhn in charakteristisch blauem Hustensaft gibt es dagegen in Aufklärungsvideos zu sehen.

Es gibt Versuche von Nutzerinnen und Nutzern, insbesondere sehr gefährliche Challenges über die Abwandlung gängiger Suchbegriffe anzuwählen bzw. sie unter entsprechenden Hashtags auffindbar zu machen. Eine häufig angewandte – und funktionale – Variante ist es, anstelle des Begriffs *Challenge* nun *Challange* als Hashtag zu verwenden. Auch die Verbindung zweier Suchwörter durch Weglassen des Leerzeichens oder durch Hinzufügen eines Unterstrichs findet sich vielfach. Solche Morphismen haben sich teilweise als erfolgreiche Umgehungsstrategien

8 Die Inhalte der TikTok-Challenges wurden nach dem Prinzip der „höchsten Eskalationsstufe“ codiert. Das bedeutet, dass beispielsweise Inhalte aus dem erotischen Bereich nicht mehr als „sexualisierende Inhalte“ verstanden wurden, wenn sie offensichtlich pornographisches Material beinhalten. In diesem Fall wurden sie direkt als Pornographie eingestuft. Das ermöglicht eine trennscharfe Codierung, die die einzelnen Kategorien unterscheidbar macht und entsprechend verlässlichere Werte liefert. Das gleiche Prinzip wurde bei der Abgrenzung von Darstellungen von Missbrauch versus Verletzung der Menschenwürde sowie bei diskriminierenden versus extremistischen Inhalten angewandt.

9 Einschlägige Forschung bestätigt das Ansteckungspotenzial solcher medialen Darstellungen von selbstverletzendem Verhalten. Diese können bei vulnerablen Rezipientinnen und Rezipienten zu einer Verschiebung wahrgenommener Normverständnisse führen, wodurch selbstverletzende Verhaltensweisen (scheinbar) an Akzeptanz gewinnt und Nachahmung fördert (vgl. Markiewitz, A., Arendt, F., & Scherr, S. (2020). Problematische Suizid- und Selbstverletzungsdarstellungen auf Instagram: Inhaltsanalytische Evidenz und aktuelle Entwicklungen. In *Gesundheitskommunikation und Digitalisierung* (pp. 149-160). Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG.).

erwiesen und führen in einigen Fällen zum Auffinden auch sehr gefährlicher Challenges, deren ursprünglicher Name als Suchbegriff von TikTok gesperrt wurde. In sehr gefährlichen Fällen reguliert TikTok jedoch auch diese von den Nutzerinnen und Nutzern verwendeten Morphismen. Im Falle der **Blackout Challenge** ist keine einzige der gängigen Umgehungsstrategien erfolgreich, da sie alle durch TikTok gesperrt sind und bei Suche stattdessen die Notrufnummer der Seelsorge eingeblendet wird.

3.3 FAZIT

Die Ergebnisse der Inhaltsanalyse von Challenge-Videos auf TikTok zeigen, dass sich der Großteil der Videos um neutrale Challenges dreht. Nur wenige Inhalte beschäftigen sich dagegen mit positiven Challenges. Die zweitgrößte Gruppe an Challenge-Videos machen dagegen negative Challenges aus, wobei sich diese vorwiegend im potenziell schädlichen und *nicht* im potenziell tödlichen Bereich bewegen. Dieser Befund mag dadurch zu erklären sein, dass TikTok regulierend einzugreifen scheint, wenn durch Challenges potenziell Leib und Leben geschädigt werden könnten. Der Grad der Regulierung – beispielsweise die Sperrung von abgewandelten Suchbegriffen, die Anzeige von eigens produzierten Aufklärungsvideos oder die Weiterleitung auf die Notrufnummer der Seelsorge – variiert je nach Gefahrenpotenzial der Challenge.

Entsprechend finden sich in Challenge-Videos nur ganz vereinzelt absolut unzulässige Inhalte – potenziell entwicklungsbeeinträchtigende finden sich dagegen durchaus in einem niedrigen, einstelligen Prozentbereich. Zwar spielen letztere im Gesamtkontext von Challenge-Videos ebenfalls eine eher untergeordnete Rolle, allerdings sind insbesondere Darstellungen von Schmerz zu finden. Dass gerade diese Schmerzdarstellungen Unwohlsein bei Kindern und Jugendlichen auslösen können, die TikTok nutzen, zeigen die Ergebnisse der Befragung im nächsten Abschnitt des Berichts.

Insgesamt lassen sich mit Challenge-Videos hohe Reichweiten erzielen. Das gilt jedoch besonders für diejenigen Videos, die sich um neutrale oder positive Challenges drehen, während negative Challenges – selbst nach dem Herausrechnen von Aufklärungsvideos – systematisch weniger Aufrufe erhalten. Durch die vorliegenden Daten kann jedoch nicht geklärt werden, ob diese geringere Reichweite negativer Inhalte auf das Desinteresse der Zuschauerschaft oder aber auf eine systematische Abwertung durch den Empfehlungsalgorithmus von TikTok zurückzuführen ist.

4. ERGEBNISSE DER BEFRAGUNG

Der zweite Abschnitt des Berichts präsentiert die Umfrageergebnisse von Kindern und Jugendlichen im Alter von 10 bis 16 Jahren. Auswahlkriterium der Befragten war, dass sie nach Angaben ihrer Eltern TikTok nutzen. Nachfolgend wird dargelegt, wie oft diese Altersgruppen TikTok verwenden, wie häufig sie Videos zu verschiedenen Challenges anschauen, sowie die Anzahl der Challenges, die sie kennen und an denen sie möglicherweise selbst teilnehmen.

Kurz und knapp: Die wichtigsten Ergebnisse auf einen Blick

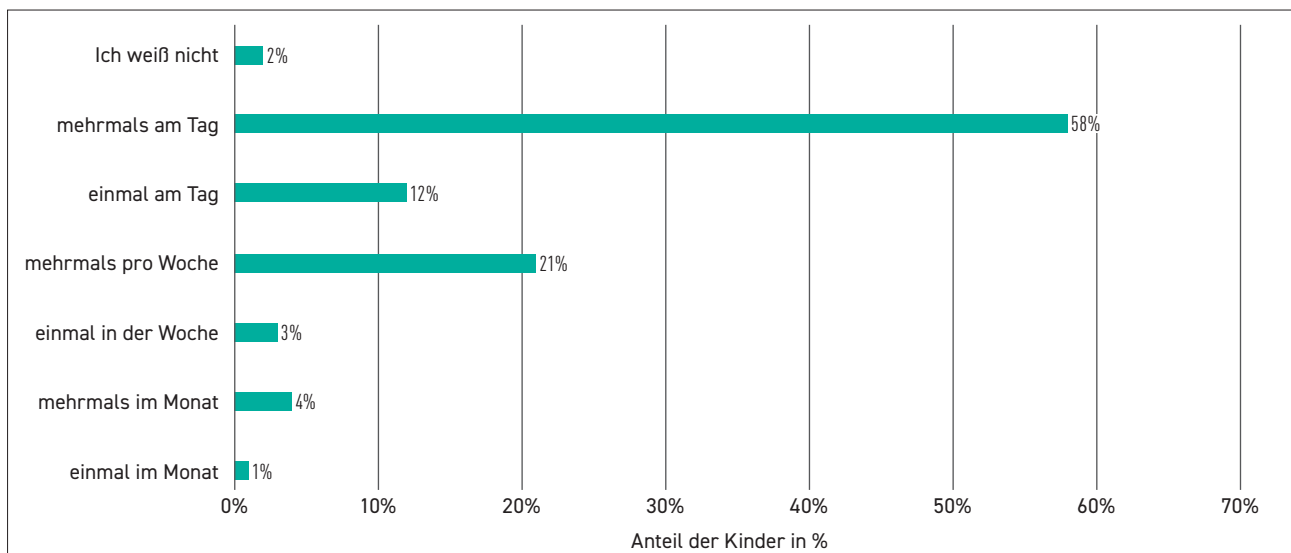
- 1) Starke Verbreitung von TikTok bei Kindern und Jugendlichen: Etwa 70% der TikTok-Nutzenden verwenden die Plattform täglich, wobei die Mehrheit angibt, die Plattform eher passiv zu nutzen und selbst keine Videos hochzuladen.
- 2) In der Regel sehen sich Kinder und Jugendliche Videos von harmlosen Challenges auf TikTok an und beteiligen sich – wenn überhaupt – auch in den meisten Fällen an dieser Art an Challenge. Trotzdem berichten ungefähr ein Viertel der Befragten, dass sie schon an Challenges teilgenommen haben, die entweder illegale Handlungen oder Verhaltensweisen, die für sie selbst oder andere schädlich sein könnten, umfassen.
- 3) Die derzeit bekannteste Challenge unter Kindern und Jugendlichen ist die **Hot Chip Challenge**. Doch auch ältere Challenges (z. B. **Blue Whale Challenge**) sind durchaus noch bekannt – und werden von einigen wenigen Befragten sogar absolviert.
- 4) Für Kinder und Jugendliche ist die Schule der wichtigste Ort, um negative Erfahrungen mit Challenges zu verarbeiten. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Umfrage äußern den Wunsch, in der Schule öfter über solche Erlebnisse zu sprechen, um im Bedarfsfall auf eine vertrauensvolle Basis für Unterstützung zurückgreifen zu können.

4.1 TIKTOK-NUTZUNG VON KINDERN UND JUGENDLICHEN

Um die Erkenntnisse zur Nutzung von und gegebenenfalls Teilnahme an TikTok-Challenges der Kinder und Jugendlichen einordnen zu können, wurden zunächst die Rahmenbedingungen der TikTok-Nutzung der 10- bis 16-Jährigen erhoben. Hier waren insbesondere Nutzungshäufigkeit, Nutzungsverhalten (passive versus aktive Nutzung, genutzte Inhalte) sowie Zugänge über (verschiedene) Account-Typen relevant, aber auch, inwieweit Kinder und Jugendliche problematischen Inhalten auf TikTok begegnen.

Nutzungshäufigkeit von TikTok

Abbildung 4. Nutzungshäufigkeit von TikTok gesamt



Die große Mehrheit – knapp 70% – der befragten Kinder und Jugendlichen nutzt TikTok täglich, davon ca. 58% sogar mehrmals am Tag. Die Plattform wird von lediglich 8% der 10- bis 16-Jährigen einmal die Woche oder seltener angesteuert¹⁰.

Obwohl die Plattformregularien die Nutzung der App erst ab einem Alter von 13 Jahren erlauben, zeigt die Befragung von 755 Kindern und Jugendlichen im Alter von 10 bis 16 Jahren, dass das durchschnittliche Alter, in dem TikTok erstmals verwendet wird, bei zwölf Jahren liegt. Schon die Hälfte der befragten Zehnjährigen nutzt TikTok mindestens einmal pro Tag.

Abbildung 5. Nutzungshäufigkeit TikTok nach Altersstufen



Anschließend steigt die Nutzungshäufigkeit von TikTok bei den 11-Jährigen sprunghaft an und erreicht hier auch ihr Hoch, denn knapp 75% der befragten elfjährigen Kinder geben an, mindestens einmal am Tag auf TikTok zu sein – und es sind sogar fast 100%, die TikTok mindestens mehrmals wöchentlich nutzen. Gleichwohl wird TikTok über alle Altersstufen hinweg stark frequentiert – nur die 10- und 12-Jährigen geben an, die Plattform weniger regelmäßig zu besuchen. Was die Nutzungshäufigkeit zwischen den Geschlechtern angeht, zeigen sich kaum Unterschiede. Sowohl Mädchen als auch Jungen sind gleichermaßen auf TikTok unterwegs.

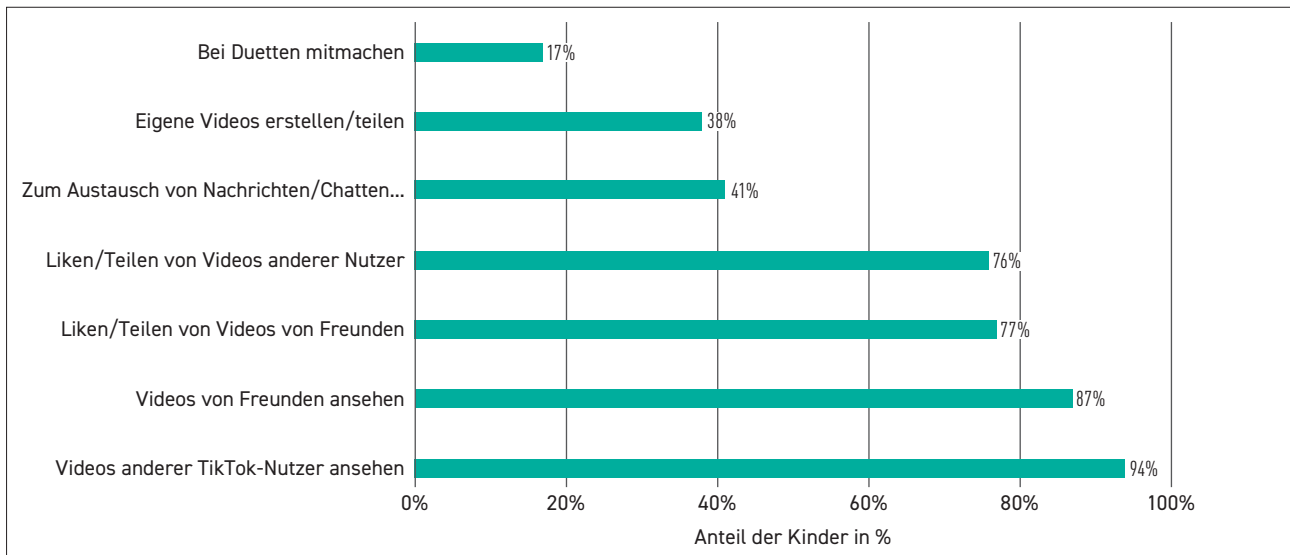
In diesem Zusammenhang ist relevant, dass etwa 80% der Kinder und Jugendlichen mit ihrem eigenen Account bei TikTok eingeloggt sind. Knapp 15% haben keinen eigenen TikTok-Account, sondern nutzen den eines Erwachsenen mit, wobei dies am häufigsten bei den 10- bis 12-Jährigen der Fall ist – die regulär noch gar keinen eigenen Account haben dürften. Von den Befragten, die einen eigenen Account besitzen, geben nur etwas mehr als 60% an, als Jugend-Account angemeldet zu sein. Dagegen geben etwa 17% an, dass sie als Ü18-Account registriert sind; wiederum 2% haben sowohl einen eigenen Jugend- als auch einen Erwachsenen-Account, den sie benutzen¹¹. Offensichtlich gibt sich ein nicht unerheblicher Anteil der Befragten auf der Plattform als älter aus.

¹⁰ Diese Werte sind kongruent zu den Ergebnissen der Erhebungen zum Medienumgang der 12- bis 19-Jährigen, die in der *JIM-Studie 2023* verzeichnet sind.

¹¹ Die übrigen Befragten machten hierzu keine Angaben.

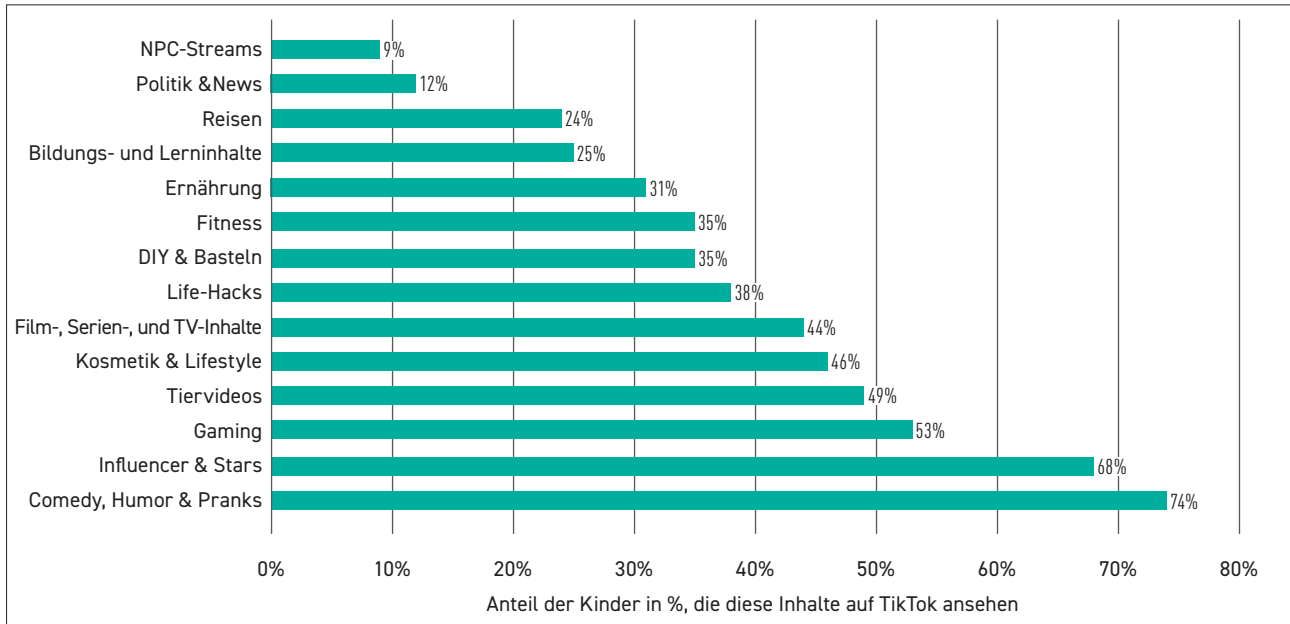
Verhalten und genutzte Inhalte auf TikTok

Abbildung 6. Tätigkeiten auf TikTok



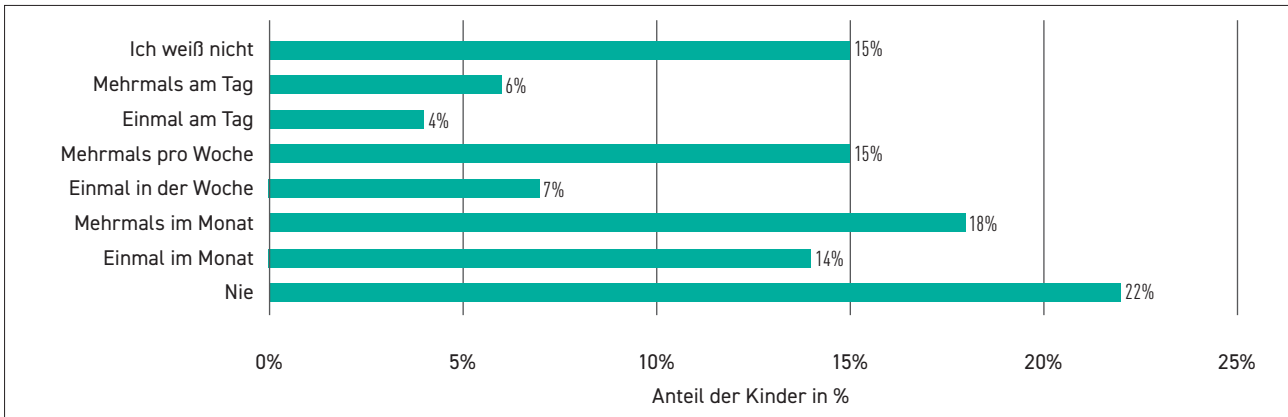
Die meisten Kinder und Jugendlichen nutzen TikTok eher passiv. TikTok wird als Streamingplattform genutzt, auf der man sich Videos von Freunden, Influencern und anderen Usern ansieht und gegebenenfalls mit Herzen (Likes) wertschätzt. Die aktive Nutzung im Sinne der Erstellung und Verbreitung eigener Videos ist für weniger als 40% der 10- bis 16-Jährigen relevant.

Abbildung 7. Genutzte Inhalte auf TikTok



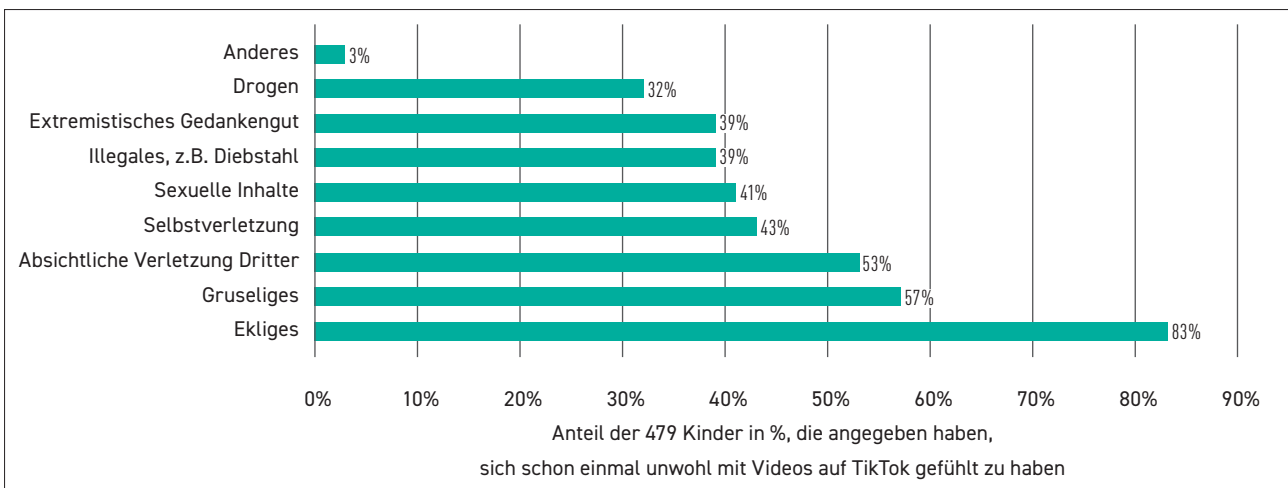
Rund drei Viertel der Kinder und Jugendlichen geben an, vor allem Comedy- oder Prank-Videos auf TikTok anzusehen, direkt gefolgt von Videos, die von Influencern und Influencerinnen bzw. anderen Stars und Prominenten hochgeladen wurden. Auch Videos zu Gaming-Inhalten sind für über die Hälfte der Befragten relevante Inhalte. Dagegen sind TikTok-Videos zu NPC-Streams, Politik und Nachrichten sowie zu Reisen und anderen Bildungsinhalten für 10- bis 16-Jährige eher irrelevant.

Abbildung 8. Häufigkeit der Begegnung mit Unwohlsein-auslösenden Inhalten auf TikTok



Auch wenn die allgemein präferierten Inhalte der Kinder und Jugendlichen eher harmlos erscheinen, begegnen dennoch über 60% von ihnen Inhalten auf TikTok, die bei ihnen Unwohlsein verursachen. Rund ein Viertel begegnet solchen Inhalten mehrmals pro Woche und sogar knapp 10% (mehrfach) täglich. Dagegen geben nicht einmal ein Viertel der Befragten an, noch nie ein Video auf TikTok gesehen zu haben, das bei ihnen Unwohlsein verursacht hat. Dieser Wert ist stabil über die Altersgruppen hinweg.

Abbildung 9. Unwohlsein-auslösende Inhalte



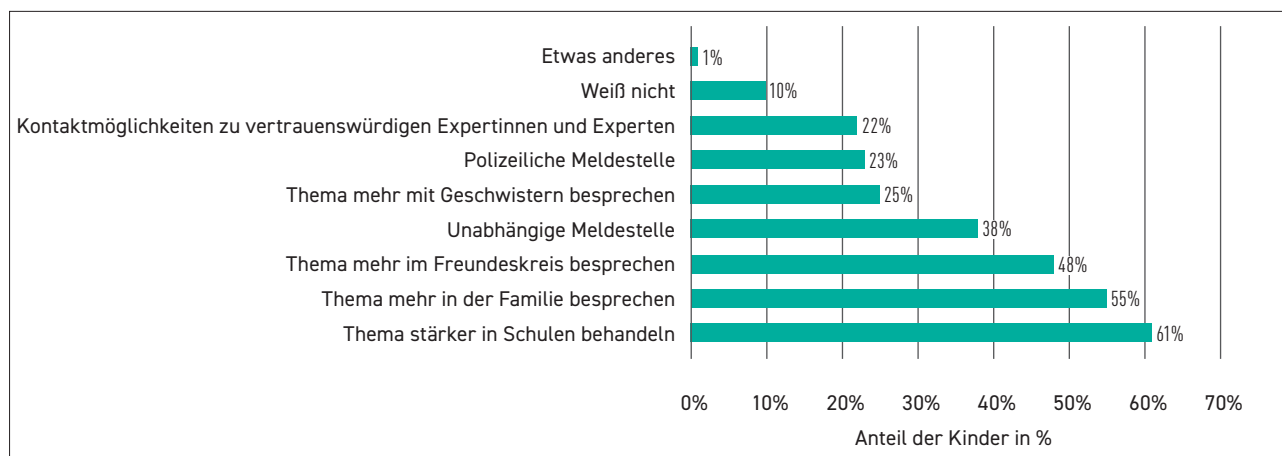
Zu solchen Videos zählen vor allem Inhalte, die Ekel hervorrufen. Gleichwohl gibt mehr als die Hälfte der befragten Kinder und Jugendlichen an, dass hierzu vor allem Videos zählen, in denen anderen absichtlich wehgetan wird, gefolgt von Videos, in denen selbstverletzendes Verhalten dargestellt wird. Besorgniserregend ist in diesem Zusammenhang vor allem, dass beinahe 40% der Kinder und Jugendlichen angeben, dass hier auch extremistisches Gedankengut relevant wird¹². Auch Videos mit sexuellen Inhalten und illegalen Aktivitäten haben schon bei rund 40% Unwohlsein ausgelöst, gefolgt von Videos, in denen Drogen eine Rolle spielen. Obwohl diese Daten auf Selbsteinschätzungen beruhen, die tendenziell zu einer Über- statt Unterschätzung führen, offenbart sie dennoch einen bedenklichen Trend¹³.

¹² Hierbei wurden die Kinder und Jugendlichen gefragt, ob unter solchen Inhalten, die bei ihnen Unwohlsein auslösen, radikales politisches Gedankengut bzw. Meinungen (z. B. Fanatismus, Extremismus) zu finden waren.

¹³ Es ist möglich, dass die große Menge an Inhalten mit extremistischen Ansichten einerseits überschätzt wird, da die Fragestellung unter dem Begriff „politisch / Politik“ auch solche Situationen aus Sicht der Befragten eingeschlossen haben könnte, die zwar als extrem wahrgenommen wurden, aber nicht unbedingt extremistische Äußerungen waren. Andererseits könnte die Zahl sogar eher als zu gering eingeschätzt worden sein, da – das zeigt die einschlägige Forschung eindeutig – extremistische Botschaften häufig subtil kommuniziert werden, sodass sie nur schwer als solche identifiziert werden können (vgl. Rothut, S., Schulze, H., Hohner, J., Greipel, S., Rieger, D., & Döring, M. (2022). *Radikalisierung im Internet: Ein systematischer Überblick über Forschungsstand, Wirkungsebenen sowie Implikationen für Wissenschaft und Praxis.*).

Wenn Kinder und Jugendliche auf Videos stoßen, die ihnen Unbehagen bereiten, suchen etwa 80% zuerst das Gespräch mit ihren Eltern. Die nächsten wichtigen Ansprechpartner, um solche Gefühle zu bewältigen, sind Freundinnen und Freunde und andere vertraute Erwachsene. Lehrkräfte könnten in diesem Zusammenhang zukünftig eine Schlüsselrolle bei der Verarbeitung solcher Inhalte spielen, da die Befragten sich eine häufigere Auseinandersetzung mit diesen Inhalten in der Schule wünschen. Etwa 61% der Kinder und Jugendlichen geben an, dass sie das Thema Challenges gerne stärker in der Schule behandeln würden¹⁴. Am zweitwichtigsten empfinden die Kinder und Jugendlichen das Gespräch in der Familie. Zudem würden etwa 40% der befragten Kinder und Jugendlichen eine unabhängige Meldestelle begrüßen, bei der sie entsprechende negative Challenges und problematische Videos melden können.

Abbildung 10. Gewünschte Anlaufstellen und Unterstützungsmöglichkeiten



4.2 TIKTOK-CHALLENGES

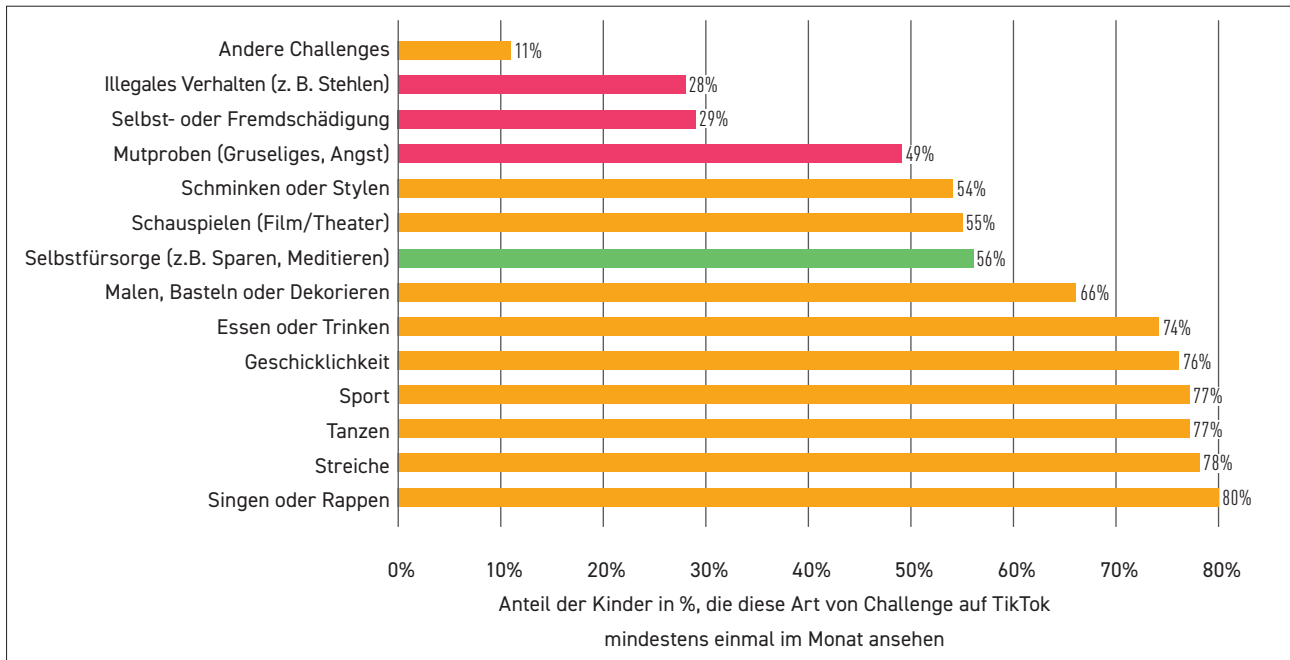
Nachdem die Rahmenbedingungen bekannt sind, unter denen die Kinder und Jugendlichen TikTok nutzen, soll nun das Hauptaugenmerk auf Challenge-Videos liegen. Die Kinder und Jugendlichen wurden hierbei einerseits zu Kategorien von Challenges befragt (z. B. Tanz- und Sing-Challenges), andererseits nach ganz konkreten Challenges (z. B. Hot Chip Challenge, Mannequin Challenge). Zunächst ging es in der Befragung darum, ob diese Challenges überhaupt bekannt sind, dann darum, wie häufig entsprechende Videos angesehen werden und schließlich darum, ob eine Teilnahme schon stattgefunden hat oder in Zukunft vorstellbar ist. Im Zuge dessen wurden die Kinder und Jugendlichen auch um Einschätzungen des Gefahrenpotenzials der jeweiligen Challenge gebeten sowie um Angaben dazu, ob Freundinnen oder Freunde bereits teilgenommen haben und welche Gründe diese Personen oder andere Gleichaltrige hatten oder haben könnten, an einer solchen Challenge teilzunehmen.

Kategorien von TikTok-Challenges

Die beliebtesten Kategorien von Challenges auf TikTok drehen sich um **Sing- oder Tanz-Challenges**, um **Pranks** (Streiche) sowie um Challenges, die sportliche Aktivitäten bzw. **Geschicklichkeitselemente** beinhalten. Rund 80% der Kinder und Jugendlichen sehen sich am häufigsten TikTok-Videos aus diesen Challenges an.

¹⁴ Dieser Wunsch bestätigt bisherige Erkenntnisse zur Teilnahme von Kindern und Jugendlichen an Challenges, die zeigen, dass Aufklärung die wirksamste Form der Prävention ist (vgl. Astorri et al., 2023). Wie eine Studie zu verschiedenen Interventionsmöglichkeiten zeigt, ist in der Tat eine Kombination aus Interventionen auf familiärer und schulischer Ebene am besten geeignet, um die Verbreitung von potenziell schädlichen Challenges effektiv einzudämmen (vgl. Khasawneh, A., Madathil, K. C., Taaffe, K. M., Zinzow, H., Ponathil, A., Madathil, S. C., Nambiar, S., Nanda, G., & Rosopa, P. J., 2022. Dynamic simulation of social media challenge participation to examine intervention strategies. *Journal of Computational Social Science*, 5(2), 1637–1662. <https://doi.org/10.1007/s42001-022-00183-7>).

Abbildung 11. Rezeption verschiedener Challenges (Kategorien)

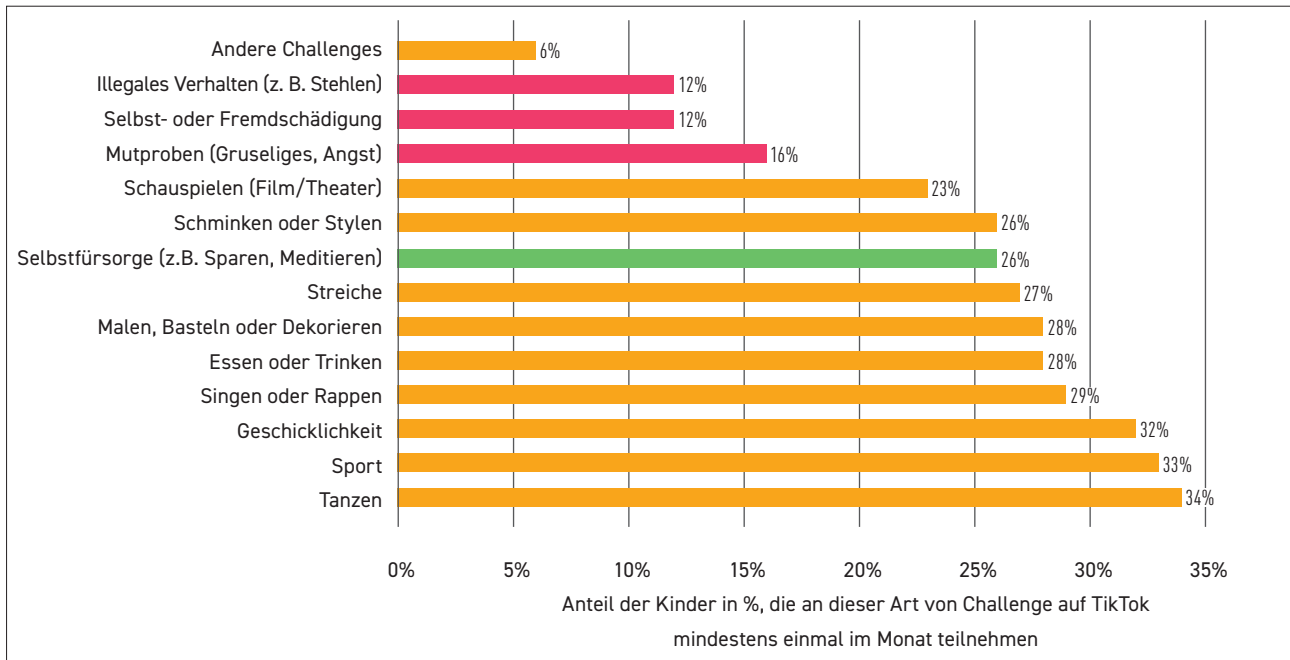


Die genannten Kategorien können allesamt im Bereich der neutralen Challenges verortet werden. Diese Challenges versprechen Spaß, richten dabei üblicherweise keinen Schaden an, erbringen aber auch keinen gesellschaftlichen oder persönlichen Nutzen abseits kurzfristiger Unterhaltung. Dem gegenübergestellt finden sich problematische Challenge-Videos aus den Bereichen von gruseligen oder angstauslösenden Mutproben, von selbst- und fremdschädigendem sowie illegalem Verhalten. Videos aus diesem Bereich der negativen, potenziell schädlichen Challenges werden von den Kindern und Jugendlichen im Vergleich am seltensten auf TikTok angesehen. Gleichwohl sieht immerhin fast die Hälfte der Befragten mindestens einmal monatlich Videos über Mutproben, die Angst oder Grusel hervorrufen. Bei den potenziell noch problematischeren Videos zu Challenges, die selbst- bzw. fremdschädigendes oder illegales Verhalten beinhalten, sind es immerhin fast 30%, die diese Inhalte mindestens einmal im Monat ansehen. Das zeigt, dass solche Challenge-Videos auf TikTok durchaus vorhanden sind und regelmäßig geguckt werden¹⁵ – auch wenn die Befunde aus der Inhaltsanalyse (siehe oben) nur geringe Fallzahlen für entsprechende Challenge-Videos ausweisen. Challenge-Videos, die Essen oder Trinken im weiteren Sinne umfassen, scheinen bei nahezu drei Viertel der befragten Kinder und Jugendlichen beliebt. Das Gefahrenpotenzial lässt sich an dieser Stelle noch nicht verlässlich einschätzen, da hier sowohl potenziell Tödliches (z. B. Waschmittelkapseln wie bei der **Tide Pod Challenge**), potenziell Schädliches (z. B. scharfe Chips wie bei der **Hot Chip Challenge**) oder aber völlig Harmloses (z. B. Teigtaschen wie bei der humoristischen Version der Momo Challenge, bei der tibetische Momo-Teigtaschen gegessen werden) im Rahmen einer entsprechenden Challenge gegessen, getrunken oder geschluckt werden könnten.

Bezüglich der aktiven Teilnahme an TikTok-Challenges ergibt sich ein ähnliches Muster wie beim Ansehen solcher Videos. Jedoch liegen die Teilnahmequoten merklich niedriger, was darauf hinweist, dass die Befragten solche Videos öfter anschauen, als dass sie selbst an den Challenges teilnehmen.

¹⁵ Es ist anzumerken, dass „mindestens einmal im Monat“ die geringste Häufigkeitsoption in der Bewertungsskala darstellte, sofern die Befragten nicht „nie“ wählen wollten. Daher könnte es sein, dass die Befragten eine niedrigere Frequenz angegeben hätten, wenn eine solche Option verfügbar gewesen wäre.

Abbildung 12. Teilnahme an verschiedenen Challenges (Kategorien)



Nichtsdestotrotz liefern die Ergebnisse hierzu besorgniserregende Kennzahlen: So haben ca. 16% der Kinder und Jugendlichen schon (mindestens) einmal an Challenges zu gruseligen oder angstausslösenden Mutproben teilgenommen. Bei Challenges zu selbst- oder fremdschädigendem sowie zu illegalem Verhalten sind es jeweils etwa 12% der befragten Kinder und Jugendlichen, die hier schon einmal mitgemacht haben. Was die als ambivalent einzuordnenden Challenges anbelangt, die das Essen oder Trinken bestimmter Substanzen umfassen, so haben circa 28% der Kinder und Jugendlichen entsprechende Challenges bereits absolviert. Zwar ist der anteilmäßige Sprung vom bloßen Ansehen entsprechender Challenge-Videos hin zur aktiven Teilnahme an selbigen einigermaßen groß; allerdings zeigen sich die vorliegenden Zahlen zur Teilnahme insgesamt als recht hoch – insbesondere, was die Teilnahme an potenziell schädlichen Challenges angeht.

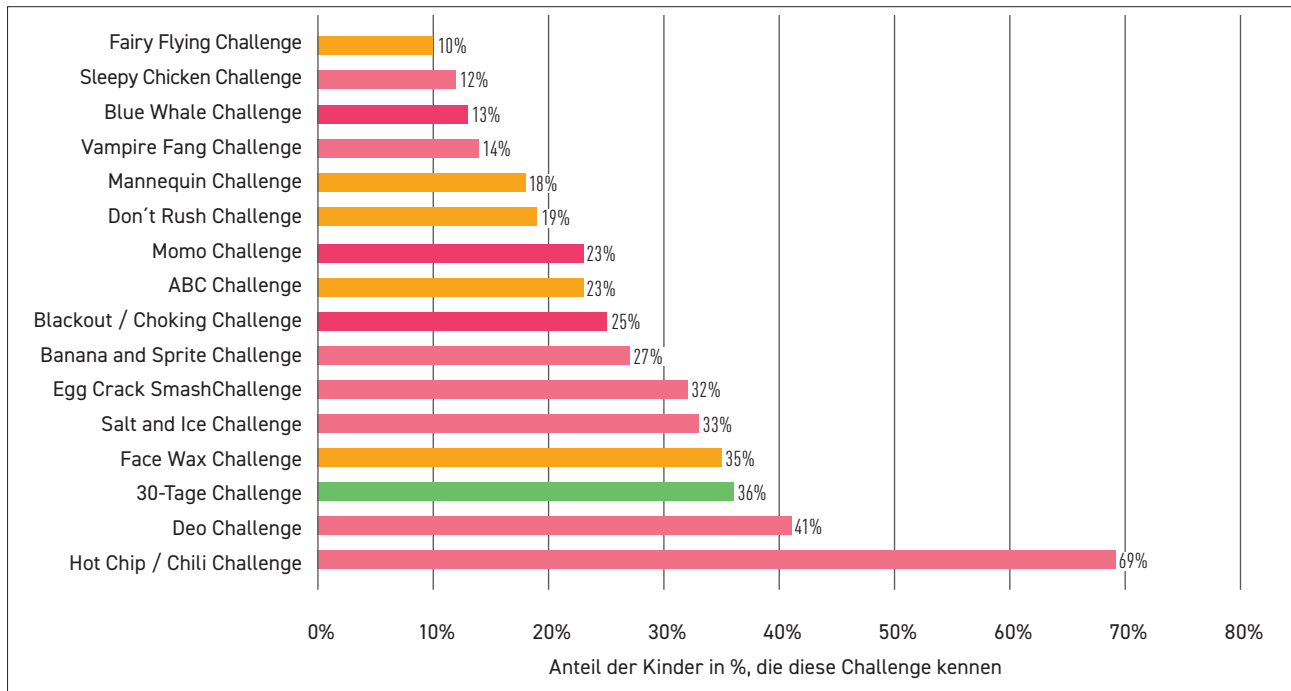
Konkrete TikTok-Challenges

Nachdem die Kinder und Jugendlichen zunächst nach Rezeption und Teilnahme hinsichtlich verschiedener Kategorien von Challenges befragt wurden, ging es im Anschluss um einzelne, spezifische Challenges¹⁶.

Auffällig ist hierbei, dass die kritischeren, potenziell (sehr) schädlichen Challenges am bekanntesten sind. Das gilt insbesondere für die zum Zeitpunkt der Befragung neu aufgetretene und in den Medien stark thematisierte **Hot Chip Challenge**. Diese ist knapp 70% der Befragten ein Begriff. Das deckt sich mit den Erkenntnissen aus der Inhaltsanalyse, die die massive Verbreitung von TikTok-Videos zur **Hot Chip Challenge** bestätigen, die ihrerseits von der Plattform selbst kaum bis gar nicht reguliert werden. Die **Deo Challenge**, die 2023 wieder populär wurde, ist immerhin 40% der Befragten bekannt. Auffallend ist auch, dass selbst ältere und sehr gefährliche Challenges wie die **Blackout**, **Momo** oder **Blue Whale Challenge** noch mehr als 20% der Kinder und Jugendlichen bekannt sind, trotz der strengen Regulierung solcher Videos durch TikTok. Bei potenziell schädlichen Challenges sind Offline-Medien wie Zeitungen, Fernsehen und Radio durchaus Informationsquellen, durch die die Befragten zum ersten Mal von diesen Challenges hören können (bei knapp einem Viertel der Befragten). Bei ungefährlichen Challenges spielen Offline-Medien und Erwachsene (wie Lehrer und Eltern) kaum eine Rolle, was sich jedoch bei gefährlichen Challenges ändert. Zudem sind Personen aus dem Internet (z. B. Influencer und Influencerinnen) sowie Freundinnen und Freunde allgemein die wichtigsten Quellen, um verschiedene Arten von Challenges kennenzulernen, egal ob harmlos oder potenziell schädlich. Über die Hälfte aller Befragten erfährt durch diese Quelle von verschiedenen Arten von Challenges.

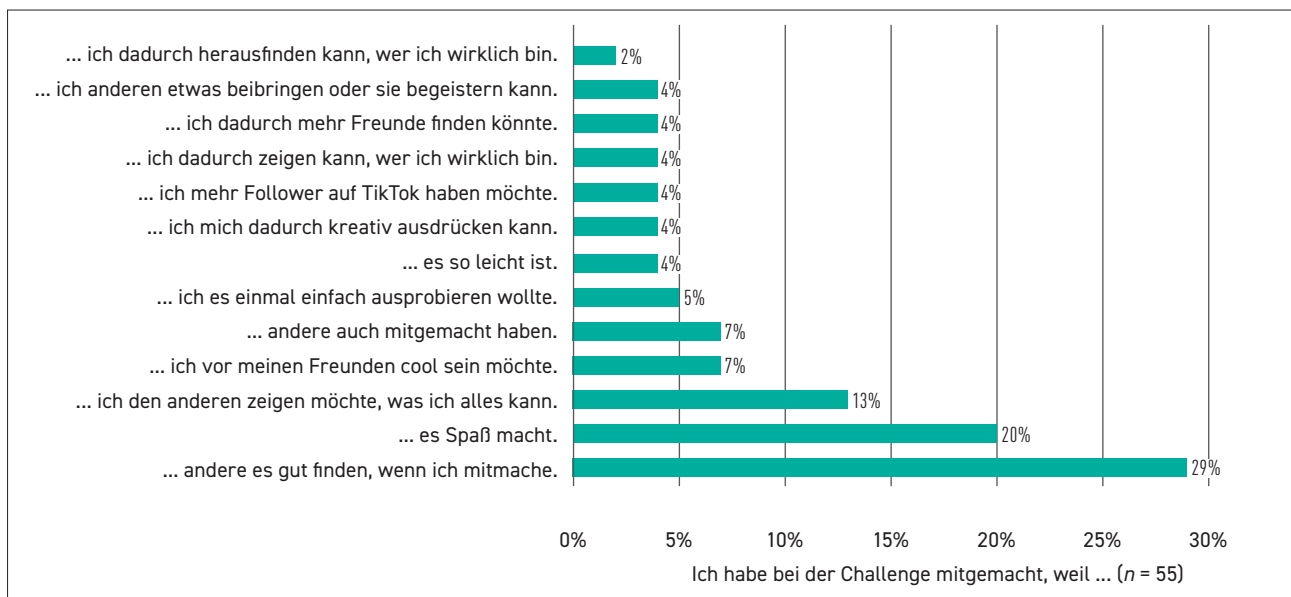
¹⁶ Hierbei wurde eine Auswahl von 16 Challenges getroffen, wobei darin das gesamte Spektrum von sehr gefährlichen (rot, siehe Abbildung 1) bis hin zu gänzlich harmlosen (grün, siehe Abbildung 1) Challenges abgebildet wurde; ebenso wurden einerseits etwas ältere, andererseits auch aktuelle Challenges miteinbezogen. Den Kindern und Jugendlichen wurden die Challenges in Form eines abstrahierten Bildes, das die Essenz der Challenge visualisiert, für einen kurzen Moment gezeigt, in dem sie schnell entscheiden mussten, ob sie die jeweilige Challenge kennen oder nicht. Im weiteren Verlauf der Befragung wurden sie ausschließlich zu den Challenges befragt, von denen sie angaben, sie bereits zu kennen. Auf diese Weise sollte vermieden werden, dass die Kinder und Jugendlichen erst durch die Befragung auf (negative) Challenges aufmerksam gemacht werden.

Abbildung 13. Kenntnis von konkreten Challenges



Geht man von Kenntnis und Rezeption nun einen Schritt weiter hin zur Teilnahme an den konkreten Challenges, so werden die Fallzahlen deutlich kleiner. Weniger als 2% der befragten Kinder und Jugendlichen geben überhaupt an, an einer der Challenges teilgenommen zu haben – im Großteil der Fälle scheint eine solche Teilnahme auch unkritisch zu sein, handelt es sich doch zuvorderst um tendenziell (eher) harmlose Challenges (z. B. **ABC**, **Mannequin**, **Banana and Sprite** oder **30-Tage Challenge**). Weniger als 1% der Kinder und Jugendlichen geben an schädliche, sogar potenziell tödliche Challenges (z. B. **Blue Whale**, **Momo**, **Deo** oder **Blackout Challenge**) bereits absolviert zu haben. Sind es auch sehr kleine Fallzahlen, ist es doch ein relevanter Befund, dass die Teilnahme auch an solch kritischen Challenges nicht gänzlich ausgeschlossen werden kann – nicht einmal, wenn es sich um Challenges handelt, deren Hochphase schon einige Jahre zurückliegt (z. B. **Momo** oder **Blue Whale Challenge**) oder deren Videos von TikTok gesperrt wurden (z. B. **Blackout Challenge**). Interessant ist hierbei auch, dass die **Hot Chip Challenge** – obwohl prominent auf TikTok vertreten und als bekannteste Challenge unter den Kindern und Jugendlichen deklariert – lediglich im Mittelfeld derjenigen Challenges liegt, an denen die Befragten laut eigenen Angaben bereits teilgenommen haben.

Abbildung 14. Motive für die eigene Teilnahme an Challenges



Als Gründe für die Teilnahme wurden vor allem zwei Faktoren genannt: Einerseits scheinen Gleichaltrige bei der Teilnahme an Challenges eine wichtige Orientierungsgröße zu sein. Anderen zu zeigen, was man kann und dadurch Anerkennung zu generieren, ist ein wesentliches Leitmotiv für die Teilnahme. Andererseits ist Spaß ein relevanter Treiber. Auch aus der Forschung ist bekannt, dass Challenges, die Spaß versprechen, häufiger absolviert werden¹⁷.

4.3 FAZIT

Die Befragung der Kinder und Jugendlichen zeigt insgesamt eine hohe Nutzungsfreudigkeit von TikTok. Dabei wird die Plattform allerdings in erster Linie passiv genutzt. Nur nachgeordnet spielt das Erstellen und Teilen eigener Videos eine Rolle.

Es zeigt sich, dass die Kinder und Jugendlichen viele verschiedene Formen und Ausprägungen von Challenges kennen. Die überwiegende Mehrheit dieser Challenges umfasst harmlose Aktivitäten, die sich beispielsweise im Bereich von Singen, Rappen oder Tanzen bewegen. Obwohl Challenge-Videos deutlich häufiger angesehen werden, als dass die Challenges tatsächlich von Kindern und Jugendlichen nachgeahmt werden, hat doch ein Drittel der Kinder und Jugendlichen bereits mindestens eine solche Challenge absolviert. Gleichzeitig sind den Befragten auch problematische, negative Challenges bekannt – darunter auch potenziell tödliche, wie beispielsweise die Blue Whale oder Black-out Challenge. Trotz der Tatsache, dass die Hochphase dieser Challenges bereits vergangen ist und TikTok Videos dazu stark reguliert oder sogar komplett sperrt, sind sie in den Gedanken einiger befragter Kinder und Jugendlicher noch immer präsent. Einige wenige haben sogar selbst schon einmal an diesen gefährlichen Challenges teilgenommen.

Das schulische Umfeld, gefolgt von der eigenen Familie, stellen die wichtigsten Ressourcen bzw. Anlaufstellen dar, an die sich Kinder und Jugendliche wenden, wenn sie über unangenehme Challenges sprechen möchten. Insbesondere im schulischen Umfeld liegt demnach großes präventives Potenzial, um die Verbreitung negativer Challenges frühzeitig einzudämmen.

¹⁷ Vgl. Falgoust, G., Winterlind, E., Moon, P., Parker, A., Zinzow, H., & Madathil, K. C. (2022). Applying the uses and gratifications theory to identify motivational factors behind young adult's participation in viral social media challenges on TikTok. *Human Factors in Healthcare*, 2, 100014.

5. ZUR EINORDNUNG DER ERGEBNISSE: HANDLUNGSEMPFEHLUNG UND AUSBLICK

Die große Mehrheit der auf TikTok auffindbaren Challenge-Videos dreht sich um neutrale, harmlose Challenges. Dementsprechend werden in Challenge-Videos wenige potenziell entwicklungsbeeinträchtigende oder sogar absolut unzulässige Inhalte dargestellt. 13,5% beziehungsweise 30,5% (wenn Videos berücksichtigt werden, die durch Challenge-spezifische Suchbegriffe von negativen Challenges in die Stichprobe gelangt sind) der untersuchten Videos zeigen negative Challenges. Fast alle dieser negativen Challenges beschäftigen sich mit Aktivitäten, von denen in der Regel keine langfristigen Schäden zu erwarten sind (z. B. Banana and Sprite Challenge oder Hot Chip Challenge) und die auch eine vergleichsweise geringere Reichweite erhalten. Tatsächlich blockiert TikTok ganze Challenges samt zugehöriger Suchbegriffe (und z. T. auch Abwandlungen selbiger). Das ist insbesondere bei potenziell tödlichen Challenges der Fall, wie beispielsweise der Blackout Challenge. Wie sich zeigt, scheint TikTok hier die Aufgabe der Contentmoderierung und -regulierung ernst zu nehmen und bei länger bekannten, gefährlichen Challenges durchzugreifen. Weniger gefährliche Challenges können dagegen gut durch ein paar simple Abwandlungen der Suchbegriffe aufgefunden werden, selbst wenn der ursprüngliche Name der Challenge und zugehörige Hashtags auf TikTok bereits gesperrt sind.

Trotz Sperrungen existieren auf TikTok problematische Inhalte. Über 60% der befragten Kinder und Jugendlichen geben an, bereits auf Inhalte gestoßen zu sein, die bei ihnen Unwohlsein ausgelöst haben. Rund ein Viertel der Befragten berichtet sogar, mehrmals pro Woche auf solche Inhalte zu stoßen. Besonders beunruhigend sind hierbei Inhalte, die einerseits Gewalt, andererseits extremistisches Gedankengut verbreiten. Allerdings scheinen diese Inhalte nur selten aus dem Bereich der Challenges zu stammen, sondern eher aus anderen Kontexten, die psychisch belastend sind. Eine Ausnahme sind Darstellungen von Schmerz, die häufiger als andere problematische Inhalte in Challenge-Videos auf TikTok zu finden sind (in 15% aller untersuchten Videos).

Empfehlung:

TikTok sollte die bisherigen Bemühungen fortsetzen und noch mehr tun, um junge Nutzer und Nutzerinnen zu schützen. Es wäre hilfreich, wenn die Plattform das Mindestalter von 13 Jahren erhöhen oder sicherstellen würde, dass das Alter der Nutzer spätestens bei Anwahl nicht-jugendgeeigneter Videos überprüft wird. So können Kinder und Jugendliche besser vor Inhalten bewahrt werden, die ihnen unangenehm sein könnten oder mit denen sie noch nicht umgehen können.

Deutlich wird, dass Regulierungen durch die Plattformbetreiber positive Effekte auf die Eindämmung negativer Challenges haben. Greift TikTok einmal nicht regulierend ein, können sich auch potenziell gefährliche Challenges stark verbreiten. Das lässt sich insbesondere an der **Hot Chip Challenge** nachvollziehen, die den Kindern und Jugendlichen mit Abstand am bekanntesten ist und um die sich auch ein beachtlicher Anteil der untersuchten Videos dreht. Gleichzeitig kann auch die starke Präsenz dieser Challenge in den traditionellen Medien die hohe Zahl an Hot-Chip-Videos erklären. Grundsätzlich ist TikTok nämlich nicht die einzige Quelle, durch die Kinder und Jugendliche von entsprechenden Challenges erfahren. Gerade auf sehr gefährliche Challenges werden Kinder und Jugendliche auch durch Offline-Quellen aufmerksam, wie beispielsweise Fernseh-, Zeitungs- oder Radionachrichten, wie sie in der Befragung berichteten.

Empfehlung:

Insbesondere potenziell gefährliche und tödliche Challenges sollten nicht prominent in den Medien diskutiert werden – und wenn doch, dann nicht ohne entsprechende Einordnung. Eine umsichtige Berichterstattung, die auf mögliche Gefahren von negativen Challenges, aber auch auf Möglichkeiten zum Schutz sowie auf Hilfsangebote und Anlaufstellen hinweist, ist eine hilfreiche Kontextualisierung.

Das schulische Umfeld ist für Kinder und Jugendliche der wichtigste Ort, um sich über potenziell negative bzw. gefährliche Inhalte auf Social Media auszutauschen. Etwa 60% der befragten Kinder und Jugendlichen wünschen sich, diese Themen verstärkt in der Schule zu besprechen. Auch die Eltern bzw. Erziehungsberechtigten sind hierbei für Kinder und Jugendliche ein wichtiger Bezugspunkt.

Empfehlung:

Aufklärung ist ein nicht zu unterschätzender Präventionsfaktor. Durch proaktive Gespräche kann Vertrauen geschaffen und der Risikosinn der Heranwachsenden geschärft werden. In einschlägigen Studien haben Teilnehmende negativer Challenges berichtet, dass sie rückblickend nicht an der Challenge teilgenommen hätten, wären sie sich vorab der Risiken bewusst gewesen.

Lehrkräfte, pädagogisches Personal und Erwachsene in Erziehungsfunktionen sollten versuchen, über aktuelle Trends unter Kindern und Jugendlichen auf dem Laufenden zu bleiben. Auch – oder insbesondere – schwierige, potenziell gefährliche Themen und Inhalte sollten proaktiv besprochen und mögliche negative Konsequenzen erklärt werden. Besonders hilfreich kann es sein, dass Bezugspersonen – nicht nur im Zuge von potenziell gefährlichen Challenges – die Mediennutzung ihrer Kinder begleiten. Dies geschieht beispielweise, wenn Eltern die Lieblingsinhalte ihrer Kinder gelegentlich mit ihnen gemeinsam ansehen. Dabei können Sorgen, Gefühle und Wünsche besprochen werden, die im Zuge dieser Mediennutzung bei den Kindern und Jugendlichen aufkommen können.

Leitfäden für die Aufarbeitung entsprechender Themen im Unterricht könnten Lehrkräften helfen, diese in den Schulalltag zu integrieren. Die dezidierte Schulung von medienpädagogischem bzw. schulpsychologischen Personal, aber auch von Schülerlotsen für einen Peer-to-Peer-Austausch, kann eine unterstützende Maßnahme sein. Diese können entsprechendes Wissen im Schulkontext distribuieren.

Auch für Erziehungsverantwortliche könnten Ratgeber helfen, die darauf eingehen, wie sich schwierige Inhalte – über die Kinder und Jugendliche vermutlich sogar besser Bescheid wissen als Erwachsene – einfacher im häuslichen Umfeld besprechen lassen. Zentral ist, einer breiten Basis die möglichen Gefahren, aber auch Dynamiken hinter negativen Challenges kenntlich zu machen. Gleichzeitig können auch mögliche wertvolle Effekte von positiven und auch von neutralen Challenges einbezogen werden. Indem Erziehungsverantwortliche ein Verständnis für den Unterschied zwischen positiven, neutralen und negativen Challenges entwickeln, wird es ihnen ermöglicht, Kinder und Jugendliche besser in ihrer Lebenswelt zu unterstützen, ohne pauschal Medieninhalte zu untersagen, die für die jungen Menschen von Bedeutung sein können.

Nicht zuletzt können und wollen die Kinder und Jugendlichen auch selbst aktiv werden und gegen problematische Inhalte vorgehen. Tatsächlich sind die Ausbildung von kritischer Reflexionsfähigkeit und Selbstwirksamkeit im Umgang mit problematischen Medieninhalten wesentliche Erziehungsziele in der medienpädagogischen Schulung von Heranwachsenden. Etwa 40% der befragten Kinder und Jugendlichen würden die Nutzung einer unabhängigen Meldestelle begrüßen, bei der sie entsprechende negative Challenges und problematische Videos melden können.

Empfehlung:

Eine unabhängige Meldestelle, bei der Kinder und Jugendliche problematische Inhalte aus dem Online-Bereich melden können, wird von vielen der Befragten begrüßt.

Impressum

Herausgeberin:**Landesanstalt für Medien NRW**

Zollhof 2

40221 Düsseldorf

Tel: 0211 / 77 00 7- 0

Fax: 0211 / 72 71 70

E-Mail: info@medienanstalt-nrw.de

Direktor: Dr. Tobias Schmid

Verantwortlich:

Sabrina Nennstiel, Leiterin Kommunikation

Dr. Meike Isenberg, Leiterin Medienpolitik und Forschung

Gestaltung:

Merten Durth, disegno kommunikation wuppertal

Herausgegeben:

Februar 2024