

# Ins Netz gegangen:

<http://www.buecherkids.de>

Kann Internetshopping den normalen Kaufrausch ersetzen? Wahrscheinlich nicht. Gerade bei Büchern ist das Aufblättern, Ansehen und Anlesen das A und O. Aber wenn Kinder sich zunehmend im Internet aufhalten, warum sollte man sie nicht da ‚abholen‘ und das neue Medium als Zugang für ein altes und nach wie vor beliebtes nutzen?

*Bücherkids*, seit November 2000 am Start und laut Pressetext die „erste Kinderbuchhandlung im Netz“, ist ein Internetshop, aber auch mehr als das: Die Priorität der Internetseite liegt zwar bei Produktinformationen und der Möglichkeit des Einkaufs. Darüber hinaus können die Kinder aber unter der Anleitung der Comicfiguren Nic, Rick und Sid, den „Bücherkids“, ihren Spaß u. a. mit Spielen oder im Chat haben.

Der Anspruch der Gründerin von *Bücherkids*, Corinna Kraft, ist dabei auch durchaus pädagogisch:

„Der Mediengebrauch insgesamt ist vielfältiger geworden, die Zeit, die wir mit den verschiedenen Medien verbringen, ist gestiegen. Gerade in dieser modernen, veränderlichen, temporeichen, oft reiz- und informationsüberfluteten Gesellschaft gewinnt das geschriebene Wort, das Buch und damit das Lesen an Bedeutung! Lernen, Unterricht, Bildung und Weiterbildung – ohne die Schrift und das Lesen nicht denkbar!“ Und: „Lesen öffnet unseren Kindern das Tor zu vielen verschiedenen Welten“. Die übersichtliche Startseite von *Bücherkids* eröffnet zunächst einmal derer zwei: die Auswahl zwischen einem Kinder- und einem Erwachsenenbereich.

Letzterer startet mit drei verschiedenen Navigationsebenen, was zunächst nicht sehr einleuchtend erscheint. Es lassen sich jedoch grob drei Bereiche unterscheiden: Produktverkauf (Navigationsleiste am linken Bildrand), Information (obere Navigationsleiste) und auf der eigentlichen Seitenoberfläche eine Art bunter Marktplatz.

Dieser bietet eine breite Themenauswahl, über die man sich erst einmal einen Überblick verschaffen muss, und man fühlt sich ein wenig erinnert an das Erlebnis, wenn man eine (Kinder-)Buchhandlung betritt und zunächst herumstöbert in der Vielfalt: Hinweise auf Kinofilme und Comics, Preisausschreiben, Lebenshilfe wie der „Kinderdoc“ oder natürlich „Harry Potter“ – das Angebot ist weder eindimensional noch monomedial angelegt.

Der Informationsbereich gibt – leider etwas verstreut (und damit unübersichtlich) unter „Interessantes“, „Wir“, „AGB“ und „Impressum“ – Auskunft u. a. über die Betreiber(in) der Seite und ihre Zielsetzung: „Ziel von *Bücherkids* ist es, aus Kindern ‚Gerne Leser‘ zu machen.“

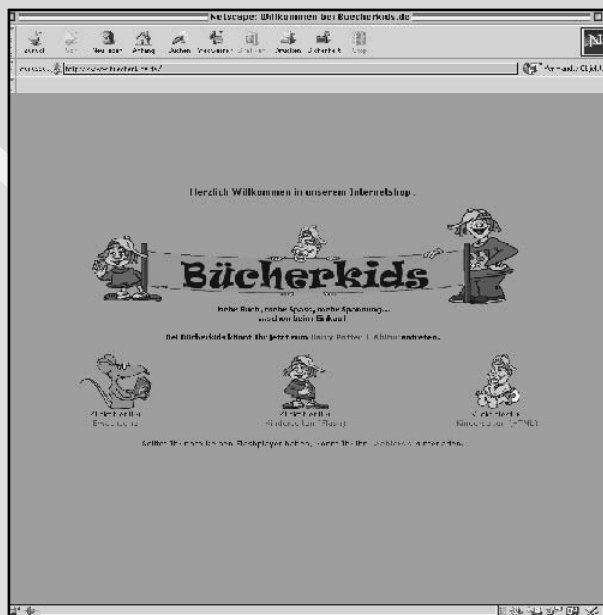
Damit die Erwachsenen auf dem Weg zu diesem Ziel nicht zu viel verderben, möchte *Bücherkids* ihnen behilflich sein bei der richtigen Auswahl der Lektüre für ihre Kinder. Dafür wird den Eltern die Aufteilung des Kinderbereichs in die drei Altersstufen 1. *Bilder- und Vorlesebücher* (für 0 – 5-Jährige), 2. *Kinderbücher* (für 6 – 9-Jährige) und 3. *Jugendbücher* (ab 10 Jahren) erläutert und ihnen damit die Auswahl passender Bücher im Verkaufsbereich erleichtert. Dieser bietet nicht nur „Bücher“, sondern auch „Hörspiele / CDs“, „CD-ROMs“ und „Videos“ an (in der Menüleiste in der grausamen Schreibweise CDs etc.).

Die Rubrik „Bücher“ präsentiert einige „Bücher der Woche“, wobei die Auswahl laut *Bücherkids* von Kundenempfehlungen, Katalogen der Verlage und aus Hinweisen der Fachpresse angeregt wird. Was die Seitenbetreiber nach eigener Lektüre dann selbst für gut befinden, wird hier angeboten.

Die „Top Ten“ der Bestsellerliste orientieren sich an den Verkaufszahlen von *Bücherkids*. Diese resultieren aus den ca. zehn Bestellungen täglich (bei ca. 400 Seitenzugriffen am Tag). Zu allen Produkten können Informationen abgefragt werden, wobei diese ausführlicher und abwechslungsreicher ausfallen könnten, etwa mit Lese- oder Hörproben. So bleibt es bei einer Abbildung des Covers mit Kurzinformationen und natürlich der Bestellfunktion.

Für die „Kinderseiten“ gibt es die Auswahl zwischen Flash- oder Noflash-Version; das ist eine Frage der Verspieltheit und der Rechnerkapazität.

Die Flash-Version jedenfalls baut auch bei den 0 – 5-Jährigen schon auf große Medienkompetenz, oder anders ausgedrückt: Hier bewegen sich die Kinder wahrscheinlich eher mit ihren Eltern, müssen sie doch einiges lesen und auch die Symbole der Unterrubriken „Bücher“, „Kassetten/CDs“, „Computer“, „Videos“, „Spiele“ und „Meinungsbox“ unterscheiden können. Hier könnte man – auch als Hilfe für die Eltern – noch zumindest beim Roll-Over mit der Maus über die Symbole den jeweiligen Erläuterungstext noch einmal erscheinen lassen.



Geht man dann in die einzelnen Unterrubriken, sind Flash- und Noflash-Version wieder identisch.

Die verschiedenen Altersbereiche bieten natürlich entsprechende, altersgemäße Produkte an. Man wünscht sich hier, genau wie im Erwachsenenbereich, transparentere Informationen über die Gründe der Auswahl. Und: Wenn man die Kinder tatsächlich fürs Lesen begeistern will, sollte man gerade im Kinderbereich mehr Textproben anbieten. So bleibt das Stöbern in der Welt der Bücher einerseits etwas oberflächlich, ist aber andererseits gefahrlos, da Eltern nicht befürchten müssen, dass ihre Kinder an für sie ungeeignete Produkte geraten oder sich bei schlechtem Wetter nasse Füße holen.

Der Spielbereich ist für alle Altersgruppen gleich. Hier könnte mehr Abwechslung geboten werden. Darüber hinaus gibt es für die 6 – 9-Jährigen und die Kinder ab 10 einen gemeinsamen Chat-Room und die Möglichkeit, selbst interaktiv-kreativ zu werden, Geschichten zu schreiben und bei *Bücherkids* zu veröffentlichen. Hier beteiligen sich die Kinder noch sehr wenig.

Und wie sieht es mit Bestellungen aus? Natürlich könnte die Verlockung gerade für ‚Kids‘ groß sein, ihre Eltern in den Ruin zu treiben, indem sie – absichtlich oder aus Versehen – den virtuellen Warenkorb prall füllen und dann die Bestellung abschicken. Theoretisch sind solche „Scherzbestellungen“ laut Auskunft von Corinna Kraft denkbar, aber man versucht sich durch das Überprüfen von Post- und E-Mail-Adressen und durch eine automatische Bestätigungsmail an den Absender zu schützen.

Insgesamt wünscht man sich eine ausführlichere, auch multimediale Aufbereitung des Angebots, um die Verlockung zum Lesen durch *Bücherkids* noch zu steigern. Aber so oder so erscheint es sinnvoll, das Bücherangebot für Kinder in einem begrenzten und damit übersichtlichen Internetangebot vorzustellen. Das ergibt sich auch aus der neuesten Studie der Stiftung Lesen zum *Leseverhalten in Deutschland im neuen Jahrtausend*. Wer seine Lektüre aus dem Angebot herausgefiltert hat, der nimmt sich zwar die Zeit zum Lesen, aber auf dem Weg zur entspannten Lektüre ist das Haupt-Lesehindernis die Tatsache: „Es erscheinen so viele Bücher, dass es unmöglich ist, den Überblick zu behalten.“

Informationen über Bücher, wie sie *Bücherkids* für Kinder anbietet, sind als Anregungsquelle in diesem Zusammenhang nicht zu unterschätzen, auch, um das Interesse am Lesen nicht weiter sinken zu lassen. Im Übrigen hat die Studie – erstaunlicherweise? – ebenfalls ergeben, dass PC-Nutzung und Bücherlesen nicht in Konkurrenz zueinander stehen, sondern PC- und Internetnutzer eher überdurchschnittlich viel lesen. Die *Bücherkids* sind also offenbar auf dem richtigen Weg.

Olaf Selg