

„Alles geht durcheinander und ich habe das Gefühl, dass es aus dem Englischen ins Deutsche übersetzt ist“

Die Perspektive junger Menschen bei der Analyse bestehender AGB jugendrelevanter Plattformen

Lena Schmidt, Achim Lauber, Niels Brüggem

Die Einbeziehung der Perspektive von jungen Menschen bei der Analyse und Bewertung bestehender AGB von jugendrelevanten Plattformen ist ein Teil des Kooperationsprojektes von JFF und FSM „Jugendgerechte AGB“. Der vorliegende Text ergänzt die weiteren Projektergebnisse *Erläuterung und Interpretation von Art. 14 Abs. 3 DSA* sowie die *Analyse und Bewertung von AGB und bisheriger Unterstützungsmaßnahmen für Minderjährige*. Diese bieten zusammen die Basis für die übergreifenden Empfehlungen zur Ausgestaltung jugendgerechter AGB. Alle Ergebnisse finden Sie auf der [Webseite zum Projekt](#).

Ausgangslage und leitende Fragen

Ein wichtiger Schritt bei der Weiterentwicklung von kinderfreundlichen und kindgerechten digitalen Angeboten ist es, deren Nutzungsbedingungen so zu beschreiben, dass sie auch jungen Menschen vermittelbar sind. Der Digital Services Act (DSA) sieht in Art. 14 Abs. 3 vor, dass die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) von Vermittlungsdiensten, die sich auch an Minderjährige richten, oder wenn diese die Dienste überwiegend nutzen, so verfasst sein müssen, dass auch Minderjährige sie verstehen können. Auch das deutsche Jugendschutzgesetz (JuSchG) gibt in § 24a Abs. 2 Nr. 8 vor, dass die Rahmenbedingungen der Nutzung von digitalen Angeboten für Minderjährige transparenter werden sollen.

Auf dieser Grundlage wurde das Projekt von FSM und JFF entwickelt, um die Perspektive von Minderjährigen einzubinden und ihre Partizipation in der Entwicklung von Vorgaben sowie Prüfkriterien zur Ausgestaltung von AGB zu ermöglichen. In Workshops mit Jugendlichen wurde das Verständnis von AGB sowie deren Bedeutung im Medienhandeln thematisiert. Exemplarisch wurden anhand von AGB einschlägiger jugendrelevanter Plattformen Punkte herausgearbeitet, an denen aktuelle AGB und ergänzende Nutzungsbedingungen für sie nicht verständlich sind. Weiterhin wurden Vorschläge der Jugendlichen gesammelt, wie AGB zugänglicher aufbereitet werden können.

Leitende Fragen waren:

- Welche Hürden gibt es beim Lesen und Verstehen von AGB?
- Welche Wünsche und Bedürfnisse haben Jugendliche für die Aufbereitung komplexer Informationen?
- Und ferner: Welche medienpädagogischen Methoden sind geeignet, um die Verständlichkeit von Nutzungsbedingungen für Minderjährige abzuschätzen?

Ausschlaggebend waren die Perspektive und die alltäglichen Nutzungsgewohnheiten von Jugendlichen. Die Ergebnisse sollen dazu beitragen Anforderungen zu formulieren, wie aus jugendmedienschutzrechtlicher und medienpädagogischer Sicht AGB jugendgerecht erläutert und ausgestaltet werden könnten.

Methodische Zugänge

Um die Perspektive von Jugendlichen auf das Thema einzuholen, wurde ein medienpädagogischer Workshop in einer Berliner Schule durchgeführt. Die Teilnehmenden des Workshops waren zwischen 14 und 15 Jahre alt. Insgesamt nahmen 17 Jugendliche einer 9. Klasse teil. Der Workshop dauerte dreieinhalb Stunden.

Zentral waren drei Zugänge zum Thema:

- **Verträge und Vereinbarungen in der Lebenswelt Jugendlicher:** Was sind AGB aus der Sicht Jugendlicher und wie gehen sie damit um?
- **Nutzungsgewohnheiten beim Suchen von Informationen:** Wie informieren sich die Jugendlichen über die Apps und was bereitet ihnen Schwierigkeiten?
- **Wunschscenario zu jugendgerechten AGB:** Wie wünschen sich die Jugendlichen die Aufbereitung wichtiger Informationen?

Der Workshop wurde als medienpädagogisches Praxisprojekt umgesetzt, das für die Teilnehmenden attraktiv sein sollte und gleichermaßen an den Forschungsinteressen orientiert ist. Die Methoden, die im Workshop Anwendung fanden, sind elaborierte (medien-)pädagogische Methoden, die auf das Thema zugeschnitten wurden. Insgesamt konnten fünf Methoden erprobt werden. Die Methodenbeschreibungen sind ebenfalls online abrufbar auf der Webseite des Projekts.

Ergebnisse

Welchen Stellenwert haben AGB bei den Jugendlichen?

Die Jugendlichen haben eine Vorstellung davon, was in den AGB steht und auch, dass es sehr unterschiedliche Dinge sind, die dort geregelt werden. Es interessiert sie vor allem alles zu den Themen Datenspeicherung und -verarbeitung. Sie haben Interesse am Schutz ihrer Daten und möchten wissen, was mit ihren Daten passiert. Vor allem möchten sie wissen, dass ihre Daten geschützt werden.

Es wurde aber auch deutlich, dass AGBs zwar registriert, aber nicht unbedingt weiter beachtet werden. In einer Workshopmethode ging es darum, zu reflektieren, wie oft die Jugendlichen im Alltag bewusst oder unbewusst Regeln beachten und ggf. stillschweigend Verträge eingehen, z. B. im Straßenverkehr oder in Geschäften. Dass es sich ähnlich im digitalen Raum verhält, ist den Jugendlichen bewusst. Sie wissen, dass sie eine Art Vertrag

mit den Plattformen abschließen, wenn sie diese benutzen. Mit dem Begriff Allgemeine Geschäftsbedingungen oder der Abkürzung AGB können sie dagegen nicht viel anfangen und sie unterscheiden nicht, was formal unter Allgemeine Geschäftsbedingungen und andere Regelwerke, wie Datenschutz- oder Community-Richtlinien, fällt. Was in diesem Zusammenhang auch deutlich wurde, ist, dass sie die AGB nicht bewusst wahrnehmen bzw. lesen.

Wie informieren sich die Jugendlichen?

Bei der Ausgestaltung jugendgerechter AGB ist es zentral, dass wichtige Informationen, die für die Nutzung der Plattformen von Bedeutung sind, sichtbar werden. Die Jugendlichen würden die AGB nicht bewusst aufrufen und lesen, brauchen die Informationen daraus aber für ihren Umgang mit der Plattform. Es ist wichtig zu verstehen, wie die Jugendlichen sich informieren um daran anschließend Angebote für sie bereitstellen zu können. In einer Methode ging es darum, Fragen zu recherchieren, zu denen die Antworten in den AGB von exemplarisch ausgewählten jugendrelevanten Plattformen wie YouTube, Snapchat, Instagram und TikTok zu finden sind, z.B. dazu, wer die Plattform nutzen darf. Zentral war dabei nicht, dass die Jugendlichen die Fragen korrekt und umfassend beantworten, sondern vielmehr, wie sie zu ihren Antworten kommen.

Obwohl sie wissen, dass sie die Informationen auf den jeweiligen Plattformen finden, hat nur ein Teil der Jugendlichen die AGB der Plattform gesucht und versucht, aus dem Text die gefragten Inhalte zu finden. Sie hatten Mühe, in der vorgegebenen Zeit ihre Antworten zu finden, da der Text sehr lang ist. Sie haben dabei keine Such-Shortcuts genutzt.

Der Großteil der Jugendlichen hat die Fragen mithilfe der Suchmaschine Google beantwortet. Das erste Suchergebnis, das in der Regel als Ausschnitt der jeweiligen Quelle angezeigt wird, wurde zur Beantwortung der Frage genutzt, ohne die Quelle zu prüfen. Teilweise waren das Ausschnitte von Webseiten, wie der der Initiative „Schau Hin!“, aber auch andere, nicht pädagogisch ausgerichtete Webseiten, bei denen die Jugendlichen den Text dann auch nicht verstanden haben. In den wenigsten Fällen war das erste Suchergebnis ein Link zur Plattform.

Welche Hürden gibt es für Jugendliche?

Die zwei größten Herausforderungen mit den AGB betrafen das Leseverständnis, eng verknüpft mit der formalen Darstellung und die Auffindbarkeit. Hinsichtlich des Verstehens des Textes zeigten sich in der Recherche als auch in einer weiteren Methode, in der die zentralen Aussagen exemplarischen Auszügen zugeordnet werden sollten, große Schwierigkeiten. Folgende Aspekte führten im Wesentlichen dazu, dass die Jugendlichen die Informationen nicht verstanden:

- Die AGB enthalten viele Fachbegriffe, die die Jugendlichen nicht kennen.
- Die Sätze sind lang und kompliziert geschrieben.
- Es entsteht der Eindruck, dass der Text aus dem Englischen übersetzt ist.

Zudem konnte festgestellt werden, dass es den Jugendlichen nicht gelang, die AGB innerhalb der Plattform direkt zu finden. Das kann daran liegen die AGB nicht präsent auf der Plattform verlinkt sind, und die Regelwerke auf den verschiedenen Plattformen unterschiedliche Bezeichnungen haben, was die Suche erschwert.

Was wünschen sich die Jugendlichen?

Um den Einblick zu erweitern, welche wesentlichen Punkte der AGB aus Sicht der Jugendlichen zielgruppengerecht und nachvollziehbar gestaltet werden sollten, wurde im

Workshop eine Methode umgesetzt, in der es darum ging, welche Informationen die Jugendlichen brauchen und wie sie sich diese medial und gestalterisch aufbereitet wünschen.

Interessiert sind die Jugendlichen in erster Linie an Informationen rund um ihre Daten:

- Wie sicher ist die App?
- Kann ich gehackt werden?
- Auf welche Daten haben andere Zugriff?
- Wo gehen meine Daten hin?

Aber auch Fragen nach der Funktionsweise der Plattformen sowie Informationen, die sie unmittelbar brauchen, um die Plattformen zu nutzen, wie z. B. die Frage nach dem Urheberrecht von Bildern und Videos interessiert sie.

Formal schlagen sie insbesondere die folgenden Anpassungen vor:

Benutzerfreundlichkeit:

- Wichtigste Informationen zuerst
- Persönliche Ansprache

Funktionalität:

- Zusammenfassungen
- Bulletpoints statt Fließtext

Erscheinung:

- Markierung von Informationen
- Große Schriftgröße

Medialität:

- Integration von Audioelementen
- Kurze Erklärvideos

Diese Analyse ist entstanden im Projekt "Jugendgerechte AGB", das die FSM und das JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis gefördert von der Bundeszentrale für Kinder- und Jugendmedienschutz im Zeitraum 01.10.2023 bis 15.11.2023 umgesetzt haben.

Gefördert durch:



Bundeszentrale
für Kinder- und
Jugendmedienschutz