

Ein Video mit den Hauptdarstellern Greta Thunberg und George Monbiot (The Guardian) hat bei Youtube eingeschränkte Funktionen. Youtube blendet unter Umständen den Hinweis ein: „Diese Aktion ist bei Inhalten speziell für Kinder deaktiviert.“ Ansehen können sich Kinder das Video, aber zahlreiche Funktionen sind nicht mehr zu benutzen.

Die [Informationen](#) von Youtube lassen den Schluss zu, dass der Autor des Videos (Creator) als **Zielgruppe „speziell für Kinder“** festgelegt und die Inhalte auf Kinder ausgerichtet hat.

Inhaltlich bezieht Youtube keine Stellung. Die Darbietung ist suggestiv und dient eher zur Einschüchterung von Kindern als zur ihrer Motivation, Bäume zu pflanzen. Sie ist einer der vielen Versuche, aus Kindern durch das Einflößen von Angst Gefolgsleute zu machen.

[Verlinkt](#) wurde das Video unter anderem von Stefan Rahmstorf (PIK).

Inhalte speziell für Kinder

Die Einschränkung dient der Einhaltung des [US-Gesetzes zum Schutz der Privatsphäre von Kindern im Internet \(Children's Online Privacy Protection Act, COPPA\)](#)



Die Änderungen wurden vorgenommen, „um Kinder und deren Privatsphäre besser zu schützen und auf Bedenken seitens der US-Handelsbehörde (Federal Trade Commission, FTC) zu reagieren.“

Creator müssen die Zielgruppe eines Videos oder ihres Kanals als „speziell für Kinder“ festlegen, wenn ihre Inhalte auf Kinder ausgerichtet sind. Bei Inhalten, die als speziell für Kinder gekennzeichnet sind, werden bestimmte Funktionen möglicherweise eingeschränkt oder deaktiviert.

Gemäß den Leitlinien der FTC zu den COPPA-Bestimmungen gilt ein Video in den folgenden Fällen als speziell für Kinder:

- Die Hauptzielgruppe sind Kinder.
- Die Hauptzielgruppe des Videos sind zwar nicht Kinder, aber es ist auf Kinder ausgerichtet. Die Beurteilung beruht dabei unter anderem auf Faktoren wie dem Thema des Videos und darauf, ob der Schwerpunkt des Videos zum Beispiel auf bei Kindern beliebten Figuren, Themen, Spielsachen oder Spielen liegt.

Die Einschränkungen der Funktionen sind [hier](#) beschrieben.

Immer wieder versuchen Klimaalarmisten, Kinder in ihren Bann zu ziehen. Voran

gehen ihnen stets Erwachsene. Um die Bewegung in Schwung zu halten, lassen sich PR-Strategen immer wieder Neues einfallen. Dieses Video wurde am 01.11.2019 veröffentlicht.

Titelfoto: ambermb, pixabay



Werbung

