merz | medien + erziehung | Arnulfstraße 205 | 80634 München
| fon 089.68989120 | merz@jff.de | www.merz-zeitschrift.de
| ISSN 0176-9418

merz
ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK

# Andrea Stephani: YouTube: Mehr Schutz für Kinder

Beitrag aus Heft »2020/01 Wie analog ist digitale Gewalt?«

Seit dem 01. Januar 2020 sind YouTuberinnen und YouTuber verpflichtet, Videos zu kennzeichnen, die speziell Kinder adressieren. Im September 2019 musste YouTube eine Rekordstrafe von gut 170 Millionen US-Dollar zahlen. Das hatte die US-Aufsichtsbehörde Federal Trade Commission (FTC) entschieden, nachdem bei Videos für Kinder auf der Plattform ein deutlicher Verstoß gegen die Richtlinien der Children's Online Privacy Protection Rule (COPPA) festgestellt worden war. YouTube hat daraufhin klare Änderungen im Kontext der Rubrik Kids Content auf der Plattform vorgenommen. Zur Sicherung der Privatsphäre und Verringerung der Interaktionsmöglichkeiten erhalten Videos dieser Rubrik künftig keinen Zugang mehr zu Features wie personalisierten Werbeanzeigen, Kommentaren, Live Chats oder Playlists. Auch ist die Option der direkten Monetarisierung und des Super Chat deaktiviert. Kanäle, die sich in erster Linie an Kinder richten, haben demnach nun keine Storys mehr, keine Benachrichtigungen und keinen Community-Tab. Denn all diese Funktionen benötigen konkrete Nutzerdaten. Da YouTube nie für Nutzende unter 13 Jahren ausgelegt gewesen sei, werden diese Änderungen nun umgesetzt und betreffen alle Nutzenden dieser Videos – also Videos, die speziell markiert wurden oder von YouTube als Kinder-Videos eingeordnet wurden. Das tatsächliche Alter des registrierten Nutzenden spiele dabei keine Rolle. Darüber hinaus sind Creatorinnen und Creatoren verstärkt angehalten, Inhalte, die für die junge Zielgruppe bestimmt sind, eindeutig als solchen Content zu kennzeichnen. Dafür wurde eine neue Zielgruppeneinstellung eingeführt; diese funktioniert einzeln für jedes Video oder für den gesamten Kanal. Für Kanäle, die zweifelsfrei Videos für Kinder veröffentlichen, wird die Einstellung vom System automatisch angepasst. Ein entsprechendes Prüf- und Meldeverfahren ist nicht geplant, auch die Form der Kennzeichnung sowie mögliche Sanktionen des Plattformbetreibers bleiben unkonkret. Werbung dürfen YouTuberinnen und YouTuber weiterhin im Kontext dieser Videos schalten, allerdings nicht personalisiert und auf Interessen der jungen Rezipierenden abgestimmt. Sinkendes Interesse für Werbetreibende und Ausfälle in den Werbeeinnahmen könnten die Folge sein. Bestimmungen der COPPA gelten zwar lediglich für US-Dienste, YouTube betont jedoch die Verbindlichkeit der Richtlinien unabhängig vom Standort.

www.youtube.googleblog.com



kopaed verlagsgmbh | Arnulfstraße 205 | 80634 München
kopaed verlagsgmbh | fon 089.688 900 98 | info@kopaed.de | www.kopaed.de