



## The devil uses YouTube ads

### Die Ironie der Algorithmen: YouTube verdient an klimaleugnender Werbung vor unseren Aufklärungsvideos – ein Workaround und ein eindringlicher Appell.

Natürlich gibt es großartige Werbung auf YouTube und die meisten Werbetreibenden wollen auf sich oder ihre tollen Produkte aufmerksam machen: Gute Gründe, YouTube ads zu schalten. Aber unsere Clickbait-Headline soll etwas anderes zeigen: Informationssuche auf YouTube folgt ihren eigenen Regeln und ist anfällig für Manipulation.

YouTube ist eine mächtige Plattform, auf der Menschen suchen, lernen und sich unterhalten lassen. Doch wie jedes mächtige Werkzeug hat es Schattenseiten. Kürzlich stießen wir auf eine besorgniserregende Entwicklung: Anzeigen von „The Epoch Times“, einem Medium, das für seine kontroversen Standpunkte bekannt ist, wurden unseren aufgeklärten Klima-Inhalten vorgeschaltet.

„The Epoch Times“ hat sich einen Namen gemacht, teilweise durch die Förderung von Verschwörungstheorien und durch eine redaktionelle Linie, die wissenschaftlich fundierte Klimadaten infrage stellt. Ihre Inhalte und Werbestrategien sind geschickt darauf ausgerichtet, Zweifel an der Klimakrise zu säen und die Dringlichkeit von Umweltschutzmaßnahmen zu unterminieren. Es ist bedenklich, dass solche Botschaften gerade im Umfeld von Fakten-basierten, wissenschaftlich gestützten Klimainhalten auftauchen.

Die Praxis von „The Epoch Times“, gezielt Anzeigen zu schalten, die den Klimawandel leugnen, steht im krassen Widerspruch zu unserem Bestreben, über YouTube aufzuklären. Es wirft zudem Fragen auf bezüglich der Verantwortung von YouTube selbst. Welche Richtlinien bestimmen, welche Werbung einem bestimmten Publikum gezeigt wird? Und vor allem, wie kann es sein, dass klimaleugnende Inhalte eine Plattform auf einem Kanal finden, der sich dem Kampf gegen die

Klimakrise verschrieben hat? Der Kampf gegen den Klimanotfall als Geschäftsmodell und Umsatz durch klimaleugnende Inhalte — das passt nicht zusammen.

Die Ironie ist also nicht zu übersehen. Während wir uns bemühen, die Öffentlichkeit über die Klimakrise und ihre Folgen aufzuklären, ermöglicht das Ad-System von YouTube paradoxerweise, dass konträre und wissenschaftlich widerlegte Meinungen unsere Zuschauer:innen erreichen. Dies untergräbt nicht nur unsere Arbeit, sondern verstärkt auch die Polarisierung in einem ohnehin schon aufgeheizten Diskurs.

Wir haben YouTube bereits kontaktiert, um dieses Problem zur Sprache zu bringen. Es ist essenziell, dass Plattformen Verantwortung übernehmen und sicherstellen, dass ihre Algorithmen und Werberichtlinien nicht zur Verbreitung von Desinformation beitragen. Leider haben wir bis jetzt nur einen Workaround identifiziert: Befindet man sich in einer ähnlichen Lage wie wir, so ist es möglich, im AdSense-Bereiche werbetreibende URLs zu blockieren. Wir haben im konkreten Fall nun u.a. die URLs epochtimes.de, theepochtimes.com sowie deren entsprechende YouTube-Kanäle blockiert. Dadurch bleiben wir hoffentlich nicht nur von „Wahrheit und Tradition“ verschont (so deren vielsagender Slogan), sondern auch von klimaleugnender Werbung vor unseren Videos. Leider ein aufwändiger und manueller Schritt, aber besser als nichts.

Wir laden andere Content-Ersteller:innen ein, ihre Erfahrungen zu teilen. Habt ihr ähnliche Begegnungen mit unpassenden oder konträren Anzeigen vor euren Videos gehabt? Wie geht ihr damit um, und was denkt ihr, können wir gemeinsam tun, um solche Vorfälle in Zukunft zu vermeiden?

Es ist an der Zeit, dass wir eine offene Diskussion darüber führen, wie digitale Werbung funktioniert, welche ethischen Grenzen es gibt und wie wir als Gemeinschaft sicherstellen können, dass unsere Botschaften nicht durch diejenigen untergraben werden, die mit Desinformation handeln. Nur so können wir die Integrität unserer Inhalte und die Wahrhaftigkeit unserer Botschaften bewahren.

Mit Liebe erstellt von beyond content. Wir hoffen, dir mit unseren Geschichten Mut zu machen!

Dieses Content-Piece ist online verfügbar unter  
<https://www.beyond-content.de/geschichten/2024/04/02/the-devil-uses-youtube-ads/>.

**beyond : content**

© 2026 – beyond content gGmbH – [www.beyond-content.de](http://www.beyond-content.de)