

Phänomen Snapchat



Es gibt eine App, über die werden jeden Tag 4 Milliarden Videos angesehen. Die Rede ist nicht von YouTube und auch nicht von Facebook!

2015 überschlugen sich die Nachrichten über Snapchat. Zuletzt wurde ein neuer, gravierender Meilenstein gefeiert: Snapchat zieht im Bereich der Videoreichweite mit Facebook gleich. 4 Milliarden Videoaufrufe täglich – im Mai waren es noch 2 Milliarden. Dieses rasante Wachstum dürfte Facebook langsam nervös machen. Denn das führende soziale Netzwerk konnte durch die Einführung der Autoplay Funktion seine Videoreichweite zwar stetig steigern, jetzt kommt, nicht wirklich überraschend aber für viele vermutlich trotzdem plötzlich, Snapchat ins Spiel.

Was ist Snapchat und seit wann gibt es das?

Wer über 30 ist, keinen Zugang zu pubertierenden Kids hat und nicht gerade im Onlinemarketing oder Social Media Bereich arbeitet, hat vielleicht noch nie etwas von diesem Snapchat gehört. Oder eben erst in letzter Zeit. Dabei ist Snapchat nicht wirklich neu und wird, wie die aktuellen Zahlen eindrucksvoll belegen, von der Jugend fleißig genutzt. Die App wurde 2011 von Robert Murphy und Evan Spiegel entwickelt und ist kein soziales Netzwerk wie Facebook sondern ein Instant-Messaging-Dienst.

Im letzten Jahr hatte Facebook vergeblich versucht, Snapchat zu kaufen. Das Angebot von 3 Milliarden Dollar wurde von den Gründern mutig abgelehnt. Aktuell hat die Snapchat App Schätzungen zufolge bereits mehr als 200 Millionen aktive Nutzer. Das Unternehmen wird mit rund 16 Milliarden US-Dollar bewertet. Snapchat experimentiert seit einiger Zeit mit Unternehmens-Kooperationen und verschiedenen Formen der Videowerbung, macht aber laut [internen Zahlen](#) noch deutliche Verluste. Im Mai diesen Jahres verkündete Snapchat Chef Evan Spiegel, dass der Gang an die Börse geplant sei, es aber noch keinen konkreten Zeitplan gäbe.

Was kann Snapchat?

Über Snapchat kann man kommunizieren und sich informieren. Ein Mitarbeiter des Unternehmens beschreibt die App in einem Video als „die persönlichste aller Formen der Mobilkommunikation“. Über Snapchat schickt man Fotos und Videos direkt an seine Freunde. Vorher kann man diese natürlich bearbeiten, bemalen, mit Text und Smileys versehen, filtern oder seinen Aufenthaltsort hinzufügen. Der eigentliche Clou ist ein anderer: auf Snapchat kann man bestimmen, wie lange Freunde den Snap sehen können. Das Maximum liegt bei 10 Sekunden, dann ist das Bild wieder weg. Sofern jemand vorher schnell einen Screenshot macht, wird der Fotoinhaber darüber informiert.

Alternativ kann man mit Snapchat Storys seine Tagesgeschichte erzählen. Dabei werden alle Bilder und Videos des Tages gebündelt und als Filmstreifen dargestellt. Solche Geschichten sind für 24 Stunden sichtbar und können im Gegensatz zu den Snaps, in dieser Zeit immer wieder aufgerufen werden. Nach einem Tag werden dann auch die Snapchat Storys unsichtbar.

Neben Nachrichten, Fotos oder Videos des eigenen Umfeldes kann man sich auf Snapchat aber auch über Meldungen aus aller Welt informieren. Im „Discover“ Bereich posten Medienunternehmen wie „National Geographic“, „MTV“, „Yahoo“, „CNN“ oder „Cosmopolitan“ täglich redaktionelle und kreative Inhalte, die sich deutlich von den Inhalten auf anderen Plattformen unterscheiden.

In den USA kann man seit Ende letzten Jahres über Snapchat sogar Geld versenden. Freund auswählen, Betrag und Dollarzeichen in das Chatfenster eingeben, abschicken, fertig.

Junge, mobile und extrem aktive Zielgruppe

Die Snapchat App richtet sich offiziell an die Altersgruppe der 13 bis 34 Jährigen und ist vollkommen für die vertikale Nutzung des Smartphones optimiert. Der Messenger ist schlicht und klar aufgebaut, auf das Wesentliche beschränkt und relativ einfach zu verstehen. App starten, Foto / Video machen und verschicken, oder nach rechts für die neusten Snaps, bzw. nach links für die Geschichten seiner Freunde wischen – mehr muss man im Prinzip nicht tun. Das geht schnell und mal eben zwischendurch.

Die Generation Smartphone ist faul, genau das macht sich die App zunutze. Die Gesellschaft ist schnelllebig, man ist viel unterwegs, hat wenig Zeit und möchte immer auf dem laufenden bleiben. Zwischen Schule, Uni oder auf der Arbeit muss es schnell gehen. Über Snapchat verschafft man sich in kurzer Zeit und mit minimalem Aufwand ein Zwischenupdate.

Der Reiz liegt für die jugendliche Nutzergruppe vor allem aber im Selbstzerstörungsmodus der auf Snapchat geteilten Inhalte. Bilder, die über Snapchat an Freunde gesendet werden, können maximal 10 Sekunden angesehen werden, bevor sie, vermeintlich für immer, im Snapchat Nirwana verschwinden – wo das auch immer sein mag. Freunde können die Fotos auf jeden Fall danach nicht mehr sehen. Gepostete Geschichten kann man seinen Leuten für 24 Stunden zugänglich machen.

Weil auf Snapchat die Inhalte für die Nutzer nur zeitlich begrenzt sichtbar sind, erhöht sich der Druck und auch die Angst, etwas zu verpassen. Und weil auch die eigenen Inhalte immer wieder verschwinden, muss man immer wieder neue Inhalte posten um selber auf Snapchat präsent zu bleiben. Die Nutzer der App sind somit entsprechend häufig aktiv.