



Stellt Snapchat tatsächlich Facebook und WhatsApp in den Schatten? Eini-
ges spricht dafür.

BILD: SN/DOPPSCH

Facebooks gelber Schreck

Für Jugendliche ist Facebook schon längst aus der Mode. Die Lücke schließt ein Dienst mit zweifelhaftem Ruf. Dennoch setzen selbst das Weiße Haus und das EU-Parlament auf Snapchat.

RALF HILLEBRAND

LOS ANGELES. Eine Studentin macht ein Oben-ohne-Foto – und will es an ihre neue Flamme schicken. Da sie nicht möchte, dass der Freund das Bild speichert, versendet sie es nicht via WhatsApp oder Facebook, sondern via Snapchat. Denn der Dienst bietet die Funktion, Fotos automatisch löschen zu lassen.

So hat sich Snapchat bei der breiten Masse einen Namen gemacht. Doch der explizite Konnex zu Sexting, dem Versenden von erotischen Nachrichten, scheint vergangen. Und mit ihm das Nischendasein. Neueste Studien weisen Snapchat sogar als den Dienst schlechthin aus – zumindest bei Jugendlichen: In einer aktuellen Erhebung gaben die meisten US-Teenager Snapchat als ihr Lieblings-Social-Network an. Und auch in Europa scheint der Trend angekommen zu sein. Laut einer Studie des Jugendmagazins „Bravo“ setzen zwar die Zehn- bis 19-Jährigen auf WhatsApp. Doch Snapchat wird von 35 Prozent der Jugendlichen genutzt. Zum Vergleich: Auf Facebook setzen laut „Bravo“-Erhebung nur 32 Prozent. Weltweit sollen mittlerweile 100 Millionen Menschen auf Snapchat aktiv sein – und zwar täglich.

Ist Snapchat also „the next big thing“? „Ja, ist es. Zumindest wenn es um die Zielgruppe zwischen 14 und 30 geht“, sagt Judith Denkmayr. Die Wahlwienenerin arbeitet als Corporate Development Manager bei „Vice“, jenem Medienhaus, das vorrangig Jugendliche als Zielgruppe hat. Denkmayr selbst beschäftigt sich seit Jahren mit Snapchat. Der Dienst habe den Spagat geschafft zwischen einem Messenger, also ei-



„Snapchat ist wie der Wilde Westen.“

Judith Denkmayr,
Social-Media-Expertin

nem SMS-Ersatz-Dienst, und einer Social-Media-Plattform. „Man kann nicht nur hin- und herschreiben, sondern eine Art Profil erstellen und Beiträge für alle posten – vergleichbar mit Facebook.“ Der Fokus liege zudem stark auf Bewegtbild: Sieben Milliarden Videoclips werden täglich über Snapchat abgepostet – annähernd so viele wie auf Facebook. Die Clips können jedoch maximal zwölf Sekunden lang sein.

Die Medienwelt hat Snapchat mittlerweile ebenso entdeckt. Über

den Bereich „Discover“ kann sich der Nutzer Beiträge von Partnern wie CNN, der „Daily Mail“ oder der „Cosmopolitan“ ansehen. Und es gibt inzwischen eigene Nachrichtenformate. US-Journalist Peter Hamby hat beispielsweise vor einem Jahr CNN verlassen, um für Snapchat das Magazin „Good Luck America“ aufzuziehen, das sich mit dem US-Wahlkampf beschäftigt.

Aktuell sind die Nachrichtenformate stark US-bezogen. Doch dies dürfte sich ändern. Bereits jetzt versorgen etwa Schweizer Medien über eigene Profile ihre Fans mit Snapchat-Inhalten. Zudem hat Snapchat vor rund drei Monaten ein Büro in London eröffnet, um noch stärker in Europa präsent zu sein. Judith Denkmayr nennt einen weiteren Zielmarkt: „Sie sollen in der arabischen Welt sehr stark sein.“

Welches Potenzial Snapchat hat, weiß auch die Konkurrenz. Facebook und Google gaben in den vergangenen Monaten Übernahmeangebote für Snapchat ab. Facebook bot drei Milliarden Dollar – für ein Unternehmen, das heute 19 Milliarden wert ist. Die beiden Gründer, Robert Murphy und Evan Spiegel, lehnten ab. „Dass man nicht an Google verkaufen wollte, wundert mich nicht. Google hat noch jedes

Social Network zerstört“, sagt Denkmayr. Aber beim Facebook-Angebot sei die Social-Media-Expertin „ziemlich baff“ gewesen. „Offenbar haben die Gründer ihr eigenes Potenzial erkannt.“

Doch lässt sich das Potenzial monetarisieren? Laut Denkmayr besteht Hoffnung: „Snapchat ist bei Video und privater Kommunikation ganz stark. Und sie zwingen Marken, einen authentischeren, lustigeren Zugang zu ihren Kunden zu finden.“ Da sich zudem gesendete Nachrichten immer noch nach einer bestimmten Zeit von allein löschen, dränge Snapchat zu einer anderen Art von Kommunikation. Auf Snapchat schreibe man andere, kurzweiligere Dinge als auf WhatsApp oder Facebook – und zwar nicht nur Sexting-Inhalte. „Das Weiße Haus, Bernie Sanders (US-Präsidentschaftskandidat, Anm.) und das Europäische Parlament sind auf Snapchat vertreten. Und von ihnen hab ich noch keine Sexting-Videos gekriegt“, sagt Judith Denkmayr mit einem Augenzwinkern. Snapchat sei dennoch nach wie vor ein „großes Experimentierfeld“: „Es hat etwas vom Wilden Westen, anarchisch und doch irgendwie verspielt. Aber ebendas macht den Reiz aus.“



KLICKFIT
Ralf Hillebrand

Wann man den Handy-Akku laden sollte

Unsere Smartphones werden immer schicker, schneller, smarter. Doch trotz aller technologischer Weiterentwicklung bleibt ein Problem: der Akku. Ein jeder Nutzer kann die Laufzeit seines Handys aber selbst verlängern – etwa indem er sein Smartphone richtig lädt.

Grundsätzlich gilt: Die Lithium-Ionen-Akkus unserer Smartphones sollten nicht permanent vollständig entladen und wieder geladen werden. Dass man Handys komplett leer werden lässt, bevor man sie wieder auflädt, gilt schon lange nicht mehr. Dem Akku bekommt es ebenso wenig, wenn man ihn weiterlädt, wenn er bereits 100 Prozent erreicht hat. Schafft man es hingegen, den Batteriestand dauerhaft zwischen rund 30 und 70 Prozent zu halten, verlängert man die Leistungsfähigkeit und die Lebensdauer deutlich.

Auch eine weitere Faustregel ist mittlerweile veraltet: Handys müssen bei der Erstinutzung nicht mehr für zwölf oder mehr Stunden am Stück geladen werden. Dies galt für die alten Nickel-Cadmium-Akkus, jedoch nicht für Lithium-Ionen-Geräte.

Anregungen um die Digitalwelt?
RALF.HILLEBRAND@SALZBURG.COM

Doch kein neuer Kino-„Tatort“?

BERLIN. Der schon lange geplante „Tatort“ fürs Kino mit dem Ermittlerduo aus Münster kommt nicht voran. „Unser Kino-„Tatort“ ist noch in der Pipeline“, sagte Schauspieler Jan Josef Liefers, der eine Hauptrolle spielt. „Aber die jüngsten Erfahrungen mit ‚Tatort‘ im Kino haben bei Partnern Zweifel aufgeworfen.“ Für den Kino-„Tatort“ mit Til Schweiger Anfang des Jahres interessierten sich nur knapp 300.000 Zuschauer. SN, dpa

Nintendo tüftelt an einer neuen Spielkonsole

KYOTO. Die japanische Videospielefirma Nintendo arbeitet an der Entwicklung einer neuen Spielkonsole für 2017. Gerüchten zufolge soll das Gerät Nintendo NX heißen und über das Android-Betriebssystem von Google verfügen, welches in den meisten Mobiltelefonen zum Einsatz kommt.

Nintendos aktuelle Konsole Wii U kämpft derweil mit Absatzproblemen. Seit Erscheinen Ende 2012 wurden 12,8 Millionen Stück abgesetzt, Konkurrent Sony verkaufte die Playstation 4 seit November 2013 bereits 36 Millionen Mal. Zum Vergleich: Nintendos Spielkonsole Wii verkaufte sich von 2006 bis heute mehr als 100 Millionen Mal. **mike**

Aktie auf Talfahrt: Twitter setzt auf Sport

Werbeeinnahmen sprudeln nicht mehr wie erhofft. Können Liveübertragungen Twitter retten?

SAN FRANCISCO. Anleger warten weiter vergeblich auf Erfolgsmeldungen von Twitter. Der vor zehn Jahren gestartete Dienst etablierte sich als Medium für die Verbreitung schneller Nachrichten. Im vergangenen Quartal schwächelte jedoch das Werbegeschäft, die Erlöse blieben deutlich unter den Erwartungen der Wall Street. Die Aktie stürzte im vorbörslichen Handel am Mittwoch um rund 14 Prozent ab.

Besonders enttäuschend aus Sicht der Anleger: Die Werbeerlöse, Twitters wichtigste Geldquelle, wuchsen „nur“ um 37 Prozent auf 595 Millionen Dollar. Im Vorquartal hatte es hier noch ein Plus von 48 Prozent gegeben. Die Nachfrage von großen Marken, die Produkte

per Tweet bewerben, sei schwächer gewesen. Unternehmen setzen stattdessen stärker auf Videos.

Twitter hat zudem die Prognosen der Analysten beim Ausblick auf das laufende Vierteljahr massiv verfehlt. Der Kurznachrichtendienst stellt Erlöse zwischen 590 und 610 Millionen Dollar in Aussicht. Finanzprofis waren von erheblich mehr ausgegangen.

Zumindest beim Nutzerwachstum konnte Mitgründer Jack Dorsey Fortschritte vermelden. Die Zahl der aktiven User, die sich mindestens ein Mal pro Monat einloggen, stieg binnen drei Monaten von 305 auf 310 Millionen. Das leichte Wachstum erklärt der Kurznachrichtendienst mit „saisonalen Fak-



Twitter-Boss Jack Dorsey.

BILD: SN/AFP

toren“ wie der Oscarverleihung und einer Marketingoffensive. Allerdings betonte Twitter zuletzt, man müsse die rund 500 Millionen Internetautoren dazurechnen, die Tweets zu sehen bekommen, ohne bei dem Dienst eingeloggt zu sein.

Dorsey war vergangenen Oktober zu Twitter zurückgekehrt. Er will das Ruder herumreißen – etwa durch einfachere Nutzbarkeit und neue Angebote wie Liveübertragungen über die eigene Streaming-App Periscope. Dorsey deutete in einer Telefonkonferenz mit Analysten an, dass auf den Deal zur Übertragung von zehn Donnerstag-Spielen der American-Football-Liga NFL weitere vergleichbare Vereinbarungen folgen könnten. SN, dpa