

Jana Schröpfer: Social Media-Apps. Snapchat vor Facebook

Beitrag aus Heft »2016/03: Empowerment und inklusive Medienpraxis«

Die App-Nutzung deutscher Jugendlicher steigt und dreht sich vor allem um Social Media-Apps und bildhafte Inhalte – das zeigt eine Umfrage der Jugendmarke BRAVO, die von der Bauer Media Group durchgeführt wurde und sich aus dem Youth Insight Panel, dem umfassenden Marktforschungstool von BRAVO, speist. Für die Erhebung 'YouTube- sowie App-Nutzung' wurden 727 Jugendliche im Alter von zehn bis 19 Jahren befragt. Vier Fünftel von ihnen haben bis zu 20 Apps auf ihr Smartphone geladen und interessieren sich besonders für Social Media-Plattformen. Der Messenger-Dienst WhatsApp gehört für 91 Prozent der Befragten zu den drei meistgenutzten Social Media-Apps und bleibt damit unangefochtener Spitzenreiter. Danach folgen YouTube (56 %) und Instagram (52 %). YouTube sichert sich dabei auch den ersten Platz der meistgenutzten Videoplattformen. Neun von zehn Jugendlichen nutzen YouTube mindestens einmal pro Woche bis täglich und auch Nutzungsintensität sowie -dauer sind im Vergleich zu den Vorjahren angestiegen.

Eine besondere Dynamik zeigt sich auf den Folgeplätzen der beliebtesten Social Media-Apps: Der Foto- Messenger Snapchat (35 %) überholt das soziale Netzwerk Facebook (32 %), das zum wiederholten Male auf die hinteren Rangplätze verwiesen wird. Snapchat gewinnt bei deutschen Jugendlichen deutlich an Popularität; zählte es 2015 bei nur 17 Prozent der Befragten zu den beliebtesten Social Media-Apps. Weitere Studienergebnisse zeigen, dass bildlastige Apps wie Instagram oder Snapchat besonders bei Mädchen beliebt sind und viele Jugendliche Social Media-Apps nutzen, um sich über ihre Stars zu informieren. Sei es durch Abonnements bei YouTube oder durch das Folgen auf den benannten Bilddiensten. Facebook hat bei dieser, für Jugendliche relevanten Nutzungsfunktion an Bedeutung verloren.

www.bauermedia.com/presse/newsroom