**Facebook out - WhatsApp in**Über den Wandel der Kommunikationsvorlieben von Jugendlichen

Kein Internet-Dienst soll jemals so schnell gewachsen sein, wie WhatsApp, das 2009 im kalifornischen Santa Clara von Jan Koum (geb. 1976) und Brian Acton (geb. 1972) gegründet wurde und inzwischen zu Multimilliardären gemacht hat. Im Februar 2014 wurde WhatsApp für 19 Milliarden US-Dollar von Facebook geschluckt.

**Die ganze Welt auf Facebook und Co**

2,7 Milliarden Menschen nutzen nach Angaben von Facebook im April 2019 die Dienste Facebook, Instagram, WhatsApp oder den Messenger überhaupt und 2,1 Milliarden davon jeden Tag. In Deutschland sind es nach Angaben des Konzerns 32 Millionen Menschen, die täglich, davon 29 Millionen über ein mobiles Endgerät, Facebook nutzen. (https://allfacebook.de/zahlen\_fakten/offiziell-facebook-nutzerzahlen-deutschland, 20.05.19) WhatsApp soll im Januar 2018 1,5 Milliarden Nutzerinnen und Nutzer monatlich gehabt haben.

Für Deutschland hat man herausgefunden, dass sich die überwiegende Anzahl aller Internetnutzerinnen und -nutzer im "Ökosystem" von Facebook aufhalten. Die ersten fünf Plätze gehören alle dazu und zwar in dieser Reihenfolge: 76% YouTube, 75% WhatsApp, 63% Facebook, 37% Facebook Messenger, 33% Instagram (Quelle: DATAREPORTAL We are Social/Hootsuite’s jährliche globale Studie zur Internetnutzung, Digital 2019) Braucht es mehr um die Bedeutung dieser Dienste im Leben der Menschen zu verdeutlichen?

**WhatsApp – der Shooting star a, Social Media-Himmel**

WhatsApp, "ein »internetbasierter, plattformübergreifender Instant-Messaging-Dienst für den Austausch von Textnachrichten, Bild- , Video- und Ton-Dateien sowie Standortinformationen zwischen Benutzern von »Mobilgeräten wie »Smartphones" (Wikipedia, 30.11.14) wird mit einer kostenlosen App installiert und kann nach der Registrierung durch den Nutzer mit dessen Mobilfunk-Nummer genutzt werden.

Dabei werden auch standardmäßig alle Telefon-Adressbucheinträge des neuregistrierten Nutzers ausgelesen, um zu erfassen und dem Nutzer anzuzeigen, mit wem davon er über WhatsApp kommunizieren kann.

WhatsApp unterscheidet sich von SMS zunächst einmal dadurch, dass es nicht als eigene Dienstleistung vom jeweiligen Mobilfunkanbieter zur Verfügung gestellt wird, sondern wie andere Dienste seiner Art das Internet als Instant-Messaging-Programm nutzt. Das sind Programme zum Nachrichtensofortversand, mit dessen Hilfe zwei oder mehrere Teilnehmer mit Textnachrichten kommunizieren können (»chatten)

WhatsApp kann aber noch weit mehr. Zur Kommunikation können über den Dienst z. B. auch Foto-, Video- und Audiodateien sowie Kontaktdateien ausgetauscht werden und, wer will, kann anderen auch seinen per »GPS ermittelten Standort mitteilen, an dem er sich gerade befindet.

In der Kritik der Öffentlichkeit stand WhatsApp lange, unter anderem wegen der unverschlüsselten Übertragung seiner Daten. Seit Mitte November 2014 hat die Firma daher entschieden, eine Ende-zu-Ende-Verschlüsselung für den Dienst zu entwickeln, die die Datenübertragung auf die in USA stehenden Server und zurück sicher machen soll. Neben den Sicherheitsbedenken richtet sich die Kritik der WhatsApp-Gegner aber auch auf die Tatsache, dass sich WhatsApp mit seinen Geschäftsbedingungen freie Hand verschafft, um die von den Nutzern produzierten Medien für eigene kommerzielle Zwecke zu nutzen.

**WhatsApp und die wechselnden Präferenzen Jugendlicher bei Social Media-Plattformen**

Für das rasante Wachstum von WhatsApp haben auch sich ändernde Präferenzen bei der Nutzung sozialer Netzwerke durch Jugendliche beigetragen.

Schon seit längerem hat man in Deutschland auch bei der Altersgruppe der 13- bis 19-Jährigen zwar einen Rückgang bei der Facebook-Nutzung festgestellt: Irgendwie können offenbar vor allem die Jüngeren immer weniger mit dem "klassischen" sozialen Netzwerk, das noch 2014 mit weitem Abstand an der Spitze gestanden hat (vgl. JIM-Studie 2014), etwas anfangen. Das bedeutet allerdings nicht, dass auch der seit Jahren festgestellte allmähliche Rückgang des der für Kommunikation aufgewendeten Anteils der Onlinenutzung auf eine geringere Bedeutung von Social Media-Plattformen im Leben der jungen Leute hinweist. Im Gegenteil: "Die Nutzung der Social Media-Plattformen verfestigt sich kontinuierlich im Alltag der Jugendlichen." (JIM-Studie 2018, S.38)

**Social Media macht nicht glücklicher**

Dabei spielt es offenbar kaum eine Rolle, dass das Glücklichkeitslevel unter Jugendlichen in den letzten Jahren, wenn es um Freundschaften und das emotionale Wohlbefinden geht, stark gesunken ist, wie eine britische Studie aus dem Jahr 2018 zeigt (Studie von »YouGov unter britischen Jugendlichen im Auftrag von "»Prince's Trust"):

Auch wenn mehr als ein Viertel der jungen Briten erklärt, die sozialen Medien trügen zu ihrem Glücksempfinden bei, weil sie ihrer Generation, wie sie glauben, eine Stimme gäben, um Einfluss auf die Zukunft zu nehmen, rangiert der Glücksfaktor sozialer Medien allerdings deutlich hinter anderen Glücksfaktoren wie Sport treiben (44%), genügend Geld verdienen, um sich leisten zu können, was man will (62%) oder Zeit mit der Familie zu verbringen (77%) https://www.theguardian.com/society/2019/feb/05/youth-unhappiness-uk-doubles-in-past-10-years, 20.05.19)

**WhatsApp führt das Ranking an-**

Was der Digital Report 2019 (s. o.) für alle Internetnutzer feststellt, zeigt sich auch bei den deutschen Jugendlichen zwischen 12 und 19 Jahren: "Die vorgegebene Liste potentieller Dienste wird mit deutlichem Abstand von WhatsApp angeführt: 95 Prozent der Zwölf- bis 19-Jährigen nutzen diesen Messenger mindestens mehrmals pro Woche (täglich: 82 %) – die WhatsApp-Nutzer schätzen, dass sie pro Tag 36 WhatsApp-Nachrichten erhalten. Instagram verzeichnet zwei Drittel regelmäßige Nutzer (täglich: 51 %), Snapchat 54 Prozent (täglich: 46 %) und Facebook landet weit abgeschlagen auf dem vierten Rang (15 %; täglich: 8 %). Twitter bleibt nach wie vor eine Nischenplattform und wird nur von acht Prozent der Jugendlichen regelmäßig genutzt." (JIM-Studie 2018, S.38)

**Social Media-Plattformen sprechen unterschiedliche jugendliche Nutzergruppen an**

Die verschiedenen Social Media- Plattformen, die in Deutschland von den Jugendlichen zwischen 12 und 19 Jahren zur Kommunikation genutzt werden, haben dabei ihre jeweils eigenen Fans. Ihre Nutzergemeinde lässt sich oft gut nach Alter und Geschlecht differenzieren.

**Geschlechtsspezifische Unterschiede**

* So weisen z. B. die Plattformen Snapchat, Pinterest und Instagram Unterschiede bei der Nutzung durch Mädchen und Jungen auf. Bei Snapchat sind die Mädchen mit 62 Prozent deutlich aktiver als die Jungen (47 %), Pinterest wird von 16 Prozent der Mädchen und nur 3 Prozent der Jungen genutzt und bei Instagram sind 73 Prozent der Mädchen in diesem Alter und 61 Prozent der Jungen "unterwegs". (vgl. JIM-Studie 2018, S.39)
* Twitter, insgesamt nicht gerade ein "Renner" bei den jungen Leuten wird von 10 Prozent der Jungen und 5 Prozent der Mädchen der Altersgruppe von 12 bis 19 Jahren genutzt. (vgl. ebd.)

**Altersmäßige Unterschiede**

* Die jüngsten Jugendlichen zwischen 12 und 13 Jahren sind "bei den großen Plattformen (etwas) weniger aktiv" (vgl. ebd.)
* WhatsApp steht in allen Altersgruppen an erster Stelle
* Instagram punktet besonders stark bei den 14- bis 17-Jährigen
* Wer unter 18 Jahre alt ist, hat mir Facebook nicht mehr viel am Hut, je älter die Jugendlichen sind, desto eher sind sie auf der "klassischen" Social Media-Plattform aktiv, die 18-19 Jährigen sind darauf 2018 (noch) zu einem knappen Drittel regelmäßig aktiv, allerdings deutlich weniger als im Jahr zuvor (47 %). (vgl. ebd.)
* Auch Snapchat hat seine Stellung 2018 vor allem bei den Jugendlichen zwischen 18 und 19 Jahren verbessert und wird jetzt von dieser Altersgruppe etwa genauso häufig genutzt wie bei den jüngeren Jugendlichen (vgl. ebd.)

**So what?**

Ist Facebook bei Jugendlichen nun etwa "out", wie viele meinen? Mitnichten, auch wenn es einen Trend bei den jüngeren zur Nutzung anderer Social Media-Plattformen gibt. Und »Mark Zuckerberg (geb. 1984) werden sicher über solche Entwicklungen keine grauen Haare wachsen, solange sich die "Wanderungsbewegungen" der Internetnutzerinnen und Nutzer innerhalb des von Facebook fortlaufend erweiterten "Ökosystems" des Internetgiganten abspielt und seine Kasse weiter klingeln lässt.

**Arbeitsanregungen:**

1. Visualisieren Sie dafür geeignete Zahlen und Daten in Form von Bildstatistiken.
2. Gestalten Sie eine komplexere Infografik mit Hilfe der von Ihnen gestalteten Bildstatistiken und ergänzen Sie das Ganze mit weiteren Angaben zum Thema.