



Snapchat – Facebook oder Twitter?

Die Story hat was: Vor knapp vier Jahren erreichte den Stanford-Studenten Evan Spiegel eine E-Mail. Absender war niemand Geringeres als Mark Zuckerberg. Inhalt: Man möge sich doch einmal über diesen neuen Dienst unterhalten, den der 23-jährige Spiegel und sein Freund Bobby Murphy da erfunden hätten. Eine Foto-App, deren Besonderheit darin besteht, dass sie die versendeten Bilder innerhalb weniger Momente wieder zerstört.

Bereits kurze Zeit später verlieh der Facebook-Gründer seinem Interesse eine sehr konkrete Form. Für das erst 20 Monate alte, umsatzlose Unternehmen Snapchat bot er drei Milliarden US-Dollar. Dass Zuckerberg den Markt für soziale Netzwerke kennt wie kein anderer, zeigt der weitere Gang der Geschichte. Die inzwischen auf den Namen Snap hörende und im Silicon Valley ansässige Firma bereitet gerade ihren Börsengang für das Frühjahr 2017 vor. Angepeilter Börsenwert: 25 Milliarden US-Dollar! Nun dürfte Snapchat bei den über 35-Jährigen ein gewisses Bekanntheitsdefizit aufweisen. Schließlich ist die Hälfte der 150 Millionen Nutzer weltweit unter 20 Jahre alt. Mit dieser Zahl liegt das Start-up schon jetzt vor dem Kurznachrichtendienst Twitter. Und im Gegensatz zu dem „Zwitscherdienst“ wächst Snapchat ganz gewaltig. Hinzu kommt, dass seine User enorm aktiv sind: Snapchat hat nach früheren Informationen mehr als sieben Millionen Videoaufrufe pro Tag – das sind nur etwa eine Million Aufrufe weniger als auf Facebook, und zwar mit einem Bruchteil der Nutzer. 28 Prozent der amerikanischen Jugendlichen geben laut Analysten der amerikanischen Investmentbank Jefferies bereits an, dass Snapchat ihr wichtigstes soziales Netzwerk sei. Facebook liegt in dieser Statistik übrigens nur auf Platz vier – Instagram und Twitter haben es

bereits überholt. Da kann man das Interesse der Investoren verstehen. Bisher kamen bereits 2,65 Milliarden US-Dollar zusammen. Zu den namhaftesten Investoren gehören Alibaba und Yahoo. In einer neuen Finanzierungsrunde hat das Start-up im Sommer 1,8 Milliarden US-Dollar an zusätzlichen finanziellen Mitteln eingesammelt. Geht es nach Experten, dürfte der Umsatz von Snap im kommenden Jahr rund eine Milliarde US-Dollar erreichen. Zum Vergleich: 2015 waren es gerade mal 60 Millionen. Ob das Unternehmen auch Gewinne einfährt, darf bezweifelt werden und ist nicht bekannt. Klar ist indes, dass sich mit dem Kanal Snapchat für Werbetreibende ganz neue Möglichkeiten ergeben. So erreichte etwa die Kampagne des Fast-Food-Restaurants Taco Bell, in der ein Taco die Gesichter von fotografierten Nutzern zeigte, angeblich rund 225 Millionen Views.

Doch aufgepasst: Zwar wäre der Snapchat-Börsengang der größte der US-Tech-Szene seit dem IPO von Twitter im Jahr 2013. Doch gerade die Börsenentwicklung des einst gefeierten Kurznachrichtendienstes gibt Anlass zur Zurückhaltung. Nach dem zwischenzeitlichen Kurshoch von rund 50 Dollar Anfang vergangenen Jahres ging es zuletzt vor allem abwärts. Heute ist die Twitter-Aktie nur noch 17 Dollar wert. Gerüchte um eine Übernahme von Google oder Microsoft sorgten an der Börse zuletzt lediglich für ein Strohfeuer. Snapchat hat also alle Voraussetzungen, um einen Erfolg à la Facebook zu wiederholen, aber es könnte ebenso auf einen Reinfluss wie Twitter hinauslaufen. Auf der einen Seite lauert die Konkurrenz durch Instagram, die ebenfalls stark mit Bildern arbeitet, und auf der Chat-Seite steht mit WhatsApp ein harter Brocken bereit. Ganz auf der sicheren Seite stehen dagegen zwei Großbanken. Morgan Stanley und Goldman Sachs sollen den geplanten Börsengang leiten und dürften damit ordentlich verdienen.