

Sehnsucht nach Vergänglichkeit

Snapchat gilt aktuell als heißeste App bei Jugendlichen in den USA:

Mit ihr lassen sich Bilder und Videos verschicken, die sich nach wenigen Sekunden auflösen.

Die wichtigste Grundregel der digitalen Welt lautet: Alles bleibt für immer verewigt. Ein falscher Eintrag in einem sozialen Netzwerk kann noch Jahre später Freundschaften oder Karrieren zerstören. Peinliche Bilder, erst einmal im Umlauf, sind nicht mehr aus dem Web zu radieren. Es war wohl nur eine Frage der Zeit, bis eine App kommen würde, die das Gegenteil verspricht: digitale Vergänglichkeit.

Die aktuell wohl beliebteste Smartphone-Anwendung in den USA bei Teenagern und Studenten heißt Snapchat: Mit ihr lassen sich Fotos, Videos und Texte verschicken, die nach höchstens zehn Sekunden automatisch wieder vom Handy des Empfängers verschwinden. Mehr als 60 Millionen solcher sich selbst löschender Nachrichten werden bereits verschickt – jeden Tag.

Entwickelt wurde Snapchat von zwei Informatikstudenten der Elite-Universität Stanford, die mitten im Silicon Valley liegt: Evan Spiegel, 22, und Bobby Murphy, 24. Ihr Ziel: eine Anwendung zu schaffen, die es ihren Freunden erlaubt, sich online auszutauschen, ohne bleibende digitale Spuren zu hinterlassen. „Es ist inzwischen deutlich geworden, wie ätzend soziale Medien sind“, sagt Spiegel. „Dagegen ist es wertvoll, Momentaufnahmen zu teilen, die nicht für immer weiterleben.“

Die Studienkollegen der beiden waren zunächst wenig angetan von der im Frühjahr 2011 als Uni-Projekt veröffentlichten App. Kurz darauf bemerkten Spiegel und Murphy jedoch rasant wachsenden Datenverkehr, begrenzt auf ein kleines Gebiet südlich von Los Angeles: Ein Cousin von Spiegel hatte Snapchat seinen Schulfreunden gezeigt, in kürzester Zeit verbreitete sich die Anwendung in der Highschool. Nach wenigen Monaten waren es 30000 Nutzer, dann eine Million. Im App-Store fürs iPhone wird Snapchat inzwischen öfter heruntergeladen als Instagram und gehört zu den 20 populärsten Gratis-Anwendungen.

Für Teenager liegt der Reiz der Idee wohl weniger im Datenschutz als schlicht darin, auch einfach mal ganz bewusst uncool sein zu können. Während die meisten



Snapchat-Gründer Murphy, Spiegel: „Genieße die Leichtigkeit des Seins!“

genauestens darauf achten, dass ihre digitalen Präsenz in sozialen Netzwerken immer perfekt lässig inszeniert sind, „snapphatten“ sie Grimassen, peinliche Momente und Intimes ohne zu zögern. Wer keine Angst vor ewiger Konservierung haben muss, hat auch keine Hemmungen.

Die Snapchat-Macher haben das erkannt und zielen in der Vermarktung ganz bewusst auf den Wunsch nach mehr Albernheit und Hemmungslosigkeit: „Das Bild ist vielleicht nicht ganz scharf, und du siehst nicht gerade super aus, aber das ist der Punkt. Teile einen Moment, und genieße die Leichtigkeit des Seins!“, heißt es in der Snapchat-Eigenwerbung.

Doch die erhoffte digitale Vergänglichkeit ist auch hier letztlich eine Illusion. Zwar werben die Macher mit einer eingebauten Funktion, die den Sender einer Nachricht automatisch informiert, wenn der Empfänger versucht, ein Bild als Screenshot doch zu speichern. Allerdings ist diese Technik leicht technisch zu umgehen, Anleitungen kursieren im Netz. Zudem kann der Smartphone-Bildschirm einfach abfotografiert werden.

Zu stören scheint das die jugendlichen Kunden allerdings nicht, die Nutzerzahlen steigen. Und so sind die etablierten Online-Größen längst nervös geworden.

Bereits im Dezember stellte Facebook eine App namens Poke vor, mit der sich ebenfalls selbst zerstörende Fotos und Videos verschicken lassen. Doch die Anwendung floppte: Kaum jemand will wohl ausgerechnet jenem Unternehmen vertrauen, dessen Geschäftsmodell die Speicherung und Nutzung aller digitaler Spuren seiner Kunden ist.

Zudem wird Snapchat von besorgten Elternorganisationen und Pädagogen kritisiert: Die Software sei ideal geeignet für Sexspielereien, aber auch Mobbing. Tatsächlich nutzen viele Teens die Anwendung, um Nachrichten mit sexuellen oder pornografischen Inhalten zu versenden – ohne bleibendes Beweismaterial. Die Polizei in verschiedenen US-Städten ist besorgt, dass sich auch Päderasten die Anwendung zunutze machen könnten.

Das Image der App könnte dabei zum Problem bei der Kommerzialisierung werden, weil potentielle Werbekunden abgeschreckt werden. Noch verdient Snapchat kein Geld. Zu einer attraktiven Einnahmequelle könnten aber Anzeigen werden, die vor dem Öffnen von Nachrichten zu sehen sind. Zumindest die Wagniskapitalgeber haben sich bisher nicht abschrecken lassen. Investoren haben die junge Firma mit 13,5 Millionen Dollar ausgestattet.

Die neue Art digitaler Vergangenheitsbewältigung lockt derweil auch Datenschutzexperten an. Mit einer App namens Wickr lässt sich ebenfalls eine Vielzahl von sich selbst zerstörenden Medien verschicken, darunter PDF-Dokumente und Audio-Dateien. Wickr soll sich mit „Verschlüsselung auf Militär-Niveau“ und „sicherem Datei-Schreddern“ etwa an Anwälte, Sicherheitsbehörden, Journalisten und alle anderen wenden, die größten Wert auf Vertraulichkeit legen.

Nur kommt Datenschutz offenbar bei weitem nicht so gut an: Wickr lag vergangene Woche im Apple-Store nur auf Rang 248 der Gratis-Social-Apps in den USA.

THOMAS SCHULZ



über **60 Mio.**
Fotos und Nachrichten
werden täglich über
Snapchat versendet.



zum Vergleich:
Facebook: **300 Mio.**
hochgeladene Fotos

Instagram: **40 Mio.** Fotos

