

# Informationen zu den meist genutzten Apps

## Ergänzende Informationen und Hinweise zu den Angaben auf den Symboltafeln (Rückseiten) in der Übersicht auf Folie 1.2

### 1. Generelles:

Noch vor wenigen Jahren unterschieden sich die vielen Onlinemedien (auch „Angebote“ oder „Kanäle“ oder „Netzwerke“ genannt) je nach ihrer Funktion:

- Für die Kommunikation mit Freundinnen und Freunden, Bekannten und Gruppen eigneten sich die *Messenger-Dienste*.
- Um sich in der Online-Öffentlichkeit mit einem persönlichen Profil oder mit kommerziellen Angeboten zu präsentieren und Reaktionen einzuholen, wurden die *Plattformen* entwickelt.
- Um Bilder und Videos zu zeigen, anzuschauen und zu kommentieren, gab es spezielle *Videoportale*.

Inzwischen wurden alle diese Dienste in Richtung Plattform umgebaut und erweitert. Dies hat vor allem kommerzielle Gründe: Auf Plattformen können Medienanbieter, Dienstleister und Produzenten ihre Produkte einem immer größer werdenden, sich interaktiv beteiligenden User-Publikum anbieten. Und auf Plattformen lässt sich Werbung viel attraktiver und unterhaltsamer zeigen. Mit dem Geschäftsmodell der Sozialen Medien befasst sich unser 7. Kapitel.

### 2.) Wissenswertes zu den hier vorgestellten Medien

Die auf dieser Folie vorgestellten 12 Medien sind die von Jugendlichen und jungen Erwachsenen in den Jahren 2020 und 2021 am häufigsten genannten Dienste, Plattformen und Kommunikationsmedien<sup>1</sup>. Im Folgenden geben wir ergänzende Informationen, die bei der Nutzung dieser Medien zu wissen hilfreich sind – hier in alphabetischer Reihenfolge:

---

<sup>1</sup> gemäß Abgleich zwischen folgenden Erhebungen: Die ARD/ZDF-Onlinestudie 2021 ([ARD ZDF Onlinestudie 2021 Publikationscharts final.pdf](https://www.ard.de/mediendienstleistungen/medienpädagogischer-forschungsdienst-jim-studie-2021)); Medienpädagogischer Forschungsdienst: JIM-Studie 2021 ([https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2021/JIM-Studie\\_2021\\_barrierefrei.pdf](https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2021/JIM-Studie_2021_barrierefrei.pdf)) und Reuters Institute: Digital News Report 2022 (<https://leibniz-hbi.de/de/publikationen/reuters-institute-digital-news-report-2022-ergebnisse-fuer-deutschland>).

**Facebook** eignet sich vor allem zur Verknüpfung des eigenen Profils mit den Profilen von Bekannten („Freunde“), Geschäftspartnern und Gruppen. Teilnehmer können für den Austausch von Inhalten auch Gruppen gründen: offene (für jede auf Facebook registrierte Person einsehbar) wie auch geschlossene (nur für angemeldete Mitglieder). Auf Facebook präsentieren sehr viele Unternehmen, Parteien, Initiativen und Organisationen ihre Botschaften. Auch Newsmedien haben ihre Profile und bieten aktuelle News. Facebook zufolge sind weltweit mehr als 1,9 Milliarden Menschen täglich auf Facebook eingeloggt. Vor allem aufgrund der Werbeeinnahmen über Facebook macht der Mutterkonzern *Meta Platforms* pro Jahr knapp 30 Milliarden US-Dollar Gewinn (2021). Näheres unter: <https://allfacebook.de/toll/state-of-facebook>.

Die Kehrseite des Erfolgs: Facebook verwertet alle individuellen Nutzungsdaten (zeitlich unbegrenzte Auswertung der Daten aller Mitglieder) und verstößt in vielen Ländern gegen Datenschutzbestimmungen. Facebook geriet in die Kritik, als im Vorfeld der US-Wahlen 2016 Millionen von Mitglieder-daten für Kampagnen (für Donald Trump) benutzt und mit zahlreichen Falschinformationen versehen wurden. Inzwischen gibt es gegen Hate-Speeches Kontrollprogramme und gegen Fake-News auch Faktenchecks. Politische Anzeigen sind verboten, doch kommerzielle Akteure können ihre Geschäftspraktiken über Anzeigen beschönigen (Näheres unter: [https://de.wikipedia.org/wiki/Kritik\\_an\\_Facebook](https://de.wikipedia.org/wiki/Kritik_an_Facebook)).

**Instagram:** Mit dieser Bilderplattform können die Nutzerinnen und Nutzer ihre Fotos und Videos hochladen, bearbeiten und mit anderen Usern teilen. Um die Beiträge anderer Teilnehmer anzuschauen und zu nutzen, besteht seit Herbst 2019 eine Anmeldepflicht (Account); mit der Registrierung werden persönliche Daten zur Verwertung durch den Mutterkonzern *Meta platforms* freigegeben.

Seit Sommer 2020 ist es (wie bei TikTok) möglich, auch Kurzvideos (Maximallänge 15 Sekunden) freizuschalten. Mit dem Feature *Stories* können diese Kurzvideos mit Text, Musik, Stickers und GIFs aufgeblasen werden. Inzwischen gibt es zahllose öffentliche Profile mit Story-Beiträgen von Unternehmen, Newsmedien, Influencer:innen (sogenannte Business-Account). Dank der Nutzerdaten-Analysen wird deren Werbung auf die Vorlieben jedes Nutzers und jeder Nutzerin ausgerichtet („profiling“). Dabei dürfen kommerzielle Instagram-Nutzer:innen ihre Dienste und Produkte per *Dropshipping* oder über *Promotion-Codes* vermarkten. Seit 2021 kann jeder Nutzer und jede Nutzerin in den Beitrag auch einen Link einbauen, der zu kommerziellen Angeboten führt. Diese Vermarktungsmöglichkeiten sind vor allem für Influencer und Einzelunternehmer attraktiv. Näheres: <https://business.instagram.com/>

Instagram hat derzeit unter den Netzwerken den größten Reichweitzuwachs. Im Jahr 2020 wurde die Plattform weltweit von rund einer Milliarde Menschen, in Deutschland von rund 21 Millionen genutzt. Manche Profile prominenter Stars der Unterhaltungsbranche besitzen mehrere Millionen Follower; beispielsweise Justin Bieber oder Kim Kardashian mit mehr als 200 Millionen Follower. Junge Nutzer (unter 25 Jahren) sind

laut Instagram täglich länger als eine halbe Stunde auf der Plattform eingeloggt. (Quelle: <https://www.futurebiz.de/artikel/instagram-statistiken-nutzerzahlen/>)

Kritiker weisen darauf hin, dass die auf Makellosigkeit getrimmten Selbstdarstellungen prominenter Personen und Influencer bei vielen jungen Nutzern und Nutzerinnen zu psychischen Beeinträchtigungen führen. Studien belegen, dass die Optimierung der eigenen Selfies eine hohe Körperüberwachung mit schwindendem Körperwertgefühl bewirkt. Weitere Studien zeigen, dass die intensive Nutzung von Instagram-Beiträgen zu Stress, zu Angstzuständen und depressiven Verstimmungen führen kann. Näheres mit Quellenangaben unter <https://de.wikipedia.org/wiki/Instagram>.

**Pinterest** versteht sich nicht als soziales Netzwerk, sondern als „visuelle Suchmaschine für Ideen und Inspiration.“ Gleichwohl gehört es zu den Sozialen Medien, indem der Datenaustausch, das Mitteilen und Teilen zu seinen Hauptfunktionen zählen. Für das kommerzielle Geschäft wichtig sind zusätzliche Features, etwa die „Social Shopping“ genannte Verknüpfung der Bilderkennung mit Produktdaten auf den Servern (Produkt-Pins und Pinterest Lens): Die Nutzerin fotografiert im Schaufenster ein Objekt; Pinterest liefert sogleich Informationen über Verfügbarkeit, technische Merkmale, Preis usw. „Pinterest inspiriert und animiert zum Shopping“, urteilt die Branche, die animative „Inspiration“ betrifft vor allem Produkten, die entdeckt und gekauft werden sollen. (Näheres: <https://www.futurebiz.de/artikel/pinterest-shopping/>).

3

**Snapchat** ist ein kostenlos nutzbarer „Instant-Messaging-Dienst“ und wird in der Media-Branche als „innovativste Social Media Marketing und Massaging Plattform“ bezeichnet (<https://www.futurebiz.de/artikel/category/social-media/snapchat/>). Unter Snapchat-Nutzern besonders beliebt sind die „Snaps“ genannten Filter, mit denen zum Beispiel die aktuelle Uhrzeit, die Temperatur, die Höhe, die Geschwindigkeit oder auch die aktuellen Ortsverhältnisse (Geofilter) eingeblendet werden kann. Zudem können die Bilder zu „Storys“ verknüpft und während 24 Stunden gesehen und geteilt werden. Unter „Shows“ zeigen viele Newsunternehmen ihre Kurzvideos und animierten Bildgrafiken im VertikalfORMAT (Beispiele: *Bild Fußball*, *Promiflash*, *Spiegel* und *ze.tt*). Den Snapchat-Statistiken zufolge wird der Dienst weltweit von rund 300 Millionen Menschen (bzw. IP-Adressen) genutzt, indem sie die App täglich rund 25 Mal öffnen und annähernd 30 Minuten dort zubringen (Näheres unter: <https://www.futurebiz.de/artikel/snapchat-statistiken-nutzerzahlen/>). Als heikel gilt der Datenschutz. Die Plattformbetreiber beanspruchen das Recht, alle auf ihren Servern gespeicherten Bilder, Audios und Personendaten ihrer Nutzer unbefristet verarbeiten zu dürfen. Wikipedia schreibt: „Eine Übersetzung der Datenschutzerklärung offenbart zudem, dass sich die Betreiber des Dienstes zahlreiche und mitunter auch undurchsichtige Rechte im Umgang mit Nutzerdaten sowie deren Speicherung und Weitergabe einräumen lassen.“ (<https://de.wikipedia.org/wiki/Snapchat>).

Der Messengerdienst **Telegram** ist wegen der Anonymität der User beliebt. Er wird auch für die Verbreitung von Propaganda, für Hass-Posts und Fake- News genutzt, da im Gegensatz zu den meisten anderen Sozialen Medien keinerlei Inhaltsprüfung stattfindet. Auch gibt es im Unterschied etwa zu Whatsapp praktisch keine Beschränkung der Gruppengröße und der Followerzahl. Botschaften erreichen über Telegram unkontrolliert besonders viele Personen, da sie über Kanäle mit bis zu 200.000 Mitgliedern geteilt werden. Weil Telegram auf die Identifizierung der Teilnehmer verzichtet (keine Telefonnummer, keine IP-Nummer), sind sehr viele Personen und Gruppen mit gefälschten Identitäten unterwegs. Dies gilt insbesondere für rechtsverletzende Aktivitäten (Dealen mit Drogen, Prostitution, Waffengeschäfte, Geldwäsche) wie auch für Kampagnen und Falschnachrichten. Aus diesen Gründen sollte Telegram besser nicht genutzt werden.

**TikTok** war ursprünglich als Unterhaltung mit kurzen Vertikal-Videos konzipiert. Inzwischen funktioniert es auch als Video-Messenger-Plattform, indem Kurzvideos und Mitteilungen kombiniert und geteilt werden können. Zu den Besonderheiten von TikTok zählt, dass Inhalte gezeigt werden, die der Nutzer gar nicht aufgerufen hat: Der TikTok-Algorithmus legt fest, was im Feed angezeigt wird, vergleichbar dem Zappen durch die TV-Kanäle am Fernseher. Bei den von TikTok präsentierten Inhalten geht es überwiegend um Unterhaltungsvideos aus Sport, Musik, Prominenz und Freizeit. User verbreiten aber auch Gewaltszenen, Misshandlungen und Kriegsszenen etwa aus dem Angriffskrieg gegen die Ukraine. Die Algorithmen können Gewaltdarstellungen nicht einordnen und Falschinformationen nicht erkennen. Hinzu kommt, dass der TikTok-Vermarkter, die chinesische Firma ByteDance, offenbar Datenströme von der TikTok-App nach China umlenkt, etwa die WLAN-Verbindung, die Telefon- und Voicemail-Nummer der Nutzer und Nutzerinnen, zudem auch die komplette Zwischenablage, die vom Passwort-Manager genutzt wird (diese Enthüllungen finden sich im Recherchebericht des Sicherheitsunternehmens „internet 2.0“ unter: <https://www.spiegel.de/netzwelt/apps/tiktok-so-viel-weiss-die-video-app-ueber-ihr-handy-a-4478c8bf-e5b9-4a29-88aa-777fad32618c>.)

Von daher gilt TikTok als ein unzuverlässiges, für Jugendliche ungeeignetes Medium. Diese Bewertung bleibt bestehen, auch wenn inzwischen verschiedene News-Anbieter (wie *ZDF sportstudio*) auch auf TikTok präsent sind (mehr dazu im Kapitel 3).

**Twitch** begann 2010 als Streamingportal. Fünf Jahre später kam (analog zu Amazon Prime) Twitch Prime mit einem breiten Angebot an Spielen hinzu. Auch können Twitch-Mitglieder eigene Videos hochladen und allgemein einsehbar machen. User müssen ihren Zugang zu Streams und Streamern abonnieren (derzeit rund 4 Euro pro Monat). Den Twitch-Statistiken zufolge generieren die populärsten Streamer auf Twitch bis zu 17 Millionen Follower. Die erfolgreichsten Streams erzielen bis zu 1,8 Milliarden

Abrufe. (Quelle: <https://onlinemarketing.de/unternehmensnews/twitch-senkt-subscription-kosten-umsatz-creator>).

Twitch verfügt über keine Inthaltekontrolle. So konnte der Täter des Anschlags auf die Synagoge in Halle sein Vorgehen als Live-Stream über Twitch öffentlich machen. Auch die Datensicherheit steht in Frage, nachdem im Oktober 2021 mehr als 250 GB sensible Daten von Hackern erbeutet wurden. Für Jugendliche ist Twitch in den USA vor allem wegen der live gestreamten eigenen Events wie auch Veranstaltungen sehr populär.

**Twitter** hat seinen Namen mit der Übernahme durch den Unternehmer Elon Musk im Juli 2023 in **X** geändert, um nach eigener Aussage seine globale Präsenz und Vielfalt zu unterstreichen. Der neue Name soll die verschiedenen Funktionen und Inhalte der Plattform widerspiegeln, die über das einfache Teilen von Kurznachrichten weit hinausgehen.

Dieser Mikroblogging-Dienst startete im Jahr 2007 unter dem Namen *Twitter* als „Kurznachrichtendienst“. Mit ihm konnten sehr knapp gehaltene Mitteilungen zwischen registrierten Teilnehmern übermittelt werden. Dabei verbreiten sich die Mitteilungen vermittels sogenannter Hashtags („Hash“ heißt im Englischen Raute #; „Tag“ bedeutet Markierung) sowie über Reposts. In diesem Fall werden fremde Beiträge markiert und unter den eigenen Followern verbreitet (unter Twitter nannte man dies Retweets). Umgekehrt kann man mit Hashtags bestimmte Schlagwörter oder Namen markieren und gezielt nach Mitteilungen bzw. Inhalten zum Thema suchen (Beispiel: #Katzundmaus findet auf Twitter bzw. X einige hundert, auf Instagram rund 6.900 Posts mit diesem Hashtag – mehr über das Markieren mit Hashtag erfährst Du in Kapitel 3). Vermittels Reposts kann man Mitteilungen anderer Nutzer kommentieren und beides seinen Followern anzeigen. In den vergangenen Jahren wurden weitere Funktionen eingerichtet, etwa *Twitter Themen*, *Audio Tweets* und *Twitter Space*, die auch unter dem neuen Namen „X“ funktionieren (Stand 01.08.23.). Sie dienen auch der Stärkung des Anzeigengeschäfts.

Posts und Reposts sind wegen der Kürze und Schnelligkeit unter den Medienmachern und Politikern sehr beliebt. Sie verleiten aber auch zu oberflächlichen, verletzenden und sachfalschen Äußerungen. Viele Prominente haben sich auf Twitter schon „die Finger verbrannt“.

Wie viele Teilnehmer Twitter bzw. X weltweit nutzen, ist wegen der vielen gefälschten Accounts unklar. Im Jahr 2022 behauptete der Dienst (noch unter dem Namen Twitter), täglich seien rund 229 Millionen aktive Nutzer und Nutzerinnen auf der Plattform unterwegs. Für das Jahr 2022 wird der Umsatz mit rund 4 Milliarden Dollar angegeben. (Quelle: <https://www.futurebiz.de/artikel/twitter-statistiken-nutzerzahlen/> Stand: 2.Mai 2022)

**Whatsapp:** Der unter Jugendlichen beliebte Messenger-Dienst hat seit seiner Gründung sein Leistungsportfolio stark ausgebaut. Benutzer können unentgeltlich Bild-, Video-, Text- und Audio-Dateien sowie Dokumente und Kontaktdaten (auch in Gruppen) austauschen. Dabei können die Chatpartner erkennen, ob ihre Mitteilung den Empfänger erreicht und gelesen wurde (diese Lese-Status-Funktion ist abschaltbar). Zudem können sie internetbasiert kostenlos telefonieren. Allerdings wird der mangelnde Datenschutz vielerorts kritisiert. Der Eigentümer Meta, dem auch Facebook gehört, verwertet die Whatsapp-Nutzungsdaten in Verbindung mit den über Facebook generierten Daten. Wer also auf den Plattformen von Meta unterwegs ist, ermöglicht es dem Betreiber, ein sehr genaues Nutzerprofil zu erstellen.

Whatsapp ist unter Jugendlichen zwar weit verbreitet, doch es gibt deutlich bessere Alternativen. Einer Untersuchung von *Stiftung Warentest* zufolge sind die ebenfalls kostenlosen Apps **Signal** und **Skype** deutlich zuverlässiger. Der Testsieger Signal sei „sehr gut für Nachrichten und Telefonie“. Gruppen-Funktionen auch sehr gut. Starke Sicherheitsfeatures, kann etwa die IP-Adresse via Proxy verschleiern. Sehr gute Einstellungs-Optionen, kann SMS-Funktionen übernehmen.“ (Quelle: *test* 3/2022, S. 39-43). Sofern die Freunde und Freundinnen mitmachen, wäre ein Umzug von **Whatsapp** zu **Signal** lohnend.

**Wikipedia** ist die weltweit bekannteste Wissens-Enzyklopädie. Weil der Träger der Website ein gemeinnütziger Verein ist, der über Spenden und Fördermittel finanziert wird, ist die Nutzung der Online-Enzyklopädie kostenlos und werbefrei. Die Texte werden auf ehrenamtlicher Basis von realen Personen „kollaborativ“ verfasst, indem die jeweiligen Inhalte gegenseitig geprüft und bei Bedarf erweitert werden. Die Idee: Wenn alle, die etwas über einen Gegenstand wissen, ihr Wissen in lexikalischer Form mitteilen, entsteht eine wechselseitig überprüfte, den aktuellen Wissenstand repräsentierende Beschreibung. Für die Nutzer und Nutzerinnen sind die Aussagen nachvollziehbar, weil deren Quellen per Link zur Originalquelle führen.

Wegen des offenen Mitschreiber-Prinzips sollte Wikipedia jedoch nicht als absolut zuverlässige Quelle verstanden werden. Vor allem bei ideologisch umstritten, auch bei politisch heiklen Themen (wie: Angriffskrieg gegen die Ukraine) zeigt sich der Konflikt in überlangen, in sich widersprüchlichen Texten. Artikel über prominente, noch lebende Personen (Beispiel: Dieter Bohlen) sind oftmals selbstdarstellerisch und PR-verdächtig. Solche Artikel sollte man mit einem kritischen Auge lesen. Dies gilt auch für Unternehmen, die den Wiki-Eintrag als Teil ihrer PR-Arbeit verstehen und Probleme oder Skandale zu verschweigen suchen (Beispiel Audi und „Dieselskandal“). Bei manchen Themen kam es auch schon zu Falschbehauptungen und verbalem Vandalismus. Solche Seiten wurden (und werden) auf Antrag von den Wiki-Administratoren gesperrt. Näheres hier: [https://de.wikipedia.org/wiki/Wikipedia#Probleme\\_kollaborativer\\_Texterstellung](https://de.wikipedia.org/wiki/Wikipedia#Probleme_kollaborativer_Texterstellung)

Zuverlässig sind indessen Artikel, Definitionen und Umschreibungen aus der Welt der Naturwissenschaften, der Technik und Geografie sowie über historische Persönlichkeiten und Vorgänge. Nützlich ist Wikipedia auch als Nachschlagewerk für Rechtsvorschriften, behördliche Organisationen und politische Institutionen. Dank der Aktualität der meisten Beiträge ist Wikipedia gegenüber den gedruckten Nachschlagewerken im Vorteil.

Über die Stärken, Schwächen und Konzeptprobleme von Wikipedia existiert inzwischen eine reiche Literatur. Für den Schulunterricht dienlich ist aus unserer Sicht die Publikation „Wikipedia – gemeinsam Wissen gestalten“ (herausgegeben von klicksafe und Wikimedia Deutschland e.V.) vom Juni 2018. Als Download kostenfrei zu beziehen unter: [www.klicksafe.de/fileadmin/cms/download/pdf/klicksafe\\_Materialien/Lehrer\\_LH\\_Zusatz\\_WikipediaLH\\_Zusatzmodul\\_Wikipedia\\_klicksafe.pdf](http://www.klicksafe.de/fileadmin/cms/download/pdf/klicksafe_Materialien/Lehrer_LH_Zusatz_WikipediaLH_Zusatzmodul_Wikipedia_klicksafe.pdf)

**YouTube:** Die Angebote auf dem Videoportal können ohne Registrierung genutzt werden. Um selbst Videos hochzuladen, ist eine Registrierung erforderlich. Laut YouTube loggen sich pro Monat weltweit rund 2 Milliarden Menschen (bzw. deren Geräte mit ihrer IP-Adresse) auf YouTube ein. Großen Zuwachs erfuhr das sogenannte Livestreaming (Video-Veranstaltungen können in Echtzeit mitverfolgt werden). Zur hohen Reichweite hinzu kommt die Nutzung von Videos, die auf anderen Webseiten eingebunden sind.

In Deutschland besuchen rund drei Viertel aller Menschen, die im Internet unterwegs sind, auch die YouTube-Plattform. Inzwischen bieten auch viele Newsmedien aktuelle Videos auf YouTube als Zweitverwertung ihrer Beiträge, beispielsweise größere Interviews und Ausschnitte aus Talk-Shows (beispielsweise der ZDF-Talk „Markus Lanz“). Neben der werbefinanzierten Nutzung der Angebote bietet YouTube auch ein kostenpflichtiges, dafür werbefreies Abonnement („YouTube Premium“). Weltweit gibt es YouTube in hundert Staaten und 80 verschiedenen Sprachen.

Weil auf YouTube viele News-Produzenten Videos zeigen, die dem Verschwörungsglauben anhängen oder sogenannt alternative Fakten und Geschichten präsentieren, bietet das Portal den Nutzerinnen und Nutzern die Möglichkeit, fragwürdige Inhalte zu melden, die dann vom internen „enforcement-team“ geprüft werden. Dadurch ging zwar die Zahl an Falschinformationen deutlich zurück. Gleichwohl finden sich auf YouTube weiterhin viele abstruse Geschichten und Fake News. Wie bei anderen Plattformen auch, verzichtet YouTube auf das genaue inhaltliche Fact-Checking hochgeladener Videos. Es empfiehlt sich darum, die Urheber bzw. Absender der bereitgestellten Videos genau zu prüfen. Wie das geht, zeigen wir im 5. Kapitel.

**Zoom:** Dieses von den meisten Jugendlichen favorisierte Programm gehört ins Reich der Onlinekonferenz- und Videochatsoftware. Diese Programme wurden während der Corona-Lockdown-Phase populär, zumal einige leicht zu installieren und leistungsfähig sind, zudem (wie: Skype und Jitsi) uneingeschränkt kostenlos genutzt werden können. In einem ausführlichen Test, bei dem es neben Datenübertragung und Handhabung auch um die Datensicherheit ging, schnitt Microsofts **Skype** am besten ab, gefolgt von **Jitsi** und **TeamViewer**. Bei **Zoom** wurde die Qualität der Bild-/Ton-Übertragung wie auch der Schutz persönlicher Daten als weniger gut bewertet (Quelle: test 6/2020, S. 36-40).

Leipzig, im Juli 2023 / MH