

# Apps

## Was sind die wichtigsten Messenger für Smartphones und wie unterscheiden sie sich?

Der globale Markt für Instant-Messaging-Anwendungen verzeichnet ein robustes Wachstum. Im Jahr 2024 wurde sein Wert auf 28,92 Milliarden USD geschätzt, mit einer Prognose von 64,39 Milliarden USD bis 2033, was einer beeindruckenden jährlichen Wachstumsrate (CAGR) von 9,3 % von 2025 bis 2033 entspricht. Dieses anhaltende Wachstum unterstreicht die zunehmende Abhängigkeit von digitalen Kommunikationsplattformen weltweit.

Der Markt wird weitgehend von einigen Schlüsselakteuren dominiert: **WhatsApp**, **WeChat**, **Facebook Messenger** und **Telegram**. Diese vier Anwendungen vereinen eine beeindruckende Nutzerbasis von ungefähr fünf Milliarden aktiven monatlichen Nutzern, was auf eine hohe Marktkonzentration hindeutet.

**WhatsApp** behauptet seine globale Führungsposition und ist besonders stark in Europa und dem Nahen Osten vertreten. Dies ist auf seine enorme Nutzerzahl und seine wachsende Bedeutung für die Geschäftskommunikation zurückzuführen. **Facebook Messenger** bleibt bedeutend, insbesondere in bestimmten Regionen, auch wenn seine Downloadzahlen insgesamt zurückgegangen sind. **Telegram**, der technisch am weitesten fortgeschrittene Messenger, hebt sich durch ein bemerkenswertes Wachstum hervor und spricht oft Nutzer an, die Wert auf Datenschutz und erweiterte Funktionen legen. **Snapchat** richtet sich primär an eine jüngere Zielgruppe und bietet einzigartige, kurzlebige Inhalte sowie Augmented-Reality (AR)-Funktionen. Schließlich hat sich **Discord** erfolgreich eine Nische im Bereich Community-Building und Gaming erobert und verfolgt ein Freemium-Geschäftsmodell. Die in Deutschland noch relativ bekannten Messenger **Signal** und **Threema** haben weltweit nur geringe Bedeutung.

## Globale Nutzerbasis und Wachstumstrends

Die Landschaft der Messaging-Anwendungen wird von einigen wenigen Akteuren dominiert, die eine enorme globale Reichweite aufweisen.



**WhatsApp** behauptet seine Position als weltweiter Marktführer mit etwa 2 Milliarden monatlich aktiven Nutzern (MAU). Die Plattform verzeichnet über 3 Milliarden einzelne mobile Nutzer und wird voraussichtlich bis Ende 2025 fast 3,14 Milliarden einzelne aktive Nutzer weltweit erreichen. Die Website whatsapp.com verzeichnete im Dezember 2024 3,84 Milliarden Besuche, was ihre immense Reichweite widerspiegelt. WhatsApp ist in über 60 Ländern die führende Messaging-Anwendung und gilt als die am häufigsten geöffnete Android-App weltweit, die täglich schätzungsweise 100 Milliarden Nachrichten verarbeitet. Allein im Google Play Store wurden über 5 Milliarden Downloads verzeichnet.



# Apps

**WeChat** ist die zweitbeliebteste Messaging-App weltweit mit 1,34 Milliarden Nutzern. Ihre Dominanz ist besonders in China ausgeprägt, wo sie als umfassende Super-App fungiert.



**Facebook Messenger** ist die drittgrößte Messaging-Plattform mit 1,01 Milliarden MAU. Sie hat jedoch einen deutlichen Rückgang der Downloads erlebt, der von 794,61 Millionen im Jahr 2015 auf 262,53 Millionen im Jahr 2023 um über 66 % gesunken ist. Im Oktober 2024 betrug die aktive Nutzerbasis etwa 937 Millionen, ein Rückgang von 4 % gegenüber dem Vorquartal.



**Telegram** zeigt ein signifikantes Wachstum, das von 550 Millionen Nutzern im Jahr 2020 auf 800 Millionen im Jahr 2023 und weiter auf 900 Millionen MAU anstieg. Im März 2025 erreichte es einen Meilenstein von über 1 Milliarde MAU. Telegram führt derzeit bei den monatlichen Downloads mit fast 50 Millionen, knapp vor WhatsApp Messenger.



**Snapchat** meldet 800 Millionen monatlich aktive Nutzer (MAU) und 414 Millionen täglich aktive Nutzer (DAU) weltweit. Es ist die neuntmeist heruntergeladene mobile Anwendung weltweit.



**Discord** erreichte im Mai 2025 200 Millionen monatlich aktive Nutzer, was einem Anstieg von 30 % gegenüber 154 Millionen im Jahr 2023 entspricht. Im Jahr 2024 hatte es 150 Millionen MAU.

## Regionale Beliebtheit (Fokus auf Europa und Deutschland)

Die Beliebtheit von Messaging-Anwendungen variiert je nach Region, wobei bestimmte

# Apps

Plattformen in spezifischen geografischen Gebieten eine stärkere Präsenz aufweisen.



**WhatsApp** zeigt eine starke Dominanz in ganz Europa und im Nahen Osten, oft zusammen mit Facebook Messenger. Es ist die meistgenutzte und beliebteste Social-Media-Plattform im Vereinigten Königreich und in Deutschland, wo es 51,9 Millionen Nutzer hat, was 61,4 % der Bevölkerung entspricht. Im ersten Quartal 2024 behielt WhatsApp Messenger eine robuste Präsenz in Europa mit wöchentlich aktiven Nutzern zwischen 438 Millionen und 446 Millionen. Speziell in Deutschland verzeichnete es im dritten Quartal 2024 konstant etwa 34 Millionen aktive Nutzer.



**Facebook Messenger** ist ebenfalls in Europa und im Nahen Osten beliebt. In Deutschland verzeichnete es im dritten Quartal 2024 zwischen 9,4 Millionen und 9,6 Millionen aktive Nutzer und im Januar 2025 25,89 Millionen Nutzer, was 31,6 % der Bevölkerung ausmacht. In ganz Europa hatte es im ersten Quartal 2024 zwischen 164 Millionen und 169 Millionen wöchentlich aktive Nutzer.



**Telegram** hat seine Popularität in Europa und im Nahen Osten erheblich gesteigert. In Deutschland stiegen die Downloads im dritten Quartal 2024 von 65,6 Tausend auf 86,4 Tausend, wobei die aktive Nutzerbasis bei 3,8 Millionen stabil blieb. Für Europa insgesamt zeigte Telegram im ersten Quartal 2024 eine starke Umsatzentwicklung und einen leichten Anstieg der wöchentlich aktiven Nutzer von 152 Millionen auf 155 Millionen. Bemerkenswert ist, dass Telegram in Indien das viertmeist genutzte soziale Netzwerk war.



**Snapchat** verzeichnete in Deutschland einen Anstieg der aktiven Nutzerbasis von 5,5 Millionen auf 6,2 Millionen im dritten Quartal 2024. In ganz Europa stiegen die aktiven

# Apps

Nutzer im ersten Quartal 2024 von 116 Millionen auf 116,6 Millionen. Deutschland zählt 19,69 Millionen Snapchat-Nutzer.



**Discord** verzeichnete in Europa einen leichten Anstieg der wöchentlich aktiven Nutzer von 45,8 Millionen auf 46,8 Millionen im ersten Quartal 2024. Das Vereinigte Königreich und Kanada tragen jeweils 4 % zur gesamten Nutzerbasis von Discord bei.

## Demografische Segmentierung

Die Verteilung der Nutzer nach Demografie bietet weitere Einblicke in die Zielgruppen der einzelnen Messaging-Anwendungen.



Die Nutzerbasis von **WhatsApp** besteht zu 52,8 % aus Männern und zu 47,6 % aus Frauen. Über 60 % der monatlich aktiven Nutzer in den USA sind der Gen Z und Millennials zuzuordnen, wobei 30 % der Nutzer zwischen 30 und 49 Jahre alt sind. In Brasilien machen Millennials 41 % der Kundenbasis aus. In den USA sind Hispanoamerikaner die häufigsten Nutzer (46 %), gefolgt von Afroamerikanern (23 %) und Kaukasiern (16 %). Der durchschnittliche Nutzer verbringt etwa 18 Stunden pro Monat oder 34 Minuten pro Tag mit der App.



Die Nutzerdemografie von **Facebook Messenger** ist zu 55,6 % männlich und zu 44,4 % weiblich. Die größte Altersgruppe der Nutzer ist 25-34 Jahre, wobei 19,3 % Männer und 13,2 % Frauen sind. In Deutschland stellen Personen im Alter von 35 bis 44 Jahren die größte Nutzergruppe dar, insgesamt 6,6 Millionen.



# Apps

Die Nutzerverteilung von **Telegram** ist zu 58 % männlich und zu 42 % weiblich. Die größte demografische Gruppe liegt im Alter von 25-34 Jahren und macht 29,4 % oder 31 % der gesamten Nutzer aus. Zusätzlich sind 22,5 % der Nutzer zwischen 18 und 24 Jahre alt. Bemerkenswert ist, dass 80 % der Telegram-Nutzer die App primär als Nachrichtenquelle nutzen. Besonders Telegram-Nutzer der ersten Stunde sind sehr technikaffin und schätzen den technologischen Vorsprung gegenüber anderen Messaging-Plattformen.



**Snapchat** weist eine relativ ausgewogene Geschlechterverteilung auf, mit 50 % männlichen und 49,1 % weiblichen Nutzern. Die Nutzerbasis ist überwiegend jung, wobei die Altersgruppe der 18-24-Jährigen 38,1 % und die Altersgruppe der 13-17-Jährigen 18,6 % ausmacht. Erwachsene über 35 Jahren verbringen weniger als 6 Minuten täglich auf der Plattform.









Die Nutzerdemografie von **Discord** zeigt 65 % Männer und 35 % Frauen. Die Altersgruppe der 18-24-Jährigen macht 42 % der globalen Nutzerbasis von Discord aus, während die Altersgruppe der 25-34-Jährigen 28 % ausmacht. Dies macht Discord zu einer Top-Plattform für Gen Z-Konsumenten.

Während **WhatsApp** eine Strategie der universellen Anziehungskraft erfolgreich verfolgt hat, zeigen die Daten, dass andere prominente Anwendungen strategisch bestimmte demografische Segmente ansprechen und dort erfolgreich sind. **Snapchats** ausgeprägte Anziehungskraft auf die Altersgruppe der 13-24-Jährigen, gepaart mit seinem Fokus auf kurzlebige Inhalte und Augmented-Reality-Funktionen, demonstriert eine hochwirksame Produkt-Markt-Passung für den Kommunikationsstil dieser jüngeren Demografie. Ähnlich unterstreicht **Discords** starke Akzeptanz bei 18-34-Jährigen und seine robusten Community-orientierten Funktionen seinen Erfolg bei der Eroberung der Gaming- und Nischen-Community-Segmente. **Telegrams** hohe gemeldete Nutzung für den Nachrichtenkonsum (80 % seiner Nutzer) deutet auf eine eigenständige Nutzerbasis hin, die wahrscheinlich stärker mit öffentlichen Kanälen und der Informationsverbreitung beschäftigt ist, was gut zu seiner starken Erzählung über Datenschutz und offene Kommunikation passt. Dieser Trend deutet auf eine strategische Entwicklung innerhalb des Messaging-Marktes hin, die sich von einem singulären, breiten Nutzungsmodell hin zu einer stärker fragmentierten Landschaft bewegt. In diesem sich entwickelnden Umfeld sind Anwendungen zunehmend erfolgreich, indem sie die einzigartigen Kommunikationspräferenzen, sozialen Verhaltensweisen und spezifischen Bedürfnisse unterschiedlicher Nutzersegmente tiefgehend verstehen und bedienen. Dies impliziert, dass die Entwicklung von Funktionssätzen spezialisierter wird, um diese bestimmten Nutzerverhaltensweisen zu optimieren und eine starke, loyale Anhängerschaft innerhalb ihrer gewählten Nische aufzubauen, anstatt zu versuchen, alle Nutzer gleichermaßen zu bedienen.

# Apps




## Tabellen zur Nutzerbasis

**Tabelle 1: Globale monatlich aktive Nutzer (MAU) der Top-Messenger-Apps (2024-2025)**

App Name	Monatlich aktive Nutzer (MAU) (aktuellster Wert)	Rang
 WhatsApp	2 Milliarden	1
 WeChat	1,34 Milliarden	2
 Facebook Messenger	1,01 Milliarden	3
 Telegram	1 Milliarde (März 2025)	4
 Snapchat	800 Millionen	5
 Discord	200 Millionen (Mai 2025)	6

**Tabelle 2: Regionale Beliebtheit und Nutzerpenetration (Fokus auf Europa und Deutschland)**

# Apps

App Name	Land/Region	Aktive Nutzer/Penetration (aktuellster Wert)
 WhatsApp	Deutschland	51,9 Millionen Nutzer (61,4% der Bevölkerung)
WhatsApp	Europa	438-446 Millionen wöchentlich aktive Nutzer (Q1 2024)
 Facebook	Deutschland	25,89 Millionen Nutzer (31,6% der Bevölkerung) (Jan 2025)
Messenger Facebook Messenger	Europa	164-169 Millionen wöchentlich aktive Nutzer (Q1 2024)
 Telegram	Deutschland	3,8 Millionen aktive Nutzer (Q3 2024)
Telegram	Europa	152-155 Millionen wöchentlich aktive Nutzer (Q1 2024)
 Snapchat	Deutschland	5,5-6,2 Millionen aktive Nutzer (Q3 2024)
Snapchat	Europa	116-116,6 Millionen aktive Nutzer (Q1 2024)
 Discord	Europa	45,8-46,8 Millionen wöchentlich aktive Nutzer (Q1 2024)

## Vergleich der Funktionen

Die Kernfunktionen von Messaging-Anwendungen sind entscheidend für ihre Attraktivität

# Apps

und ihren Nutzen für die Nutzer. Während grundlegende Kommunikationsfunktionen weit verbreitet sind, unterscheiden sich die Anwendungen durch spezialisierte Angebote und die Integration in ihre jeweiligen Ökosysteme.



WhatsApp bietet private und verschlüsselte Textchats sowie hochwertige Video- und Sprachanrufsfunktionen. Es unterstützt robuste Gruppenchat-Funktionen und Mehrteilnehmeranrufe. Die Plattform ermöglicht den Austausch von Bildern, verschiedenen Datendateien und anderen Medientypen. Nutzer haben die Möglichkeit, Bilder in höherer Auflösung zu senden, die dann mit einem „HD“-Abzeichen versehen werden, um die Bildqualität zu erhalten.

WhatsApp Business stellt ein bedeutendes und wachsendes Angebot dar, das im Juni 2023 über 200 Millionen monatlich aktive Nutzer erreichte. Diese Plattform ist zunehmend wichtig für die Kundenkommunikation und hat sich zu einer der zehn meist heruntergeladenen Anwendungen weltweit entwickelt.

Die Anwendung verfügt über einen speziellen „Updates“-Tab, der Status und Kanäle hostet, die deutlich von persönlichen Chats getrennt sind. Kanaladministratoren können kurze Videos (bis zu 60 Sekunden) aufnehmen und teilen sowie Sprachnachrichten-Transkripte für Follower bereitstellen. Die Plattform unterstützt auch einzigartige QR-Codes für eine einfache Kanalfreigabe und das Wachstum der Zielgruppe.

Zu den datenschutzverbessernden Funktionen gehören „verschwindende Nachrichten“ für zeitkritische Kommunikationen. Nutzer haben eine detaillierte Kontrolle darüber, wer ihren „zuletzt gesehen“-Status, ihr Profilbild, ihre „Info“-Informationen, Status-Updates, geteilte Links sehen oder sie zu Gruppen hinzufügen kann. Zusätzliche Datenschutzkontrollen ermöglichen das Stummschalten unbekannter Anrufer, den Schutz von IP-Adressen bei Anrufen, das Deaktivieren von Link-Vorschauen und das Blockieren großer Mengen unaufgeforderter Nachrichten.

Hinsichtlich Produktivität und Komfort bietet WhatsApp das direkte Scannen von Dokumenten auf iPhone-Geräten. Es kann als Standard-Messaging-App auf dem iPhone eingestellt werden. Videoanrufe werden durch eine Pinch-to-Zoom-Funktion und die Möglichkeit, Teilnehmer direkt aus einem Chat zu einem laufenden 1:1-Anruf hinzuzufügen, verbessert. Nutzer können ihren Live-Standort teilen, Chats in Google Drive oder iCloud sichern, Nachrichten zurücksenden oder bearbeiten, Nachrichten oder Benachrichtigungen stummschalten und Bilder annotieren. Weitere Verknüpfungen umfassen das Markieren wichtiger Nachrichten, das Anheften häufig genutzter Chats an den oberen Rand, das Erwähnen bestimmter Personen in Gruppenchats und das Hinzufügen von Chat-Verknüpfungen zum Startbildschirm. Die Integration von Meta AI-Funktionen ist innerhalb der Plattform ebenfalls vorhanden.



# Apps



## Facebook Messenger

Facebook Messenger bietet Kernfunktionen wie Instant Messaging, Sprachanrufe, Videoanrufe und Gruppenchats. Erweiterte Anruffunktionen umfassen hochwertige Videoanrufe, Gruppen-Videoanrufe, Bildschirmfreigabe, virtuelle Hintergründe sowie verschiedene Filter und Effekte. Die Plattform unterstützt umfassende Funktionen zur Dateifreigabe und Standortfreigabe.

Für soziale und interaktive Zwecke bietet es Nachrichtenreaktionen, eine breite Palette von Stickern und Emojis zur Verbesserung des Ausdrucks. Es integriert Spiele, Umfragen und Erinnerungen. Chatbots sind für den Zugriff auf Nachrichten oder die Bestellung verfügbar. Nutzer können Unterhaltungen mit benutzerdefinierten Chat-Designs, Spitznamen und Gruppen-Emojis personalisieren.

Finanzielle Funktionen umfassen die Möglichkeit, Geld zu senden und anzufordern, indem eine Debitkarte sicher verknüpft wird.

Hinsichtlich Datenschutz und Sicherheit beinhaltet Messenger „Geheime Unterhaltungen“, die mit Ende-zu-Ende-Verschlüsselung gesichert sind. Innerhalb dieser geheimen Unterhaltungen werden auch verschwindende Nachrichten unterstützt. Nutzer können steuern, wer ihren aktiven Status sieht, und haben die Möglichkeit, andere Nutzer zu blockieren oder einzuschränken. Messenger ist über Messenger.com zugänglich und bietet ein dediziertes Desktop-Erlebnis ohne die Ablenkungen des Haupt-Facebook-Newsfeeds.



## Telegram

Telegram fungiert als Cloud-Dienst, der es Nutzern ermöglicht, ihre Nachrichten, Fotos, Videos und Dokumente von jedem verbundenen Gerät aus abzurufen, ohne auf Drittanbieter-Backups angewiesen zu sein. Dies gewährleistet eine nahtlose Kontinuität über verschiedene Plattformen hinweg.

Ein entscheidendes Merkmal ist der Fokus auf Datenschutz: Ende-zu-Ende-Verschlüsselung ist nur in „Geheimen Chats“ und für Sprach-/Videoanrufe verfügbar; sie wird nicht auf reguläre Cloud-Chats angewendet. Während Cloud-Chats stark verschlüsselt auf Telegrams Servern gespeichert werden, wobei die Verschlüsselungsschlüssel auf mehrere Rechenzentren verteilt sind, sind Geheime Chats gerätespezifisch und werden nicht in der Cloud gesichert. Ein weiteres wichtiges Unterscheidungsmerkmal ist die Möglichkeit für Nutzer, ihre Telefonnummern zu verbergen oder sich sogar ohne eine solche zu registrieren, was die Anonymität erhöht.

Telegram ermöglicht das Senden außergewöhnlich großer Dateien, bis zu 2 GB für Standardnutzer und 4 GB für Premium-Abonnenten. Dies wird durch unbegrenzten Cloud-

# Apps

Speicher ergänzt.

Die Plattform unterstützt öffentliche Kanäle zum Senden von Nachrichten an große Zielgruppen. Sie verfügt über ein robustes Ökosystem von Telegram-Bots, die für die Automatisierung konzipiert sind, wie z. B. die Verfolgung von Flügen, die Organisation von Aufgaben und die Verwaltung von Gruppen. Eine bemerkenswerte Funktion ist die Möglichkeit, Sprachnachrichten in Text umzuwandeln.

Zu den interaktiven Funktionen gehören die Einführung von sofortigen Nachrichtenreaktionen, interaktiven Stickern und der Möglichkeit, gesendete Nachrichten zu bearbeiten. Außerdem ermöglicht Telegram eine umfassende Personalisierung, einschließlich benutzerdefinierter Benachrichtigungstöne.



## Snapchat

Die Kernfunktion von Snapchat ist der kurzlebige Inhalt, bekannt als „Snaps“, bei dem Fotos und Videos nach dem Ansehen automatisch verschwinden. Snaps können auch so konfiguriert werden, dass sie nur einmal angesehen werden können.

Snapchat bietet eine Vielzahl kreativer Tools, darunter AR-Filter, Lenses, eine breite Palette von Emojis und Stickern. Nutzer können Emojis an bestimmte Objekte in Videos „anheften“, sodass diese sich dynamisch bewegen, drehen und skalieren. Videoeffekte wie Zeitraffer, Zeitlupe und Rücklauf sind verfügbar. Das Zeichnen in Schwarz oder Weiß sowie das Anpassen von Textfarbe, -größe und -ausrichtung werden ebenfalls unterstützt. Nutzer können benutzerdefinierte „On-Demand-Geofilter“ für bestimmte Orte oder Veranstaltungen erstellen.

Die Kommunikationsfunktionen umfassen Textkommunikation, Foto- und Videofreigabe. Snapchat unterstützt Live-Videoanrufe sowie allgemeine Sprach- und Videochat-Funktionen. Es integriert eine KI-Chatbot-Funktion, „My AI“, für interaktive Gespräche.

Das „Family Center“ bietet Kindersicherungen, die es Erziehungsberechtigten ermöglichen, die Aktivitäten und Interaktionen ihrer Kinder auf der Plattform zu überwachen.

Zu den Datenschutzfunktionen gehört der „Ghost-Modus“, um die Standortfreigabe auf der Snap Map zu deaktivieren. Es bietet umfangreiche anpassbare Datenschutzeinstellungen, die es Nutzern ermöglichen, zu steuern, wer sie kontaktieren, ihre Stories ansehen oder ihren Standort sehen kann.



## Discord

Discord ist als Instant-Messaging- und VoIP-Plattform konzipiert, die sich auf virtuelle Gemeinschaften, sogenannte „Server“, konzentriert, die persistente Chatrooms und

# Apps

Sprachkanäle hosten. Community-Server schalten erweiterte Funktionen wie Server-Discovery, umfassende Moderationstools und optimierte Onboarding-Prozesse frei.

Die Kommunikationsfunktionen umfassen vielseitige Modi wie Text-, Sprach- und Videochat. Discord bietet hochwertige Bildschirmfreigabefunktionen und unterstützt „Go Live“-Streams für Übertragungen.

Für Organisation und Anpassung bietet Discord umfangreiche Kanalanpassungsoptionen, die Text-, Sprach- oder Ankündigungsformate ermöglichen. Serveradministratoren haben eine detaillierte Kontrolle über Benutzerberechtigungen durch Rollen. Server-Vorlagen sind verfügbar, um Kanäle und Kategorien schnell einzurichten.

Discord unterstützt ein reichhaltiges Ökosystem von Bots, die eine breite Palette von Aufgaben ausführen können, darunter Chat-Moderation, Terminplanung, Umfragen, Musikwiedergabe und vieles mehr. Die Plattform erleichtert es Nutzern, benutzerdefinierte Chatbots zu erstellen.

Zu den einzigartigen Funktionen gehören die Unterstützung von Markdown-Text für erweiterte Formatierungen innerhalb von Chats. Es enthält eine Text-zu-Sprache (TTS)-Funktion für Zugänglichkeit und Komfort. Discord ermöglicht auch benutzerdefinierte Soundboards innerhalb von Servern. Darüber hinaus bietet es eine Anrufplanungsfunktion innerhalb von Gruppenchats.

Eine Überprüfung der Kernfunktionen zeigt eine klare Konvergenz grundlegender Funktionalitäten bei den meisten beliebten Messaging-Apps. Standardfunktionen wie Textnachrichten, Sprach- und Videoanrufe, Gruppenchats und Medienfreigabe sind mittlerweile weit verbreitet und werden von den Nutzern erwartet. Dies deutet auf einen reifenden Markt hin, in dem grundlegende Kommunikationstools selbstverständlich sind. Echte Differenzierung und Wettbewerbsvorteile werden jedoch durch spezialisierte Funktionen erzielt, die auf spezifische Nutzerbedürfnisse zugeschnitten sind oder einzigartige Ökosystemstärken nutzen. Zum Beispiel dienen WhatsApps robuste Geschäftsfunktionen, Telegrams Schwerpunkt auf großen Dateifreigaben und Cloud-Speicher, Snapchats kurzlebige Inhalte und Augmented-Reality-Erlebnisse, iMessages tiefe Integration in das Apple-Ökosystem und Apple Pay-Funktionen sowie Discords ausgeklügelte Community-Management-Tools und Bot-Ökosystem als wichtige Unterscheidungsmerkmale. In dieser sich entwickelnden Landschaft können sich Messaging-Anwendungen nicht mehr ausschließlich auf die Bereitstellung grundlegender Kommunikation verlassen. Der Erfolg hängt zunehmend von der Entwicklung und Verfeinerung spezialisierter Funktionen ab, die für gezielte Nutzersegmente oder spezifische Anwendungsfälle einzigartige Wertversprechen schaffen. Dieser strategische Fokus fördert eine tiefere Nutzerloyalität und ermöglicht es Plattformen, einzigartige Identitäten zu entwickeln, die über die bloße Kommunikation hinausgehen und zu integralen Bestandteilen der digitalen Arbeitsabläufe oder sozialen Interaktionen der Nutzer werden.

Die Funktionssätze dieser Anwendungen zeigen divergierende strategische Ambitionen. Metas Plattformen, WhatsApp und Facebook Messenger, erweitern ihre Funktionen aktiv über das Kern-Messaging hinaus, um Zahlungen (WhatsApp Pay, Messenger-Zahlungen), umfassende Geschäftskommunikationstools und sogar die Integration von KI-Funktionen (Meta AI) einzubeziehen. Diese breite Expansion spiegelt eine „Super-App“-Strategie wider, die darauf abzielt, eine Vielzahl digitaler Dienste innerhalb einer einzigen, allgegenwärtigen Plattform zu konsolidieren. Im krassen Gegensatz dazu priorisieren Anwendungen wie Telegram spezifische Dienstprogramme wie verbesserte Privatsphäre und große Dateifreigaben, während Discord sich intensiv auf Community-Aufbau und Gaming-zentrierte Kommunikation konzentriert. iMessage nutzt seine Exklusivität im Apple-Ökosystem, um nahtlose, tief integrierte Dienste anzubieten. Diese Divergenz in den

# Apps

strategischen Ansätzen verdeutlicht unterschiedliche Wege zur Erlangung von Marktführerschaft und Nutzerbindung. Metas „Super-App“-Modell versucht, einen größeren Anteil der täglichen digitalen Aktivitäten der Nutzer und der damit verbundenen Daten zu erfassen, möglicherweise auf Kosten der wahrgenommenen Privatsphäre oder Einfachheit. Umgekehrt können Apps, die sich auf ein fokussiertes Dienstprogramm oder ein starkes Wertversprechen (z. B. Privatsphäre, Community, kurzlebige Inhalte) konzentrieren, hoch loyale und engagierte Nutzerbasen aufbauen, ohne allumfassend sein zu müssen. Dies deutet darauf hin, dass Nutzer zunehmend Entscheidungen auf der Grundlage ihrer spezifischen Bedürfnisse und Werte treffen, was zu einem fragmentierteren, aber spezialisierteren Messaging-Markt führt.

**Tabelle 3: Funktionsvergleichsmatrix**

Funktion					
	WhatsApp	Facebook Messenger	Telegram	Snapchat	Discord
<b>Kern-Messaging</b>	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
<b>Sprach-/Videoanrufe</b>	Ja, hohe Qualität	Ja, hohe Qualität, Gruppen, Bildschirmfreigabe	Ja	Ja	
<b>Gruppen-Chats</b>	Ja	Ja	Ja, sehr große Gruppen	Ja	Ja, Server/Kanäle
<b>Ende-zu-Ende-Verschlüsselung (E2EE)</b>	Standard (alles)	Standard (persönliche Nachrichten, Anrufe)	Optional (Geheime Chats, Anrufe)	Snaps, private Texte	Audio/Videoanrufe
<b>Dateifreigabe</b>	Ja	Ja	Ja (bis 2/4 GB)	Ja	Ja
<b>Kanäle/Communities</b>	Ja (Channels)	Nein	Ja (Kanäle, Gruppen)	Ja (Discover, Stories)	Ja (Server, Kanäle)
<b>Business-Funktionen</b>	Ja (WhatsApp Business, API)	Ja (Business API, Ads)	Ja (Bots, Kanäle)	Ja (Business Profile, Ads)	Ja (Monetarisierung, Bots)
<b>Zahlungen</b>	Ja (WhatsApp Pay)	Ja	Ja (Bots)	Ja (Snap Tokens)	Ja (Shop, Abos)
<b>Einzigartige Funktionen</b>	Verschwindende Nachrichten, Meta AI	Spiele, Bots, Personalisierung	Unbegrenzter Cloud-Speicher, Bots, Sprachnotizen-Transkripte	Kurzlebige Snaps, AR-Filter, My AI, Family Center	Community-Server, Bots, Soundboards, Markdown-Text

## Sicherheit, Privatsphäre und Datenerfassung

Die Sicherheit, der Datenschutz und der Umgang mit Daten sind für Nutzer von Messaging-

# Apps

Anwendungen von größter Bedeutung und ein wesentlicher Faktor bei der Wahl einer Plattform.

## Ende-zu-Ende-Verschlüsselung (E2EE)

Die Ende-zu-Ende-Verschlüsselung (E2EE) ist ein entscheidendes Merkmal für den Schutz der Privatsphäre der Nutzer, da sie sicherstellt, dass nur Sender und Empfänger auf die Inhalte zugreifen können.



**WhatsApp** implementiert standardmäßig eine Ende-zu-Ende-Verschlüsselung für eine Vielzahl von Kommunikationsformen, darunter Nachrichten, Fotos, Videos, Sprachnachrichten, Dokumente, Live-Standorte, Status-Updates und Anrufe. Dies gilt sowohl für Einzelchats als auch für die Kommunikation mit Unternehmen, die die WhatsApp Business App nutzen. Die Ver- und Entschlüsselungsprozesse finden ausschließlich auf dem Gerät des Nutzers statt, wodurch sichergestellt wird, dass selbst WhatsApp nicht auf die Inhalte zugreifen kann. Darüber hinaus bietet WhatsApp Ende-zu-Ende-verschlüsselte Backups für Google-Konten oder iCloud, die durch ein vom Nutzer definiertes Passwort oder einen 64-stelligen Verschlüsselungsschlüssel gesichert sind.



**Facebook Messenger** führt seit Dezember 2023 schrittweise eine standardmäßige Ende-zu-Ende-Verschlüsselung für persönliche Nachrichten und Anrufe ein, wobei die globale Implementierung noch läuft. Für verschlüsselte Chat-Verläufe bietet es einen „sicheren Speicher“ entweder auf Metas Servern oder lokal auf dem Gerät, zugänglich über eine 6-stellige PIN oder einen virtuellen Schlüssel, der in Google Drive oder iCloud gespeichert ist. Historisch gesehen war E2EE eine optionale Funktion, bekannt als „Geheime Unterhaltungen“.



Bei **Telegram** ist ein entscheidender Unterschied, dass die Ende-zu-Ende-Verschlüsselung nur in „Geheimen Chats“ und für Sprach-/Videoanrufe verfügbar ist; sie wird nicht auf reguläre Cloud-Chats angewendet. Während Cloud-Chats stark verschlüsselt auf Telegrams Servern gespeichert werden, wobei die Verschlüsselungsschlüssel auf mehrere Rechenzentren verteilt sind, sind Geheime Chats

# Apps

gerätespezifisch und werden nicht in der Cloud gesichert.



**Snapchat**-Fotos und -Videos („Snaps“) sind Ende-zu-Ende-verschlüsselt. Diese Verschlüsselung erstreckt sich auch auf Gruppenunterhaltungen und private Texte. Inhalte, die in öffentlichen Stories oder im Discover-Bereich geteilt werden, sind jedoch ausdrücklich nicht Ende-zu-Ende-verschlüsselt, was bedeutet, dass sie einem breiteren Publikum und potenziell Snapchat selbst zugänglich sind.



**Discord** hat die Ende-zu-Ende-Verschlüsselung für Audio- und Videoanrufe (einschließlich Direktnachrichten, Gruppen-Direktnachrichten, Sprachkanäle und „Go Live“-Streams) als Standardfunktion implementiert. Es ist jedoch wichtig zu beachten, dass Textnachrichten (Chat-Inhalte) nicht Ende-zu-Ende-verschlüsselt bleiben und den Inhaltsmoderationsrichtlinien von Discord unterliegen.

## Datenerfassungsrichtlinien

Die Datenerfassungsrichtlinien der Messaging-Anwendungen variieren erheblich und spiegeln unterschiedliche Geschäftsmodelle und Prioritäten wider.



**WhatsApp** sammelt umfangreiche Nutzungsdaten (Aktivitätsmuster, Interaktionen mit Unternehmen, Online-Status, Zeitstempel), Diagnose- und Fehlerbehebungsdaten, Geräte- und Verbindungsdetails (Hardwaremodell, Betriebssystem, Batteriestand, Signalstärke, App-Version, Browserinformationen, Mobilfunknetz, IP-Adresse), allgemeine Standortdaten (abgeleitet von IP-Adressen) und Cookie-Daten. Eine Mobiltelefonnummer ist für die Kontoerstellung obligatorisch. Die Plattform sammelt auch Metadaten über das Nutzerverhalten, die für ihre Umsatzgenerierungsstrategie von entscheidender Bedeutung sind.

# Apps



**Facebook Messenger** ist bekannt für die Erfassung einer erheblichen und besorgniserregenden Menge an Nutzerdaten. Dazu gehören die Kartierung von Wi-Fi-Netzwerken (Erfassung von Gerätenamen, IP-Adressen, Typen und Zugriffsstatus aller verbundenen Geräte), der Zugriff auf Kontaktlisten (Namen, Telefonnummern, E-Mail-Adressen, soziale Links), die Verfolgung des Standortverlaufs, des Browserverlaufs und die Erstellung einer detaillierten Liste der installierten Anwendungen. Es verfolgt jeden Klick, alle Profilinformationen, geteilte Inhalte, Freundschaftsverbindungen, Freundschaftsanfragen, Nachrichten und Metadaten, die mit hochgeladenen Dateien verbunden sind. Technische Daten wie Telefonmarke, Betriebssystem, Geräte-IDs, Wi-Fi, Bluetooth, Mobilfunksignale und Cookies werden ebenfalls gesammelt. Bemerkenswert ist, dass Facebook Daten von Nicht-Nutzern über deren Browserverlauf und Interaktionen mit Facebook-Nutzern sammeln kann. Das Unternehmen gibt explizit an, Nutzerdaten zu verkaufen.



**Telegram** gibt zwei grundlegende Datenschutzprinzipien an: keine Nutzung von Nutzerdaten für Werbung und Speicherung nur der Daten, die für einen sicheren und funktionsreichen Messaging-Dienst unerlässlich sind. Während Cloud-Chats (Nachrichten, Fotos, Videos, Dokumente) auf Servern mit starker Verschlüsselung gespeichert werden, wobei die Verschlüsselungsschlüssel auf verschiedene Rechenzentren verteilt sind, werden geheime Chats nicht auf Servern gespeichert und es werden keine Protokolle für sie geführt. Öffentliche Chats sind, obwohl sie im Speicher und während der Übertragung verschlüsselt sind, für jedermann zugänglich. Telegram sammelt öffentliche Profilinformationen wie Bildschirmname, Profilbilder und Benutzername. Es kann auch anonymisierte Telefonnummern verwenden, um potenzielle Kontakte zu schätzen. Eine wichtige Entwicklung ist die jüngste Einhaltung von etwa 900 Anfragen der US-Regierung durch Telegram, wobei Telefonnummern oder IP-Adressen von 2.253 Nutzern an Strafverfolgungsbehörden in Fällen wie Terrorismus, Cyberkriminalität, illegalen Gütern und Online-Betrug weitergegeben wurden. Standardmäßig werden inaktive Konten nach 18 Monaten gelöscht, obwohl Inkonsistenzen gemeldet wurden.



**Snapchat** sammelt grundlegende Kontoinformationen wie Telefonnummer und E-Mail sowie Daten darüber, wie seine Dienste genutzt werden (z. B. Snaps, die an Spotlight und



# Apps

Snap Map gesendet werden). Werbetreibende können gehashte E-Mail-Adressen, Telefonnummern, Gerätekennungen, IP-Adressen, Cookie-IDs, Metadaten und Browser-/App-Informationen bereitstellen. Abgestimmte Pixel- und Conversion-API-Daten werden bis zu 13 Monate lang aufbewahrt, während nicht abgestimmte Daten innerhalb von 30 Tagen gelöscht werden. Über native Formulare gesammelte Lead-Generierungsdaten werden 90 Tage lang aufbewahrt.



**Discord** sammelt Kontoinformationen (Benutzername, Passwort, E-Mail/Telefonnummer, Geburtstag), benutzergenerierte Inhalte (Nachrichten, benutzerdefinierte Emojis, hochgeladene Dateien, Profildaten, Serverinformationen) und Geräteinformationen (IP-Adresse, Betriebssystem, Browser, Mikrofon-/Kameraeinstellungen). Es sammelt auch Nutzungsdaten, wie besuchte Seiten, Server und Kanäle. Discord gibt explizit an, dass es keine Nutzerdaten verkauft, wobei sein Geschäftsmodell auf Abonnements und kostenpflichtigen Produkten basiert. Das Unternehmen speichert im Allgemeinen keine Inhalte von Video- oder Sprachanrufen oder Kanälen.

Die Bewertung der Ende-zu-Ende-Verschlüsselung und der Datenerfassungsrichtlinien offenbart eine sich entwickelnde Landschaft der Datenschutzgarantien und des Nutzervertrauens. Es gibt einen klaren Unterschied zwischen Anwendungen, die E2EE standardmäßig für alle Kommunikationsformen implementieren (z. B. WhatsApp, iMessage), und solchen, bei denen E2EE optional ist oder nur für bestimmte Kommunikationsarten gilt (z. B. Telegram, Snapchat, Discord). Diese Unterschiede sind nicht nur technische Details, sondern haben tiefgreifende Auswirkungen auf die Privatsphäre der Nutzer und die Wahrnehmung der Sicherheit. Die Tatsache, dass Telegram Textnachrichten in Cloud-Chats nicht E2EE verschlüsselt und Daten an Strafverfolgungsbehörden weitergibt, während es gleichzeitig seine Datenschutzorientierung betont, schafft eine Komplexität in der Nutzerwahrnehmung. Ebenso ist Snapchats selektive E2EE-Implementierung für Snaps, aber nicht für öffentliche Inhalte, ein wichtiger Hinweis auf die Grenzen des Datenschutzes auf der Plattform. Die Wahl der Nutzer hängt somit nicht nur von der Verfügbarkeit von E2EE ab, sondern auch von der Konsistenz und dem Umfang dieser Implementierung. Die Plattformen, die einen umfassenden und standardmäßigen E2EE-Ansatz verfolgen, können potenziell ein höheres Maß an Nutzervertrauen aufbauen, insbesondere in einer Zeit, in der Datenschutzbedenken zunehmen.

Die Datenerfassungsrichtlinien der Anwendungen zeigen ein Paradoxon der Bequemlichkeit: Um umfassende Funktionen und ein nahtloses Nutzererlebnis zu bieten, sammeln die Plattformen oft eine erhebliche Menge an Daten. Facebook Messenger ist hier ein prominentes Beispiel, das weitreichende Informationen über Nutzer und sogar Nicht-Nutzer sammelt und diese Daten auch verkauft. Dies steht im Gegensatz zu Discords expliziter Aussage, keine Nutzerdaten zu verkaufen, und Telegrams Prinzip, nur notwendige Daten zu speichern und nicht für Werbung zu nutzen. Die Monetarisierungsstrategien sind eng mit diesen Datenerfassungsrichtlinien verknüpft. Werbefinanzierte Modelle (wie bei Facebook Messenger) erfordern umfangreiche Datensammlungen für gezielte Werbung, während Freemium-Modelle (wie bei Discord) oder Geschäftsmodelle, die auf Unternehmenslösungen basieren (wie bei WhatsApp Business), möglicherweise weniger auf persönliche Daten für die Monetarisierung angewiesen sind. Dies deutet darauf hin, dass Nutzer, die Wert auf Datenschutz legen, möglicherweise bereit sind, für Dienste zu zahlen oder sich für Plattformen mit weniger aggressiven



# Apps

Datenerfassungsstrategien zu entscheiden. Die wahrgenommene Balance zwischen Bequemlichkeit, Funktionen und Datenschutz wird somit zu einem entscheidenden Faktor für die Nutzerbindung und den langfristigen Erfolg einer Messaging-Anwendung.

## Geschäftsmodelle

Die Geschäftsmodelle der Messaging-Anwendungen haben sich erheblich weiterentwickelt, von anfänglich kostenlosen Diensten hin zu diversifizierten Einnahmequellen, die oft auf Unternehmenslösungen, Abonnements und gezielter Werbung basieren.



### WhatsApp

WhatsApp hat sein Geschäftsmodell seit 2016, als die jährlichen Gebühren abgeschafft wurden, grundlegend geändert. Derzeit generiert die Plattform Einnahmen hauptsächlich durch ihre Business-Dienste, darunter die WhatsApp Business API, WhatsApp Pay und „Click-to-WhatsApp“-Anzeigen. Diese Anzeigen allein erwirtschafteten im Jahr 2024 Einnahmen von 10 Milliarden USD. Die Business API ist das Herzstück der Monetarisierungsstrategie von WhatsApp und ermöglicht Unternehmen die Automatisierung von Kundeninteraktionen, Chatbots und automatisierten Antworten. Unternehmen zahlen für geschäftsinitiierte Konversationen, insbesondere für Marketingnachrichten, Dienstbenachrichtigungen und Authentifizierungsnachrichten. Der durchschnittliche Umsatz pro Nutzer für WhatsApp Business ist in Europa mit 1,21 USD am höchsten. WhatsApp Pay generiert Provisionen aus jeder Transaktion und integriert sich nahtlos in sichere Finanzplattformen. Anzeigen im Statusbereich bieten Unternehmen eine weitere Möglichkeit zur Platzierung von Vollbildanzeigen. Die Plattform nutzt Metas breiteres Werbeökosystem, wobei „Click-to-WhatsApp“-Anzeigen auf Facebook und Instagram platziert werden, die kostenlose 72-Stunden-Konversationsfenster eröffnen, wenn Kunden Kontakt aufnehmen. Die Umsatzgenerierung von WhatsApp stützt sich stark auf die Datenerfassung von Metadaten über das Nutzerverhalten, während die Nachrichten Ende-zu-Ende-verschlüsselt bleiben.



### Facebook Messenger

Facebook Messenger ist Teil der Meta-Familie von Apps, die den Großteil ihrer Einnahmen aus dem Verkauf von Werbeflächen generieren. Werbetreibende können auf Messenger gezielte Anzeigen basierend auf Alter, Geschlecht, Standort, Interessen und Verhaltensweisen der Nutzer schalten. Obwohl die Downloads von Messenger seit 2015 erheblich zurückgegangen sind, monetarisiert die Plattform weiterhin durch Werbung und bietet Unternehmen Premium-Funktionen zur Verbesserung des Kundensupports. Messenger ermöglicht auch B2C-Chats für Verkaufs-, Kundenservice- und Marketingzwecke.

# Apps

Potenzielle Monetarisierungsstrategien umfassen Werbebotschaften, Newsletter-Abonnements und kostenpflichtige Funktionen für Power-User oder Unternehmen.



## Telegram

Telegram monetarisiert hauptsächlich über gesponserte Nachrichten in Kanälen und den Verkauf von Werbeplätzen als Posts. Kanäle mit mindestens 1000 Mitgliedern können an offiziellen Telegram-Anzeigen teilnehmen, wobei bis zu 50 % des Umsatzes an die Kanalbesitzer gehen. Premium-Nutzer können gesponserte Nachrichten deaktivieren. Eine weitere Einnahmequelle sind Telegram Stars, kostenpflichtige Emojis, mit denen Nutzer exklusive Inhalte freischalten oder Autoren unterstützen können. Bots können ebenfalls monetarisiert werden, oft durch Spenden, den Verkauf digitaler Produkte oder den Zugang zu kostenpflichtigen Premium-Inhalten. Telegram hat im Jahr 2023 14 Millionen USD App Store-Umsatz erzielt.



## Snapchat

Snapchat generiert Einnahmen hauptsächlich durch Werbung, indem es seine engagierte Nutzerbasis nutzt, um Marken für gezielte Marketingmöglichkeiten anzuziehen. Die Plattform bietet verschiedene Anzeigenformate, darunter Snap Ads (vertikale Vollbildvideos), gesponserte Linsen und Filter (Augmented Reality-Erlebnisse) und Anzeigen im Discover-Bereich. Zusätzlich zu den Werbeeinnahmen hat Snapchat kostenpflichtige Angebote eingeführt, wie Snapchat+, einen Abonnementdienst, der exklusive Funktionen für 3,99 USD pro Monat bietet. Im Dezember 2024 hatte Snapchat+ 7 Millionen Abonnenten. Weitere Monetarisierungstaktiken umfassen In-App-Käufe von digitalen Gütern (Snap Tokens) und E-Commerce-Integrationen, die AR-Shopping-Erlebnisse ermöglichen. Snapchat verfügt auch über ein Entwickler-Ökosystem (Snap Kit, Snap Minis), das durch Partnerschaften und Lizenzvereinbarungen Einnahmen generiert. Snapchat bietet auch ein Monetarisierungsprogramm für Creator, bei dem etablierte Creator einen Anteil an den Werbeeinnahmen erhalten, die zwischen Snaps in einer öffentlichen Story oder innerhalb eines Spotlights geschaltet werden.



## Discord

Discord verfolgt ein Freemium-Geschäftsmodell, das kostenlosen Zugang zu grundlegenden Funktionen mit Premium-Angeboten kombiniert. Die Haupteinnahmequellen sind Nitro-Abonnements und Server-Boosts. Nitro-Abonnements (9,99 USD/Monat oder 99,99 USD/Jahr) bieten erweiterte Funktionen wie hochwertige Bildschirmfreigabe, benutzerdefinierte Emoji-Nutzung, erhöhte Anhangslimits und animierte Avatare. Server-Boosts (4,99 USD/Monat) ermöglichen es Nutzern, die Qualität eines Servers zu verbessern und spezielle Privilegien zu erhalten, wie z. B. verbesserte Audioqualität und zusätzliche Emoji-Slots. Discord generiert auch Einnahmen aus dem Verkauf von Avatar-Dekorationen und Display-Effekten in seinem Shop. Partnerschaften mit Spieleentwicklern und Marken sowie Ticketverkäufe für virtuelle Veranstaltungen und der Verkauf von Markenartikeln tragen ebenfalls zu den Einnahmen bei.

Die Monetarisierungsstrategien der Messaging-Anwendungen zeigen eine klare Diversifizierung über traditionelle Werbemodelle hinaus. Während Werbung für einige Plattformen (z. B. Facebook Messenger, Snapchat) weiterhin eine zentrale Rolle spielt, ist ein deutlicher Trend hin zu Freemium-Modellen und geschäftsorientierten Diensten zu beobachten. WhatsApps Wandel von einem kostenpflichtigen Dienst zu einem Modell, das Milliarden durch Business-APIs und „Click-to-WhatsApp“-Anzeigen generiert, ist ein Paradebeispiel für diese Verschiebung. Ebenso zeigen Discords Erfolg mit Nitro-Abonnements und Server-Boosts sowie Telegrams Monetarisierungsbemühungen durch gesponserte Nachrichten und Premium-Funktionen, dass Nutzer bereit sind, für erweiterte Funktionen oder ein werbefreies Erlebnis zu zahlen. Diese Entwicklung deutet darauf hin, dass die Unternehmen Wege finden, Wert aus ihrer Nutzerbasis zu ziehen, ohne sich ausschließlich auf die datenintensive Personalisierung von Werbung verlassen zu müssen. Dies ermöglicht eine breitere Palette von Geschäftsmodellen, die auf unterschiedliche Nutzerpräferenzen und -bedürfnisse zugeschnitten sind.

Die Art und Weise, wie Messaging-Anwendungen Einnahmen generieren, steht in direktem Zusammenhang mit der Nutzererfahrung und der Wahrnehmung des Datenschutzes. Plattformen, die stark auf Werbung angewiesen sind, wie Facebook Messenger, müssen ein Gleichgewicht zwischen der Generierung von Einnahmen und der Vermeidung einer Überfrachtung der Nutzer mit Anzeigen finden, was die Privatsphäre beeinträchtigen kann. Im Gegensatz dazu können Modelle, die auf Abonnements oder Business-Diensten basieren, ein werbefreies oder weniger datenintensives Erlebnis für persönliche Kommunikation bieten, was die Wahrnehmung von Privatsphäre und Nutzerfreundlichkeit verbessern kann. WhatsApps Versprechen, persönliche Nachrichten werbefrei zu halten, während es Milliarden durch Business-Services generiert, ist ein Beispiel für diesen Ansatz. Der Erfolg dieser Strategien hängt davon ab, wie gut die Plattformen die Balance zwischen der Monetarisierung und der Aufrechterhaltung eines positiven Nutzererlebnisses finden. Eine transparente Kommunikation über Datenerfassung und -nutzung sowie die Bereitstellung von Kontrollmöglichkeiten für die Nutzer (wie bei WhatsApps Datenschutzeinstellungen) werden entscheidend sein, um das Vertrauen der Nutzer zu erhalten und die Akzeptanz von Monetarisierungsstrategien zu fördern.

## Plattformverfügbarkeit

Die Verfügbarkeit von Messaging-Anwendungen auf verschiedenen Plattformen ist ein entscheidender Faktor für ihre Reichweite und Benutzerfreundlichkeit.

# Apps



**WhatsApp** begann 2009 als iPhone-App und ist heute auf iPhone, Android, Mac und PC verfügbar. Seit Mai 2025 ist WhatsApp auch offiziell auf dem iPad verfügbar, optimiert für dessen größeres Display.



**Facebook Messenger** ist für iPhone und iPad über den App Store erhältlich. Es ist auch über Messenger.com im Web zugänglich. Für Unternehmen bietet die Messenger Plattform Integrationen mit Facebook Pages und Instagram Professional Accounts.



**Telegram** wurde ursprünglich im August 2013 für iOS und im Oktober 2013 für Android veröffentlicht. Es ist eine Cloud-basierte, plattformübergreifende Anwendung, die auf Android, iOS, iPadOS, Windows, macOS, Linux und Webbrowsern verfügbar ist.



**Snapchat** unterstützt Android-Geräte ab Android 5.0 und iOS-Geräte ab iOS 13.0. Es ist auch über Snapchat for Web verfügbar, was Chats und Anrufe vom Desktop aus ermöglicht. Eine offizielle Windows-App ist ebenfalls im Microsoft Store erhältlich.



# Apps

**Discord** läuft auf Windows, macOS, Android, iOS, iPadOS, Linux und in Webbrowsern. Es ist auch auf Konsolen wie PlayStation und Xbox verfügbar. Die Desktop-Clients basieren auf dem Electron-Framework, was die Multiplattform-Kompatibilität gewährleistet.

## Fazit

Die Analyse der beliebtesten Smartphone-Messenger-Anwendungen offenbart eine dynamische und vielschichtige Landschaft, die von einer starken Marktkonzentration und gleichzeitig einer zunehmenden Nischenspezialisierung geprägt ist. WhatsApp dominiert weiterhin global, angetrieben durch seinen starken Netzwerkeffekt und seine breite Akzeptanz, während Meta seine Position durch die synergetische Nutzung von **WhatsApp** und **Facebook Messenger** als umfassendes Kommunikationsimperium festigt.

Die Kernfunktionen der Apps konvergieren in grundlegenden Kommunikationsdiensten, aber die eigentliche Differenzierung liegt in spezialisierten Merkmalen. **WhatsApps** Fokus auf Business-Lösungen, **Telegrams** Betonung von Datenschutz und großen Dateifreigaben, **Snapchats** kurzlebige Inhalte und AR-Erlebnisse und **Discords** Stärke im Community-Management sind Beispiele für diese Nischenstrategien. Diese Spezialisierungen spiegeln wider, dass Nutzer ihre Wahl zunehmend auf spezifische Bedürfnisse und Werte abstimmen, was zu einem fragmentierten, aber spezialisierten Markt führt.



Weitere Tipps zu Android: [Android Smartphone: Einfach alles können - Die besten Tipps und Tricks: Für alle Geräte mit Android System wie Google Pixel, Samsung, Xiaomi, OnePlus, Realme u. v. m \[\\*\]](#)

(mit diesem und anderen mit [\*] gekennzeichneten Links unterstützt Du die Weiterentwicklung und Betrieb der Smartphone-FAQ)

# Apps

Letzte Änderung: 2025-05-30 22:10