

Myspace

Stand: 04.07.2022

Myspace wurde im Jahr 2003 in den USA gegründet und legte einen furiosen Start an den Tag. Ab Gründung ging es für dieses Unternehmen fünf Jahre lang nur nach oben. Es war das seinerzeit beliebteste soziale Netzwerk und bis 2008 auf Augenhöhe mit dem kommenden Netzwerk Facebook. Die Mitarbeiterzahlen lagen zu Spitzenzeiten bei über 1500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

Die Erfolgsstory endete um 2010, als sich Aktivitäten und Nutzerzahlen zu minimieren begannen. Im Jahr 2019 existieren nur noch rund 7 Millionen Nutzer. Die Plattform ist bei der eingefleischten Userschaft zwar ungebrochen beliebt und genießt Kultstatus, aber es ist in keiner Hinsicht mehr konkurrenzfähig.

Die Ursachen liegen in mangelndem Datenschutz, verpassten Modernisierungen und einer Vielzahl an wesentlich werbewirksameren Mitbewerbern.

Neue Wege von Myspace

Der Fokus von Myspace hat sich vom bloglastigen Multitalent zum Musik-Spezialisten gewandelt. Die Plattform wird vorrangig von etablierten sowie unbekanntem Musikern zur Vernetzung und Präsentation genutzt. Kooperationen und Ankündigungen finden hier szenekollegen ebenso statt, wie Musikclips, Musikvideos und Songs, die von den Usern einfach hochgeladen werden können.

Neben Musikinhalten und Vlogs ist die Plattform aber weiterhin offen, diverse Inhalte zu unterstützen und wird thematisch breit genutzt. Durch Features wie die Vorstellung eines „Künstler des Tages“ verlässt Myspace seine ursprüngliche Funktion als soziales Netzwerk hin zu einer Szene-Plattform mit Szene-Publikum.

Interaktion der User

Der Kontakt zwischen Benutzern dreht sich vielfach um Musik. Das ist neben dem Teilen von Texten, Liedern und Videos außerdem über gleiche Interessen möglich. Darüber hinaus geben Bands und Solisten an, wer sie beeinflusst hat in ihrer künstlerischen Entwicklung und wen sie selbst beeinflussen oder mit wem sie sich austauschen.

Abgesehen von diesen eher öffentlichen Funktionen steht den Usern ein Chat zur Verfügung, den es so auch in allen anderen sozialen Medien gibt. Ein privater Austausch ist jederzeit möglich. Die Voraussetzung für alle diese Funktionen ist eine Anmeldung und damit ein Profil auf der Seite.

SEO machen mit Myspace?

Myspace bietet prinzipiell die gleichen SEO-Möglichkeiten wie andere soziale Netzwerke. Auf Reichweite und die breite Masse angelegte Kampagnen sind allerdings völlig zwecklos, da bei sieben Millionen Nutzern kein Mehrwert erzielt wird. Aufgrund der speziellen Ausrichtung, ist SEO jedoch hinsichtlich bestimmter Effekte sinnvoll.

Vor allem die Vermarktung und Präsentation von Musikern ist sinnvoll. Regelmäßige Updates, Bilder, Videos und das Promoten von Auftritten erreichen eine kleine Gruppe, die allerdings exakt so bespielt wird, wie sie es erwartet. Daraus ergibt sich der Aufbau einer ganz bestimmten Community, die aus den Nutzergruppen besteht, die für den Myspace-Auftritt relevant sind, einen Mehrwert gewinnen und lange auf der Seite verweilen.

Trotz der eingeschlafenen Nutzerzahlen ist das Potenzial immer noch größer als bei vielen sehr kleineren, jüngeren Seiten. Die SEO-Hebel hinsichtlich Content, Querverbindungen, Backlinks und Co. beeinflussen das Ranking der Myspace-Seite positiv und schlagen sich in einer guten Platzierung wieder. Ehe eine teure Kampagne gestartet wird, sollte allerdings eine genaue Analyse erfolgen, um Kosten und Nutzen gegeneinander abzuwägen.

Aus diesen Gründen ist eine Fokussierung allein auf Myspace eine sehr schlechte Idee. Myspace ist optional zu betrachten, während Facebook, Instagram und Co. unverzichtbare Bestandteile einer modernen Marketing-Strategie im Social-Media-Bereich sind.

Myspace genießt Kultstatus und die User, die der Plattform treu sind, halten viel von ihr. Eine nüchterne Betrachtung von außen muss jedoch zu dem Ergebnis kommen, dass es sich bei Myspace eher um eine Nische handelt. Kaum eine Funktion der Seite könnte nicht mehr wesentlich mehr Reichweite via Instagram, Snapchat oder sogar Twitter umgesetzt werden.

Gute Beziehungen sind dennoch Gold wert

Wem es nicht um Reichweite, sondern Kontakte in der Musikszene geht, der ist bei Myspace in jedem Fall richtig. Musik-Enthusiasten, Fans und Musiker aller Genres finden auf Myspace zusammen und können sich mühelos vernetzen und austauschen. Damit nicht genug, ebenso sind Marketingagenturen, Labels, Veranstalter und andere Player auf der Seite zu finden, die alle miteinander arbeiten können und aufeinander angewiesen sind.

Unter diesem Aspekt verstehen viele Benutzer die Seite als eine Art XING oder LinkedIn für Artists aus dem Musikbusiness. Kooperationen werden nach einer Vernetzung möglich und lassen sich später fernab der Plattform en Detail formulieren und ausarbeiten.