



**Wat publieke omroepen van Snapchat-baas
Natascha Chamuleau kunnen leren**

ONGEPOLIJST SPONTAAN EN NABIJ



Ze is zakenvrouw in Tech, moeder, teamleider en toekomstdenker. Natascha Chamuleau leidt sinds twee jaar Snapchat Benelux, het populaire Gen Z- en millennial-platform waar ruim vijf miljoen Nederlanders op zitten. Snapchat blijkt een gewaardeerde online hangout onder vrienden, een proeftuin voor AR en AI en een serieuze kandidaat voor journalistieke samenwerking met de publieke omroep, al zijn er ook vragen en zorgen. Hoe maak je als publieke omroep verantwoord gebruik van Snapchat en is er een prijs van zoveel nabijheid?

Snapchat maandelijks. We bereiken 90% van de 13-24-jarigen en 70% van de 13-34-jarigen. 45% van de Nederlandse Snapchatters is 25 jaar of ouder."

Vrijer

Snapchat werd in 2011 opgericht door Stanford-studenten Evan Spiegel, Bobby Murphy en Reggie Brown. Inmiddels is het platform, geleid door de eerste twee, uitgegroeid tot een wereldwijd fenomeen. Met ruim 900 miljoen maandelijks actieve gebruikers wereldwijd en miljarden dagelijks AR-lens gebruik. In 2024 groeide de jaaromzet met 16% naar 5,361 miljard dollar, waarvan circa 1 miljard in Europa.

Wat maakt dit platform uniek?

"Het is een plek waar onze community hun echte zelf laat zien. Rommelige kamers, bad hair days, paniekaanvallen én geluksmomenten. Snapchat draait om directe, visuele communicatie waarbij emoties ook overkomen. Je opent de app bij de camera en deelt razendsnel een moment. Berichten verdwijnen standaard vanzelf, waardoor Snapchatters zich vrijer voelen om zich authentiek uit te drukken. Er zijn bitmoji's waarmee je jezelf kunt uiten, Snap Maps om te zien waar je vrienden zijn en lenzen om creatief met augmented reality te communiceren. Het onderscheidende karakter van Snap zit 'm ook in de afwezigheid van traditionele populariteitsmeters. Dat zorgt voor minder prestatiedruk en meer spontaniteit."

Positief vriendschapeffect

Uit onderzoek onder 479 jongeren tussen 14 en 18 jaar dat de Universiteit van Amsterdam vorige zomer publiceerde, blijkt dat Snapchat en WhatsApp overwegend positieve effecten op vriendschappen hebben, terwijl de mentale gezondheid van jongeren achteruit holt en ook social media daar een rol in spelen. Snapchat bleek voor 71,5% van de jongeren een positief effect op de hechtheid van vriendschappen te hebben, WhatsApp voor 77%. Ook heeft Snapchat een positieve invloed op het welzijn en geen negatief effect op zelfvertrouwen. Dat terwijl 80% van deze jongeren aangaf dat YouTube een negatief effect op vriendschappen heeft, tegen 71,5% aan negatief effect voor TikTok en 38% aan negatieve lading voor Instagram.

Hoe verklaar je dat Snapchat hier zo positief naar voren komt?

"Dit onderzoek laat zien dat je niet alle platforms over één kam moet scheren. Je hebt via Snap direct en persoonlijk

Voor de boomers onder ons: wat is Snapchat precies?

Natascha Chamuleau, general manager Snapchat Benelux: "Het is geen social media-platform, wél een visueel communicatieplatform. Een soort WhatsApp, maar dan met beeld. Het is de plek waar jongeren – en inmiddels ook heel wat volwassenen – hun echte leven in snapshots delen, zonder de druk van publieke likes of commentaren. Je komt binnen op de camera. Niet op een openbare feed om doorheen te scrollen. Wat je deelt, deel je met mensen die je liefhebt."

Hoeveel Nederlanders gebruiken Snapchat?

"Ruim vijf miljoen mensen in Nederland gebruiken



INTERVIEW



contact met je *inner circle*. Je praat met vrienden, deelt je dag, en hebt regie over wie wat ziet. Anders dan bij andere platforms draait het op Snap niét om het perfecte plaatje. 90% van wat mensen op Snap delen, zou daar nooit op verschijnen. De content is er te echt, te ongepolijst voor.”

Wat vind je zelf het mooist aan Snapchat?

“Dat sommige oma’s en kleindochters nu ook dagelijks even met elkaar Snappen. Of ouders die via Snap zien waar hun tiener is zonder dat dit verstikkend aanvoelt of inbreuk maakt op hun privacy. Ik Snap met mijn kinderen bijvoorbeeld om te delen waar we mee bezig zijn, wat ons bezighoudt, iets grappigs wat we hebben gezien of even iets over onze gezamenlijke momenten afstemmen. Snap draait om nabijheid. Het is een soort ‘microkosmos’ waar vrienden en familie zichzelf kunnen zijn. Het dagelijks leven met elkaar delen, zichzelf creatief kunnen uiten, samen shoppen ook als ze fysiek niet bij elkaar zijn, plezier maken en de wereld ontdekken.”

Gebarentaal

“Wat ik ook krachtig vind, is dat niemand je zomaar een berichtje kan sturen, je moet hiervoor beiden elkaar als vriend hebben geaccepteerd. Ook staat bijvoorbeeld je locatie op de Snap Map standaard uit, wat je de vrijheid geeft om te bepalen of en met wie je deze informatie deelt. Daarnaast is de innovatieve aard van Snapchat te gek om te zien. Zo is AR door de jaren heen geëvolueerd waardoor je inmiddels met een lens reanimatie of gebarentaal kunt leren. Of kleding op jezelf kunt zien voor je iets koopt en of die ene bank wel in je woonkamer past, wat ook weer voor minder retouren zorgt.”

Je zou ook kunnen zeggen dat dit continu locatiescouteren Andrew Tate-achtige manosphere-ideeën en ervaringen rond mannelijkheid, genderrollen, relaties, kritiek op

“Anders dan bij andere platforms draait het op Snap niét om het perfecte plaatje”

feminisme en een kritische houding tegenover vrouwen faciliteert. Continu traceerbaar, daarmee ook continu controleerbaar zijn en zo jongeren een conservatief en verontrustend relatiebeeld voorschotelend...

“Op Snapchat ben je juist zelf volledig in controle of en met wie je je locatie deelt. Je hoeft dit dus helemaal niet te doen. Standaard staat het sowieso uit en mocht je ervoor kiezen om je locatie te delen, dan heb je de keuze of je dit met één of meerdere vrienden doet. We zien dat de Snap Map, naast het ontdekken van plekken en leuke dingen in de buurt, vooral wordt gebruikt om in contact te staan met je vrienden. Bijvoorbeeld om af te spreken wanneer zij dichtbij je zijn of om te weten dat ze veilig zijn thuisgekomen. Net als alle features is de Snap Map ontwikkeld met de privacy en veiligheid van onze Snapchatters-community in gedachten.”

Ambitieuus

Voordat jij als Tech zakenvrouw bij Snap belandde, werkte je bij Marktplaats, Facebook, Instagram en WeTransfer. Wat leerde je daar?

“Bij WeTransfer vormde ik de advertising business opnieuw. Tech is altijd een rode draad in mijn carrière geweest. Ik werkte bij WeTransfer toen Snap belde. Dat voelde toen als een logische stap. Ook de andere bedrijven zijn wereldwijd opererende organisaties, waarbij ik kon gaan bouwen. Bij WeTransfer maakte ik van dichtbij mee wat het betekent om een bedrijf klaar te stomen voor een beursgang. Dat

vraagt niet alleen financiële scherpte, maar ook om strategische communicatie, transparantie en cultuurverandering. Die ervaring neem ik bij Snap nu dagelijks mee. Ik leid een Benelux-team dat klein is, maar ambitieus. Lean, creatief en altijd in beweging. Mijn ervaring met platformstrategieën en advertising helpt mij om Snap niet alleen inhoudelijk, maar ook zakelijk verder te laten groeien.”

Dat klinkt als een dynamisch, uitdagend en ook intensief leven. In combinatie met een hoofdkantoor in Santa Monica, jullie ‘minimaal 4+ dagen per week op kantoor’ bedrijfspolicy. Plus een kantoor aan de Amsterdamse Keizersgracht en een woning op het Gelderse platteland. Hoe weet jij dat drukke leven in balans te houden?

“Ik hou erg van bezig zijn in de tuin, met mijn handen in de aarde zitten. Dat levert mij samen met mijn grootste hobby, koken, diepe ontspanning op. Dan ben ik even helemaal uit mijn hoofd. Tegelijkertijd staat mijn werk inderdaad nooit stil. Snap draait 24/7, dus mijn telefoon ligt nooit ver weg en ’s avonds even inschakelen om met wereldwijde collega’s te overleggen hoort nou eenmaal bij deze baan. De combinatie van diepe focus en directe beschikbaarheid vraagt zeker balans. Die moet je zelf bewaken. Bewust kiezen wanneer je in- of uitschakelt.”

Geen smalltalk

Gen Z, variërend in leeftijd tussen 13 en 28 jaar, gebruikt jullie platform massaal. Wat kenmerkt hen?

“Gen Z wil geen smalltalk. Ze willen *to the point* en betekenisvol leven. Ze prikken zó door onechtheid heen. Ze timemanagen beter dan wie dan ook. Ze kiezen voor mentale gezondheid, authenticiteit en efficiëntie. En ja, dat kan botsen met oudere generaties als die vooral vanuit hun eigen perspectief opereren. Van media verwacht Gen Z dat je herkenbaar, open en echtheid laat zien. Neem ze serieus.”

Je klinkt nogal overtuigd van hun potentieel.

“Dat ben ik ook! Deze generatie is niet lui of passief, wel gefocust, kritisch en geëngageerd. Het is belangrijk voor ze om te laten zien waar zij voor staan. Als Gen Z’ers ergens in geloven, dan zetten ze zich daar 200% voor in. Ze geven vorm aan cultuur, herdefiniëren communicatie en hoe zij zich verbinden met de wereld. Mediapartijen moeten dus vooral niet óver jongeren praten, maar met ze in gesprek gaan.”

Zie je via Snapchat ook kansen voor journalistieke innovatie, een van de peilers onder de publieke omroep?

“De manier waarop mensen content consumeren is veranderd. We gebruiken onze telefoons om content te bekijken zoals we tv zouden kijken, maar ook terwijl we tv kijken. Nieuws hoeft niet simpeler te worden verpakt, wel korter, visueler en herkenbaarder. Meer *snackable*. In Nederland zijn bijvoorbeeld de Telegraaf, ESPN, Radio 538 en Vice zeer actief op Snapchat. Maar ik denk dat er ook voor veel mediapartijen nog zoveel kansen voor het oprapen liggen. Zonde, want jongeren willen wél nieuws. Ze komen alleen niet vanzelf naar de traditionele kanalen. Ze zijn nieuwsgierig, accepteren niet zomaar bestaande normen, onderzoeken de alternatieven en gaan op zoek naar wat echt bij hun past.”

Waarom-vraag

Wat zou je op nieuwsgebied graag zien?

“Bijvoorbeeld een *Snappy* journaal waarin jongeren per onderwerp worden bijgepraat met beeld, tekst en emotie. Niet alleen de wat-vraag beantwoorden, maar ook de waarom-vraag. Wat betekent dit voor mij als jongere? Waaróm moet ik dit weten? Dat hoeft niet groots en duur. Als je jongeren wilt bereiken met journalistiek nieuws, moet je durven experimenteren en investeren in vorm, snelheid en taal. Neem deel aan de gesprekken binnen hun community. Laat bijvoorbeeld ook zien wat er achter de schermen gebeurt. ❶



Hoe komt een nieuwsitem tot stand? Wie maakt het en welke afwegingen zijn er gemaakt? Of laat ze een onderwerp kiezen. De jongere generatie houdt van interactiviteit en ervaringen, dus kijk bijvoorbeeld ook naar hoe technologie als augmented reality een rol kan spelen bij het consumeren van nieuws.”

Welke tone of voice werkt daarbij het best?

“Taal, toon en timing zijn cruciaal. Wat werkt om 20.00 uur op tv, werkt niet per se op Snap. Nieuws moet op het juiste moment, op de juiste manier worden gebracht. Dat vereist experiment én creativiteit, ook in de distributie. Snapchat draait om herkenning. Memes zijn voor Gen Z niet alleen grappige plaatjes, maar ook onderdeel van de manier van communiceren met elkaar. Formats met herkenbare gezichten, inside jokes en snelheid doen het goed. Overweeg creators die aansluiten bij de doelgroep. Of test voice-over formats waarbij jongeren in drie stappen worden meegenomen in een nieuwsfeit.”

Wat is een ideale lengte voor die nieuwsupdates?

“Drie minuten is al veel. Je moet ze in de eerste seconde zien te vangen. Heb je ze meteen getriggerd, dan kijken ze door als je hun aandacht blijft vasthouden. Maar onthoud dat de aandachtsspanne kort is. Publieke instellingen moeten hiermee leren experimenteren. Het is geen lineair pad. Kies voor thema's die jongeren raken: mentale gezondheid, impact, geld, identiteit. Maar dan wel op hun manier gebracht. Niet als les, maar als verhaal. Niet van bovenaf, maar naast en met hen.”

Modereren

Snap is geliefd om zijn in de ogen van jongeren veilige omgeving en tegelijkertijd ook geregeld onderwerp van zorg. Jullie zeggen alles wat publiek wordt handmatig en met AI te modereren. Toch zijn er incidenten. Zo werd tijdens Koningsdag de verkrachting van een vrouw door een dronken toerist gefilmd en gedeeld via Snap. Hoe voorkomt Snap dat zulke beelden viraal gaan voordat moderatie kan ingrijpen?

“Snapchat is bewust anders ontworpen dan traditionele sociale media, gericht op communicatie met de mensen die dichtbij je staan. Voor de publieke plekken op ons platform modereren we content voordat deze aan een breed publiek kan worden aanbevolen. Ook bieden we bijvoorbeeld geen live streaming. We pakken het echt anders aan. We willen juist helpen problemen voorkomen die kunnen ontstaan

“De combinatie van diepe focus en directe beschikbaarheid vraagt zeker balans”

wanneer algoritmen worden toegepast op een ongemodereerde feed, en er alleen gekeken wordt naar likes, shares of views.”

In de VS en ook hier wordt Snap genoemd in strafzaken, regelmatig ook sextortion, waarbij ouders via het platform communiceerden. Hoe balanceert Snap tussen privacy en preventieve verantwoordelijkheid?

“Sinds onze oprichting staat de privacy, veiligheid en het welzijn van onze community voorop. We zetten zowel proactieve als reactieve maatregelen in om illegale activiteiten op Snapchat te bestrijden. Uiteraard binnen de juridische kaders. Voor tieners hebben we extra veiligheidsmaatregelen genomen om het moeilijk te maken door vreemden te worden benaderd. Ook hebben wij meldingen om tieners te helpen alleen contact te hebben met mensen die ze vertrouwen. Via Snapchat's Family Center kunnen ouders zien met wie hun tieners op Snapchat praten en wie hun vrienden zijn. Zonder mee te lezen, maar wél met ruimte voor dialoog thuis. Zo beschermen we de privacy van jongeren en stimuleren we tegelijkertijd het gesprek tussen ouder en tiener.”

Veiligheidsmaatregelen

Hoeveel meldingen van sextortion of bedreiging krijgt Snap wekelijks in Nederland? Hoe snel en adequaat wordt daarop gehandeld?

“Ik beschik niet over specifieke getallen voor Nederland, maar ieder geval van seksuele uitbuiting is afschuwelijk. Zodra wij dit via onze proactieve detectie of via vertrouwelijke meldingen in de app weten, ondernemen we snel actie door het account te blokkeren, melding te maken bij de bevoegde autoriteiten en opsporingsdiensten te ondersteunen om daders voor de rechter te brengen. We weten dat dit een risico is waar tieners en volwassenen mee te maken kunnen krijgen op verschillende platforms. Daarom hebben we tools en hulpmiddelen ontwikkeld, investeren we in mondiaal, platformafhankelijk onderzoek en werken we samen met andere platforms om deze misdaad te helpen bestrijden. Ook hebben we extra veiligheidsmaatregelen voor tieners om ze te beschermen tegen ongewenst contact en willen we



jongeren helpen de signalen van dit soort criminaliteit te herkennen. Daarnaast hebben we bijvoorbeeld geen openbare vriendenlijsten en maken we gebruik van signaalgebaseerde detectie om kwaadwillenden te identificeren.”

In hoeverre helpt Snap algoritmes te beperken die schokkende of schadelijke content onbedoeld versterken?

“In tegenstelling tot andere platforms passen we geen algoritme toe op een ongecontroleerde of ongemodereerde feed,

waardoor er geen konijnenhol van schadelijke content ontstaat. Discover en Spotlight zijn onderdelen van ons platform waar we algoritmen toepassen. Deze content wordt gemodereerd voordat het wordt aanbevolen voor verspreiding naar een groot publiek. Dit maakt Snapchat geen aantrekkelijke plek voor mensen die desinformatie willen verspreiden.”

Snap is niet alleen een Nederlands fenomeen.

Wereldwijd is het platform stevig verankerd in het medialandschap van jongeren. Welke rol speelt dat voor jullie binnen het publieke domein?

“Door direct bij de camera uit te komen wanneer je Snapchat opent, kan iedereen eenvoudig content creëren, bekijken, delen en een publiek vinden. En we kijken meer dan ooit content. We hebben wereldwijd sterke relaties met nieuwsuitgevers, omroepen, digitale uitgevers en makers, en helpen hen om Snapchat effectief te gebruiken en om in contact te staan met een moeilijk te bereiken publiek. Betrouwbare nieuwsuitgevers zijn ongelooflijk belangrijk voor ons platform, omdat ze Snapchatters informeren, aan het denken zetten en nieuwe dingen leren.”

Begeleiden

Je bent naast techbestuurder ook moeder.

Snap je de zorgen van ouders? En van leraren die klagen dat leerlingen hun Snapchat tijdens de les wel heel vaak open hebben staan?

“Het is zo belangrijk om jongeren de tools en hulpmiddelen te geven om op een leuke en veilige manier online te bewegen. Net als dat we ze meegeven om links en rechts te kijken voordat je oversteekt, dat je dank je wel zegt als iemand iets voor je doet, niet met vreemden mee moet gaan of wat de omgangsvormen in de klas zijn. We moeten ze ook begeleiden als het om mediawijsheid gaat, en waar de grenzen liggen. Snapchat spant zich dag in dag uit in om haar maatschappelijke verantwoordelijkheid te nemen.”

“Ik heb drie kinderen en ze zitten allemaal op Snapchat. Voor de jongste is het een plek om zich creatief uit te drukken. Voor de middelste om vooral met vrienden te communiceren en ze via de Snap Map te ontmoeten. Voor de oudste is het haar reddingslijn als het om schoolwerk gaat. We hebben als gezin veel gesprekken gehad, en deze voeren we nog steeds, over hun digitale leven. Wat deel je wel? Wat niet? Wat laat je zien? Of door een simpele vraag te stellen als ‘Hoe was je dag online vandaag?’ Ik wil dat zij weten dat ze altijd bij ons terecht kunnen.” ●