

## Pressemitteilung

frei zur Veröffentlichung ab sofort

Regensburg, 11. Juli 2025

### **Geplante Werbung auf WhatsApp: Nutzerinnen und Nutzer reagieren skeptisch**

*Im Juni 2025 gab Meta, der Mutterkonzern von Facebook, Instagram und WhatsApp, bekannt, dass auf WhatsApp künftig Werbeanzeigen geschaltet werden sollen. Wie die Nutzerinnen und Nutzer darauf reagieren, analysieren die ibi-consumer-insights im Juli.*

Die Einführung der Werbeanzeigen ist zunächst außerhalb der EU geplant, ab 2026 sollen sie dann auch in Europa möglich sein. Die Werbung soll in der Rubrik „Aktuelles“ erscheinen, in der Nutzerinnen und Nutzer auf Statusmeldungen von Kontakten sowie auf abonnierte Kanäle zugreifen. Für Personen, die WhatsApp ausschließlich für private Chats verwenden, werde sich laut Meta nichts ändern.

#### **Nutzerverhalten im Fokus der ibi-consumer-insights**

Vor dem Hintergrund dieser Ankündigung hat ibi research an der Universität Regensburg im Juli 2025 im Rahmen der monatlichen ibi-consumer-insights untersucht, wie Nutzerinnen und Nutzer in Deutschland auf die geplanten Werbeeinblendungen reagieren. Dabei zeigt sich, dass viele der befragten Personen den Bereich bzw. die entsprechenden Funktionen, die künftig Werbeeinblendungen erhalten sollen, bislang kaum oder gar nicht nutzen.

Mehr als die Hälfte der Befragten gab an, weder die Statusmeldungen ihrer Kontakte noch Unternehmenskanäle zu verfolgen. 27 Prozent sehen sich ausschließlich die Statusupdates ihrer Kontakte an, Unternehmenskanäle verfolgenden lediglich fünf Prozent. Weitere 13 Prozent greifen sowohl auf Statusmeldungen als auch auf Kanäle zu.

#### **Skepsis gegenüber Werbung, aber begrenzte Wechselbereitschaft**

Auf die Frage, wie sich die Einführung von Werbung auf ihre Nutzung von WhatsApp auswirken könnte, antworteten 35 Prozent der Befragten, dass sie den Messenger weiterhin im gleichen Umfang nutzen werden. 17 Prozent rechnen damit, WhatsApp künftig etwas seltener zu verwenden. Zwölf Prozent planen sogar, den Dienst deutlich weniger zu nutzen. Sieben Prozent ziehen in Erwägung, zu einem anderen Messenger zu wechseln oder einen zusätzlichen Dienst zu verwenden. Rund ein Drittel der Befragten ist aktuell noch unentschlossen, ob und in welchem Ausmaß sie ihre WhatsApp-Nutzung einschränken werden.



research

an der Universität Regensburg

„Die Nutzerinnen und Nutzer bewerten die Werbeanzeigen zwar eher negativ, trotzdem bleibt fraglich, ob sie WhatsApp zukünftig wirklich seltener oder sogar überhaupt nicht mehr verwenden“, bewertet Nils Deichner, Senior Consultant bei ibi research und für die Befragung verantwortlich, die Ergebnisse der consumer-insights. „Mit einer Verbreitung von über 80 Prozent unter den über 16-Jährigen in Deutschland ist WhatsApp weiterhin der mit Abstand meistgenutzte Messenger. Alternativen wie Telegram (16 Prozent) oder Signal (9 Prozent) konnten sich bislang nicht breit durchsetzen. Hinzu kommt, dass ein Messenger-Wechsel häufig mit organisatorischem Aufwand verbunden ist“, so Deichner weiter.

### **Über die ibi-consumer-insights**

Die ibi-consumer-insights liefern jeden Monat relevante Daten zum Konsumentenverhalten in Deutschland. Monatlich werden dabei seit Dezember 2022 mindestens 500 Personen befragt, um zu verstehen, wie sie ihre Kaufentscheidungen treffen, wie sie bezahlen oder wie sie auf neue Trends reagieren.

Weitere Informationen: [ibi.de/projekte/ibi-consumer-insights](https://ibi.de/projekte/ibi-consumer-insights)



research

an der Universität Regensburg

### **Über ibi research:**

ibi research an der Universität Regensburg GmbH ist ein deutschlandweit aktives Institut für angewandte Forschung im Bereich der digitalen Wirtschaft. Mit Fokus auf Banking, Payment und Handel untersuchen wir innovative Technologien, Geschäftsmodelle und Trends, um praxisnahe Lösungen und Empfehlungen für Unternehmen und Organisationen zu entwickeln.

Das Forschungsspektrum reicht von der Marktanalyse und Geschäftsmodell-Entwicklung über Prozessgestaltung und Data Analytics bis hin zu Fragen der Governance und Compliance. Zugleich bietet ibi research umfassende Beratungsleistungen zur Umsetzung der Forschungs- und Projektergebnisse an.

Weitere Informationen: [www.ibi.de](http://www.ibi.de)

### **Bei Interesse an weiteren Informationen, Artikeln etc. wenden Sie sich bitte an:**

Carina Freundl  
ibi research an der Universität Regensburg  
Galgenbergstraße 25  
93053 Regensburg

Telefon: 0941 788391-0  
Telefax: 0941 788391-88  
E-Mail: [presse@ibi.de](mailto:presse@ibi.de)