Bitkom e.V. | Presseinformation

Soziale Medien: 63 Prozent wollen auf Werbung nicht verzichten

- **Fast ebenso viele finden Werbung für Gratis-Nutzung der Netzwerke in Ordnung**
- **Heute enden voraussichtlich die Trilog-Verhandlungen zum Digital Services Act**

22. April 2022 – Am heutigen Freitag enden voraussichtlich die sogenannten Trilog-Verhandlungen zwischen EU-Parlament, EU-Kommission und Rat der EU zum Digital Services Act (DSA). Bitkom begrüßt, dass personalisierte Werbung in sozialen Netzwerken demnach weiterhin ermöglicht wird. „Der DSA stärkt den Schutz der Verbraucherinnen und Verbraucher in der digitalen Welt - zugleich schafft er einen EU-weiten, harmonisierten Rechtsrahmen für Diensteanbieter und Plattformen," sagt Rebekka Weiß, Leiterin Vertrauen & Sicherheit beim Digitalverband Bitkom. „Wichtig ist, dass dieser Rechtsrahmen auch in der Praxis funktioniert, dazu klare Regeln setzt und gleichzeitig der Plattformökonomie weiterhin Entfaltungsspielraum für Innovationen lässt."

Werbung ist in sozialen Medien allgegenwärtig. Für viele Nutzerinnen und Nutzer von Facebook, Instagram, TikTok und Co. ist sie mittlerweile sogar ein unverzichtbarer Bestandteil geworden. So sagen 63 Prozent, sie wollen auf Werbung in sozialen Netzwerken nicht verzichten, weil sie so immer wieder Angebote und Themen entdecken, die sie sonst nicht gefunden hätten. Unter den Frauen ist dieser Wert mit 67 Prozent dabei höher als unter den männlichen Usern sozialer Netzwerke (59 Prozent). Das sind die Ergebnisse einer repräsentativen Befragung im Auftrag des Digitalverbands Bitkom unter 1.005 Menschen in Deutschland ab 16 Jahren, die im Januar 2022 durchgeführt wurde. Demnach ist für 61 Prozent Werbung grundsätzlich in Ordnung, weil dadurch die Netzwerke kostenlos zur Verfügung stehen. „Passende Werbung bietet vielen Nutzerinnen und Nutzern sozialer Medien einen konkreten Mehrwert", betont Bitkom-Expertin Weiß.

In Deutschland ist insbesondere der Handel in sozialen Medien aktiv: Zwei Drittel (68 Prozent) der Einzelhändler haben eigene Social-Media-Profile, um auf sich aufmerksam zu machen. Ein Drittel (34 Prozent) bezahlt für Anzeigen etwa in Form von gesponserten Posts, wie eine repräsentative Bitkom-Befragung von mehr als 500 Handelsunternehmen in Deutschland im Herbst 2021 ergeben hat.

Gleichwohl bereitet Werbung in sozialen Medien manchen Nutzerinnen und Nutzern auch Schwierigkeiten: 46 Prozent fällt es manchmal schwer, zwischen Werbung und echten Beiträgen zu unterscheiden. Ein Drittel (34 Prozent) empfindet Werbung in sozialen Medien als lästig. „Die Werbewirtschaft befindet sich insgesamt im Umbruch und die Bedeutung von Werbung in sozialen Medien steigt rasant", sagt Expertin Weiß. „Nutzerinnen und Nutzer von sozialen Netzwerken wie Instagram, Facebook oder TikTok müssen erkennen können, ob es sich bei einem Post um Werbung handelt oder nicht.

Kontakt

Nina Paulsen
Pressesprecherin
Telefon: +493027576168
E-Mail: n.paulsen@bitkom.org
Download Pressefoto

Isabelle Görg
Bereichsleiterin Datenschutzrecht & -politik
Download Pressefoto
Nachricht senden

Hinweis zur Methodik

Grundlage der Angaben ist eine Umfrage, die Bitkom Research im Januar 2022 durchgeführt hat. Dabei wurden 1.005 Bundesbürgerinnen und Bundesbürger ab 16 Jahren telefonisch befragt. Die Umfrage ist repräsentativ. Die Frage lautete: „Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu Werbung in sozialen Netzwerken zu?“.

Direktlink: ***https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Soziale-Medien-63-Prozent-wollen-auf-Werbung-nicht-verzichten***