

Vorteil für Meta im Wettbewerb um KI: WhatsApp, Instagram und Co. bündeln Online-Aktivität

- **Macromedia University und YouGov befragen 2.033 Deutsche nach ihrem Social-Media-Nutzungsverhalten**
- **Neun von zehn Deutschen nutzen mindestens einen Meta-Dienst**
- **Der entscheidende Vorteil für Meta entsteht durch Aktivität: 68 % der deutschen Social Media User sind auf Meta-Diensten aktiver als auf vergleichbaren Plattformen**
- **Prof. Dr. René Arnold meint: „Wo Aktivität stattfindet, entsteht Datenmacht – und dort lernt die KI.“**

München, 3. Dezember 2025 – Meta ist Mittelpunkt des Social-Media-Lebens in Deutschland. Laut einer [repräsentativen Erhebung](#) der **Macromedia University of Applied Sciences und YouGov** verwenden neun von zehn Deutschen mindestens einen Meta-Dienst wie Facebook, Instagram, WhatsApp oder Threads. Der entscheidende Vorteil für Meta entsteht jedoch aus der Aktivität auf diesen Diensten. **Mehr als zwei Drittel der Befragten sind auf Meta-Plattformen aktiver als anderswo.** Die hohe Aktivität schafft enorme Datenmengen, die zentrale Grundlage für die Entwicklung und das Training moderner KI-Modelle bilden.

*„Datenmacht entsteht heute dort, wo Aktivität gebündelt ist“, kommentiert **Prof. Dr. René Arnold, Studienleiter und Professor für Management an der Macromedia University.** „Wer nur auf die Anzahl der Nutzer:innen schaut, verpasst, dass die für die Zukunftstechnologie KI entscheidenden Daten aus der Aktivität – also Posts, Reaktionen und Chats – stammen. Hier liegt Meta mit seinen Diensten in Deutschland klar an der Spitze.“*

Diese Erkenntnisse sind aktuell besonders relevant: Seit Mai nutzt Meta in Europa öffentliche Inhalte von Facebook und Instagram sowie Interaktionen mit dem KI-Chatbot für das Training seiner KI-Modelle. Private WhatsApp-Chats bleiben verschlüsselt, doch Gespräche mit dem KI-Bot gelten als öffentlich und fließen ins Training ein. Kürzlich hat der Konzern zudem angekündigt, den freiwilligen KI-Verhaltenskodex der Europäischen Kommission nicht zu unterzeichnen. Ab dem 16. Dezember sollen KI-Chatdaten zusätzlich für personalisierte Werbung und Empfehlungen verwendet werden – zunächst außerhalb der EU. Dadurch können Unterhaltungen mit dem Chatbot künftig die Inhalte und Anzeigen auf Meta-Plattformen beeinflussen.

Digitale Alltagskommunikation als Daten-Goldmine für KI

Die repräsentative Befragung unterstreicht die enorme Reichweite der Meta-Dienste. Für Metas Geschäftsmodell und KI-Ambitionen ist die reine Nutzer:innenzahl wenig aussagekräftig. Hierfür ist es wichtiger, dass Inhalte erstellt, geteilt und mit Aktionen versehen werden. Die Nutzungsintensität und Aktivität von Nutzer:innen werden jedoch

meistens nicht betrachtet. Die Kurzstudie beschäftigt sich deshalb damit, wie viel Zeit Menschen auf Meta-Diensten verbringen und welchen Anteil an Postings und Reaktionen Meta im Vergleich zur Konkurrenz einfängt.

Zentrale Befunde der Studie

- **Meta bleibt zentrale soziale Plattform:** 89 % der Befragten nutzen mindestens einen Meta-Dienst; 57 % verbringen dort mehr Zeit als auf anderen von ihnen genutzten Plattformen (z. B. TikTok oder X).
- **Aktivität schlägt Reichweite:** 68 % der Nutzer:innen posten und reagieren häufiger auf Meta-Plattformen – die so entstehende – Dichte an neu erzeugten Daten ist ein wesentlicher Vorteil im Rennen um die beste KI.

„Viele Rechtsinstrumente orientieren sich weiterhin an Nutzer:innenzahlen. Für zukunftsfeste Regeln benötigen wir ergänzend Verhaltensmetriken zu Postings, Reaktionen und Bildschirmzeit nach Altersgruppe und Dienst“, so Arnold.

Über die Studie

Die Untersuchung wurde von YouGov Deutschland als Inhouse-Erhebung (YouGov Surveys) in Kooperation mit der Macromedia University durchgeführt. Datengrundlage ist eine repräsentative Online-Befragung (CAWI) von 2.033 Personen, erhoben zwischen dem 9. und 12. Mai 2025, quotiert nach Alter, Geschlecht und Region.

Über Prof. Dr. René Arnold

Prof. Dr. René Arnold ist Professor für Management mit Schwerpunkt Digitalisierung an der Macromedia University. Zuvor leitete er beim Wissenschaftlichen Institut für Infrastruktur und Kommunikationsdienste (WIK) die Abteilung „Märkte und Perspektiven“ mit Fokus auf Online-Plattformen und digitale Dienste, bevor er zu Huawei nach China wechselte. Zudem war er Non-Resident Fellow beim Think Tank Bruegel in Brüssel. Arnold ist (Co-)Autor von über 120 Publikationen zu digitaler Politik und Geschäftsmodellen und ein gefragter Redner auf internationalen Konferenzen, wo er seine breite Erfahrung aus Europa und Asien in die Debatte über digitale Transformation einbringt.

Über die Macromedia University

Die Macromedia University of Applied Sciences ist eine führende private Hochschule vertreten in Berlin, Frankfurt, Hamburg, Köln, Leipzig, München, Stuttgart, Düsseldorf, Freiburg und Hannover. Aktuell zählt sie rund 5.500 Studierende und bietet ein vielfältiges Studienportfolio an. Das Angebot umfasst staatlich anerkannte Bachelor- und Masterabschlüsse in deutscher und englischer Sprache. Mit 15 Studiengängen und knapp 50 Vertiefungsrichtungen deckt die Hochschule ein breites Spektrum ab – von Management, Medien und Kommunikation über digitale Technologien und Design bis hin zu Psychologie, Games, Journalismus, Film, Fashion, Musik und Schauspiel. Als praxisorientierte Hochschule bereitet die Macromedia ihre Studierenden optimal auf die Herausforderungen der modernen Arbeitswelt vor.

Über YouGov

YouGov ist ein internationales Unternehmen für Online-Marktforschung und Analysetechnologie mit dem Ziel, umfassende Einblicke in das zu bieten, wie die Welt wirklich denkt und handelt.

Mit Niederlassungen im Vereinigten Königreich, Nord- und Südamerika, Europa, im Nahen Osten, Indien und im asiatisch-pazifischen Raum verfügen wir über eines der größten Marktforschungsnetzwerke der Welt.

Vor allem aber ist YouGov von der Realität geleitet. Dahinter steht ein einzigartiges Panel von Millionen registrierter Mitglieder in 64 Ländern, das etwa 18 Millionen Einkaufstouren abbildet und Millionen miteinander verknüpfter Datenpunkte umfasst. Unser einmaliger Ansatz bei der Rekrutierung und Betreuung unseres Panels in Kombination mit unseren hochmodernen Technologieplattformen ermöglicht es uns, praxisnahe Erkenntnisse in Echtzeit zu liefern, die zu besseren Entscheidungen und einem Wettbewerbsvorteil für unsere Kunden führen.

Als Innovatoren und Pioniere der Online-Marktforschung haben wir einen ausgezeichneten Ruf als zuverlässige Quelle für präzise Daten und Insights. Ein Beweis dafür ist, dass Medien weltweit regelmäßig auf YouGov-Daten verweisen, und wir durchgehend zu den meistzitierten Marktforschungsinstituten der Welt gehören.

Pressekontakt

Desiree Engel | desiree.engel@tonka-pr.com | 0049 30403668121

Marlene Grau | marlene.grau@tonka-pr.com | 0049 30403668138