

# Status-Update: Weg frei für Werbung

Dass es auf WhatsApp Ads geben soll, stößt unter den heimischen Playern auf Zustimmung bis Ablehnung.

Bericht von **Birgit Samer**

Schon im vergangenen Jahr ist in der Branche darüber diskutiert worden, nun liefert Facebook erste konkrete Details beim hauseigenen Marketing Summit in Rotterdam: Im Laufe des Jahres 2020 soll auch WhatsApp mit Werbung monetarisiert werden. Geplant ist, die Stories Ads, die der Mutterkonzern Face-

book bereits bei Facebook selbst und bei Instagram anbietet, auf die Messenger-Plattform zu bringen. In den Chats selbst soll es nach aktuellem Stand keine Werbung geben.

## Werbefreude und Sorgen

Für Daniel Pfeffer, Digital Director bei **Havas Media**, ist die geplante Funktion aus werbetechischer Sicht interessant, „da ich vermute, dass es

sich hier um ein weiteres Placement im Facebook Ad Manager handeln wird und man somit Stories über drei Plattformen – Facebook, Instagram, WhatsApp – optimieren kann, was im Endeffekt idealerweise eine bessere Kampagnenperformance zur Folge hat“.

Beim iab austria sieht man die Pläne ob einer fortschreitenden Dominanz der US-Giganten naturgemäß kritisch. „Wir haben in Österreich seit Jahren das Problem, dass Werbegelder aus dem heimischen Markt abfließen, konkretisiert Vorstandsmitglied

Gerhard Guenther gegenüber HORIZONT. Mit seiner großen Userschaft bietet WhatsApp ein attraktives Werbefeld, betont Guenther in seiner Funktion als CEO der digitalen Full-Service-Agentur DigitalSunray Media. Es gelte daher für die heimische werbetreibende Wirtschaft, „attraktive und grenzüberschreitende Modelle“, etwa zwischen unterschiedlichen Publishern, anzubieten. Vor allem die Einhaltung von Datenschutzregeln, wenn die Daten Dienste-übergreifend gemacht werden, sieht Guenther dabei als zentralen Punkt.



Auf WhatsApp soll Werbung ab nächstem Jahr im selben Stories-Ausspielungsformat laufen wie bereits auf Facebook und Instagram. © Fotolia