

GWA Frühjahrsmonitor 2024

Studie des Gesamtverbands der Werbeagenturen

Für seinen Frühjahrsmonitor hat der Gesamtverband Kommunikationsagenturen seine Mitgliedsagenturen vom 22. Januar bis 19. Februar 2024 online zur Einschätzung der Werbemarktlage befragt. 103 Agenturen haben sich an der Umfrage beteiligt.

1. Umsatz- und Renditeentwicklung:
Die GWA-Agenturen verzeichneten im Jahr 2023 eine spürbare Umsatzsteigerung. Mit einem Plus von 3,3 Prozent lagen sie nicht nur über dem Vorjahresergebnis, sondern auch über dem Durchschnitt der vergangenen sechs Jahre. Die Renditen blieben mit 8,2 Prozent hingegen auf dem Niveau des Vorjahres stabil.

2. Wachstumshemmnisse:
Die derzeitige Konjunkturschwäche stellt das größte Hindernis für das Branchenwachstum dar. Sie hat den Fachkräftemangel als zentralen Wachstumsbremsfaktor abgelöst, da dieser im Vergleich zum Vorjahr weniger stark ins Gewicht fällt.

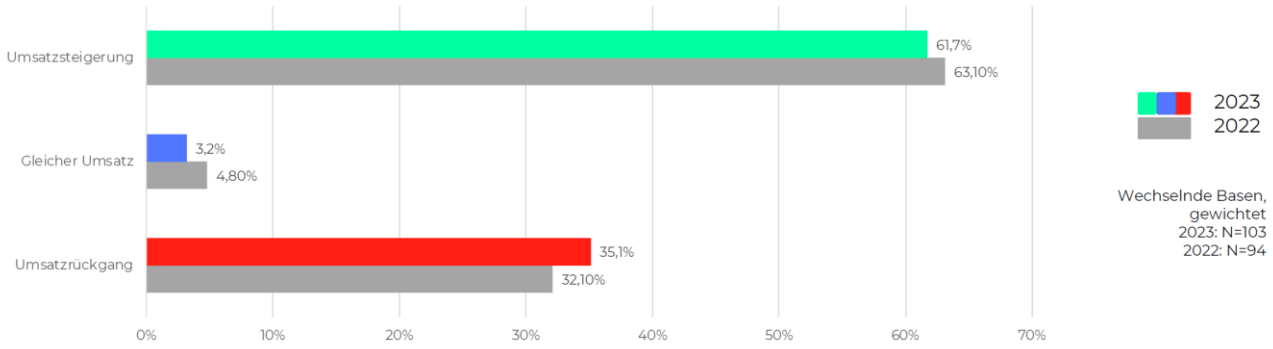
3. Umsatzstruktur:
Ein Großteil der Einnahmen wird über Projekthonorare erzielt, während Festpreismodelle nur selten Anwendung finden.

4. Einsatz von Künstlicher Intelligenz:
Künstliche Intelligenz kommt inzwischen in vielen Agenturen regelmäßig zum Einsatz – besonders im kreativen Bereich. Rund 19 Prozent der Agenturen haben eigens dafür neues Personal eingestellt. Die größten Herausforderungen sehen die Befragten in den nach wie vor bestehenden rechtlichen Unsicherheiten.

Die Umsatzzuwächse wurden von 62 Prozent der befragten Agenturen realisiert. 35 Prozent der GWA Agenturen – und damit mehr als im Vorjahr – verzeichneten Umsatzrückgänge:

Ein Drittel der Agenturen mit Umsatzrückgängen

In welchem Maße hat sich der Umsatz (Gross Income) Ihrer Agentur 2023 gegenüber 2022 verändert?

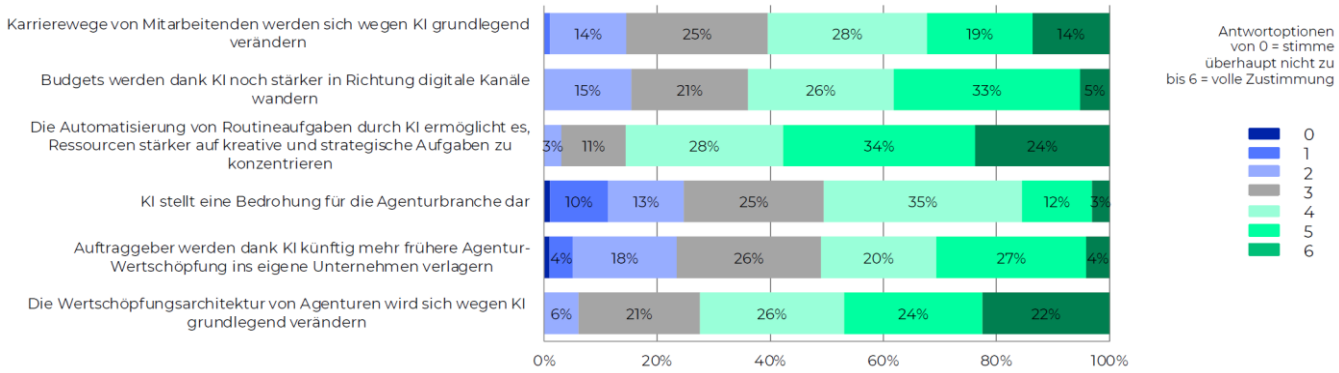




Die Agenturen sehen vor allem bei der Automatisierung von Routineaufgaben, der Wertschöpfungsarchitektur und dem Fokus auf digitale Kanäle ein starkes Potenzial für Veränderungen durch KI.

KI verändert Prozesse, Wertschöpfung & Karrieren

Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zu?



Abbildungen: GWA Frühjahrsmonitor 2024

Quelle: KI-generierte Zusammenfassung des GWA-Frühjahrsmonitors 2024

Download des
GWA Frühjahrsmonitors 2024

Weitere Studien des GWA sowie zum Werbemarkt finden Sie hier:
GWA Frühjahrsmonitor 2023

Die GWA Studie zu Agentur-Kunden-Beziehungen. Ein Blick zurück und nach vorn

Media Perspektiven:
Werbemarkt 2023: Stabile Werbekonjunktur bei andauernden Krisen