

„GWA Frühjahrsmonitor 2025“

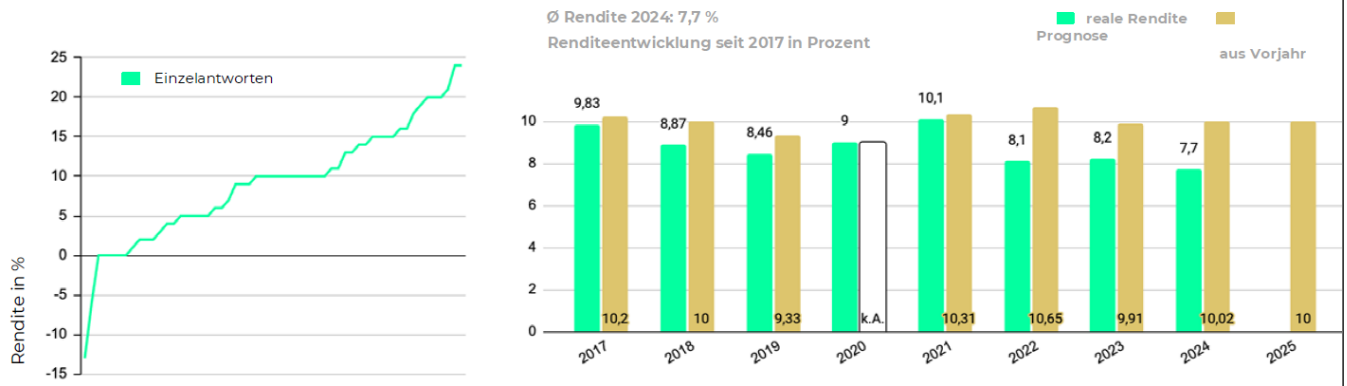
Studie des Gesamtverbands der Werbeagenturen

Für seinen Frühjahrsmonitor hat der Gesamtverband Kommunikationsagenturen seine Mitgliedsagenturen vom 28. Januar bis 5. März 2025 online zur Einschätzung der Werbemarktlage befragt. 98 Agenturen haben sich an der Umfrage beteiligt.

Die GWA-Agenturen verzeichneten im Jahr 2024 einen leichten Umsatzrückgang von 0,9 Prozent. Dennoch konnte knapp die Hälfte der Agenturen ein Umsatzwachstum melden. Auch die Renditen gingen leicht zurück und lagen durchschnittlich bei 7,7 Prozent. Für das kommende Jahr 2025 erwarten die Agenturen jedoch eine Erholung und rechnen mit einem Anstieg der Renditen auf 10 Prozent.

Rendite sinkt leicht, Prognose für 2025 ist jedoch positiv

Wie hoch war die Rendite Ihrer Agentur 2024 gemessen in % am Umsatz (Gross Income) und welche Renditeerwartung haben Sie für 2025?



Im vergangenen Jahr lag die durchschnittliche Rendite bei 7,7 Prozent. Für 2025 rechnen die Agenturen mit einem **Anstieg auf eine Durchschnittsrendite von 10 Prozent**.

Deutschlands führende Agenturen

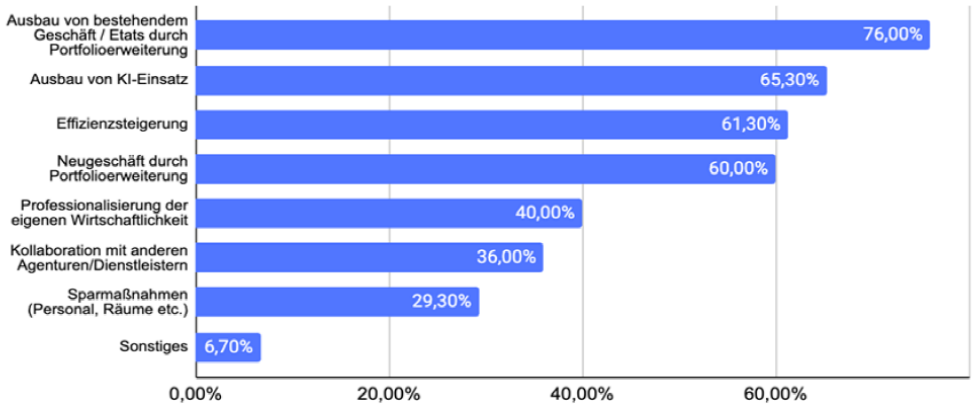
Wie bereits im Vorjahr stellt die schwächelnde Konjunktur die größte Herausforderung für das Wachstum der Branche dar. Der Fachkräftemangel bleibt weiterhin ein bedeutender Faktor, wird jedoch im Vergleich zu 2023 als weniger wachstumshemmend eingeschätzt. Zusätzlich geht fast die Hälfte der Agenturen davon aus, dass die aktuelle politische und wirtschaftliche Entwicklung ihr Geschäft spürbar beeinflussen wird.

Kontakt: recherche@media-perspektiven.de
Tel.: 069/154 24-322 / -324

Großes Potenzial für zukünftiges Wachstum sehen die meisten Agenturen in der Nutzung von Künstlicher Intelligenz. Gleichzeitig unterstützen sie mehrheitlich die in der „Hamburger Erklärung“ formulierte Forderung nach einer klaren Kennzeichnung journalistischer Inhalte. Darüber hinaus positionieren sich die meisten Agenturen aktiv gegen einen möglichen Rückschlag im Bereich Diversity, Equity, Inclusion & Belonging (DEI&B).

Portfolioerweiterung und KI sind größte Hebel für Wachstum

Wo sehen Sie für die Zukunft die größten Hebel, um die wirtschaftliche Entwicklung Ihres Geschäfts positiv zu beeinflussen? (Top-3-Nennungen)



76 Prozent der befragten Agenturen sehen Portfolioausbau als größten Hebel für eine positive wirtschaftliche Entwicklung, **Sparmaßnahmen liegen auf dem letzten Platz.**

Deutschlands führende Agenturen

Quelle der Abbildungen: Studie „GWA Frühjahrsmonitor 2025“

Quelle: KI-generierte Zusammenfassung des GWA-Frühjahrsmonitors 2025
(Link zum Original-Text auf S. 2)

Download des
GWA Frühjahrsmonitors 2025

Weitere Studien des GWA sowie zum Werbemarkt finden Sie auch unter:
GWA Frühjahrsmonitor 2024
GWA Diversity Studie 2023

Media Perspektiven:
Werbemarkt 2024 (Teil 1): Brutto-Wachstum in Krisenzeiten