



Die Werbewirtschaft

Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft ZAW e.V.

Kontakt

ZAW

Presse & Kommunikation

Am Weidendamm 1A

10117 Berlin

+49 30 59 00 99 – 700

presse@zaw.de

PRESSEKURZMELDUNG

Berlin, 10.12.2024

ZAW-Jahresendprognose 2024 und aktuelles Trendbarometer

Stimmung der Werbewirtschaft trotz

Wachstum auf Tiefpunkt | Besorgnis für 2025

Der ZAW erwartet für das Jahr 2024 ein moderates Wachstum der Werbewirtschaft auf insgesamt 50,21 Milliarden Euro, was einer Steigerung von 2,9 Prozent entspricht (Abbildung 1). Die Werbeinvestitionen steigen auf 38,36 Milliarden Euro (+3,73 Prozent), während die Netto-Werbeeinnahmen der Medien um 4,48 Prozent auf 27,03 Milliarden Euro anwachsen. Letztere sind vor allem von dem überproportionalen Wachstum der digitalen Werbung geprägt. Bei den weiteren Formen kommerzieller Kommunikation prognostiziert der Verband ein geringes Wachstum auf 11,85 Mrd. Euro (+0,3 Prozent). Insgesamt fallen die Prognosen in den einzelnen Oberkategorien der Werbewirtschaft heterogen aus.

Diese vergleichsweise positiven Zahlen lassen sich auf die werbewirtschaftlich besonderen Gegebenheiten des Jahres 2024 zurückführen (etwa „Supersportjahr“, geringere Inflation) und dürfen nicht darüber hinwegtäuschen, dass die Unsicherheiten im Markt enorm sind. Die ZAW-Prognose setzt zudem voraus, dass die Werbeinvestitionen im November und Dezember nicht einbrechen. Der ZAW wird die endgültigen Zahlen für das Jahr 2024 im Frühjahr des kommenden Jahres veröffentlichen.

Wie das ZAW-Trendbarometer zeigt, bleibt der Zustand der Werbewirtschaft trotz des Wachstums angesichts der gesamtwirtschaftlichen Herausforderungen fragil. Besonders die Bürokratie, die konjunkturelle Schwäche

und der Fachkräftemangel belasten die Branche. Die Stimmung in der Werbewirtschaft hat, den Messungen des ZAW nach, einen historischen Tiefpunkt erreicht (Abbildung 2) und die Erwartungen für die kommenden Monate sind von großen Unsicherheiten geprägt. Sowohl auf nationaler als auch auf europäischer Ebene gilt es Ideologie, Bevormundung und Dirigismus durch vertrauensbasierte Regulierung, mehr Marktwirtschaft und Wettbewerbsorientierung zu ersetzen. Nur dann, so ZAW-Präsident Andreas F. Schubert, kann eine stabile wirtschaftliche Entwicklung gewährleistet werden.

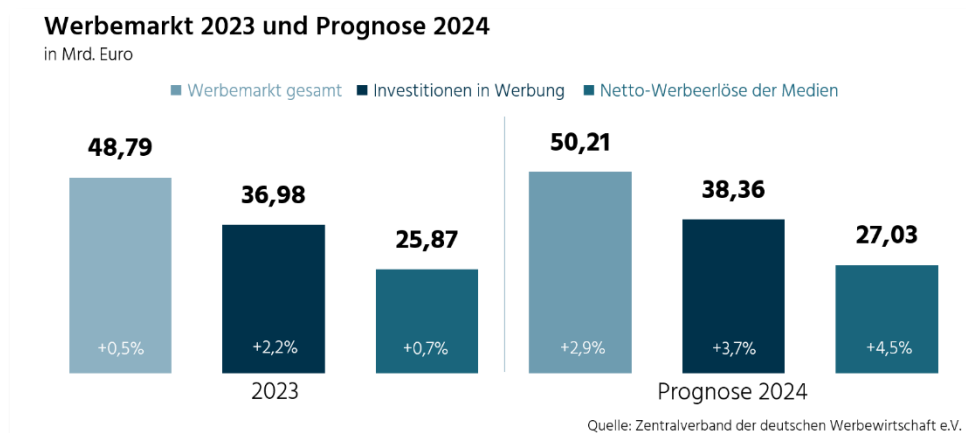


Abbildung 1

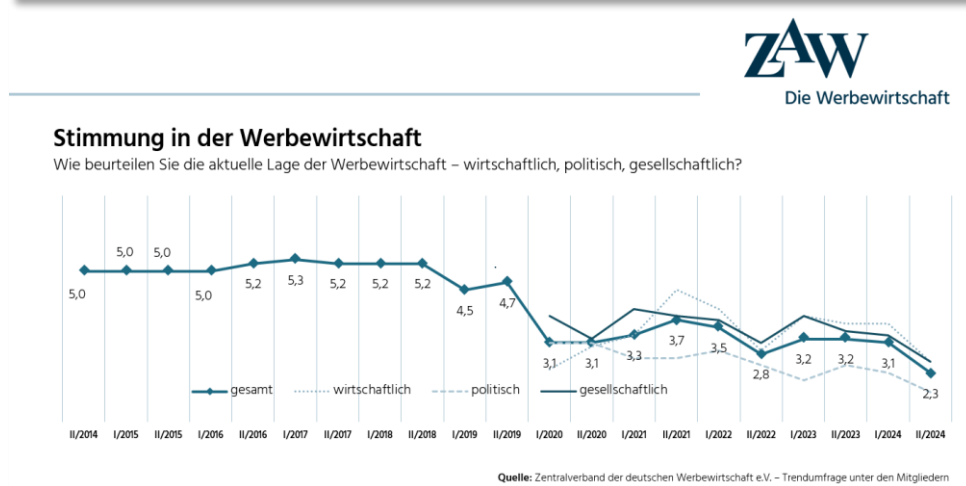


Abbildung 2

HINWEIS: Mehr Zahlen zur Prognose, auch zu den Gattungen in der Werbewirtschaft und Einzelheiten zum Trendbarometer sowie Zitate entnehmen Sie bitte der ausführlichen Pressemeldung.

Der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) wurde 1949 gegründet und ist die Dachorganisation von 41 Verbänden der am Werbegeschäft beteiligten Branchen: Er vertritt die Interessen der werbenden Unternehmen, des Handels, der Medien, der Werbeagenturen sowie der Werbeberufe und der Marktforschung. Er vertritt gesamthaft die Interessen der Werbewirtschaft in Deutschland und repräsentiert Investitionen in kommerzielle Kommunikation von rund 49 Mrd. Euro. In Deutschland sind rund 900.000 Beschäftigte in den Arbeitsbereichen der kommerziellen Kommunikation tätig.