

Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft ZAW e.V.

PRESSEMELDUNG

Datum: 04.12.2025

Kontakt

ZAW

Presse & Kommunikation

Am Weidendamm 1A

10117 Berlin

+49 30 59 00 99 – 717

presse@zaw.de

ZAW-Prognose 2025: Wachstum schwächt sich ab – Trendbefragung bestätigt verhaltene Erwartungen

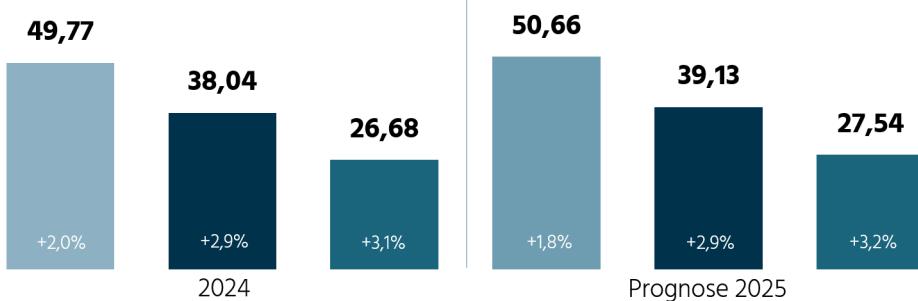
Der deutsche Werbemarkt wird 2025 voraussichtlich weiterwachsen, verliert jedoch an Dynamik. Laut ZAW-Jahresendprognose steigen die Netto-Werbeerlöse um 3,2 Prozent auf rund 27,5 Mrd. Euro. Die Werbeinvestitionen legen um 2,9 Prozent auf etwa 39,1 Mrd. Euro zu. Insgesamt könnte der Werbemarkt damit auf rund 50,7 Mrd. Euro wachsen – ein moderates Plus von 1,8 Prozent. Andere Werbeformen entwickeln sich dagegen schwächer und schließen voraussichtlich mit einem leichten Minus von 1,8 Prozent.

Voraussetzung für das Erreichen der Prognose bleibt ein stabiles Jahresendgeschäft.

Werbemarkt 2024 und Prognose 2025

in Mrd. Euro

■ Werbemarkt gesamt ■ Investitionen in Werbung ■ Netto-Werbeerlöse der Medien



Quelle: Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft e.V.

Wachstumstreiber bleibt die digitale Werbung, allerdings erneut zugunsten weniger globaler Plattformen. Die Spreizung im Markt nimmt weiter zu. Belastend wirken schwache Konjunkturaussichten, ein gedrücktes Konsumklima und politische Unsicherheiten. Erste Signale aus dem Black-Friday-Geschäft deuten zudem auf Zurückhaltung der Verbraucher hin.

ZAW-Präsident Andreas F. Schubert warnt vor zunehmenden Risiken, auch für 2026:
„Vom angekündigten Neuanfang ist bisher wenig sichtbar. Wir brauchen endlich politische Rahmenbedingungen, die Wachstum ermöglichen.“

Trendbefragung: Stimmung nur leicht verbessert – politisches Umfeld bleibt Belastungsfaktor

Das ZAW-Trendbarometer vom Oktober bestätigt das gedämpfte Bild. Der Stimmungsgesamtwert steigt zwar leicht von 3,2 auf 3,4 Punkte, bleibt aber auf niedrigem Niveau. Besonders die Einschätzung der politischen Rahmenbedingungen verharrt bei 3,0 Punkten – ohne sichtbaren Fortschritt.

Für das Jahr 2025 erwartet die Mehrheit der Unternehmen eine Seitwärtsbewegung. Positive Erwartungen steigen kaum, negative gehen nur leicht zurück. Eine breite Grundlage für einen Aufschwung sehen die Befragten entsprechend nicht.

Beim wirtschaftspolitischen Mindset sehen mehr als die Hälfte der Befragten keinen Kurswechsel hin zu vertrauensbasierter Regulierung oder mehr Marktwirtschaft. Auf EU-Ebene fällt die Einschätzung sogar pessimistischer aus. Zahlreiche Befragte berichten im Vergleich zum Vorjahr von zunehmenden dirigistischen Tendenzen, sowohl auf nationaler aber vor allem auf EU-Ebene.

Vor diesem Hintergrund betont Schubert die Bedeutung bevorstehender EU-Gesetzgebungsprozesse wie Digital Fairness Act und Digital-Omnibus: „Wir brauchen Regulierung, die datenbasierte Modelle stärkt und Innovation ermöglicht. Ohne diesen Kurs werden wir kein breites Wachstum erleben.“

- Nähere Detail entnehmen Sie bitte der ausführlichen Meldung auf der Webseite -

Der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) wurde 1949 gegründet und ist die Dachorganisation von 43 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 50 Mrd. Euro. In Deutschland sind rund 900.000 Beschäftigte in den Arbeitsbereichen der kommerziellen Kommunikation tätig.