Werbemarkt 2025: 30,5 Mrd. € / + 3,6 % (vs. 2024)*

Netto-Mediaspendings 2025 (Veränderungen in % vs. Vorjahr)

Google:
7.800 Mrd.€ (+ 5,5 %)
davon YT 0,920 Mrd.€ (+ 10,0%)

Meta:
4.730 Mrd.€ (+ 10,0 %)
davon Video 0,58 Mrd. (+ 10,0 %)

Amazon:
2.700 Mrd.€ (+ 12,1 %),
davon Retail 2.621 Mrd. (+ 12,0%)
Prime 76,0 Mio. (+15,0 %)

tik tok:
0.460 Mrd.€ (+ 40%)

- TV linear: 3.257 Mrd.€ (- 9,0 %)
- Stream Video (ohne YT, Insta, tiktok, Prime): 0.502 Mrd. (+ 10,0 %)
- OVK Display (ohne GAM, o. OVK Video): 3.490 Mrd. € (+ 3,0 %)
- Retail (ohne Amazon): 0,662 Mrd.€ (+ 20 %)
- Zeitungen print: 1.387 Mrd.€ (- 3,5 %)
- Publikumszeitschriften print: 0.466 Mrd.€ (- 10,0 %)
- HF linear: 0.714 Mrd.€ (+ 1,0 %)
- In Stream Audio 0.132 Mrd. € (+ 10,0 %)
- Podcast 0.051 Mrd. € (+ 3,0 %)
- OOH: 0.957 Mrd. € (+3,0 %)
- DOOH: 0,655 € (+ 10 %)
- Kino: 0.060 Mrd. € (+ 8,0 %)S

Digital an gesamt = 69,3 %
GAM an gesamt = 49,9 %
GAM an Digital = 71,9 %
Video (dt./GAM/tik.) an Total TV = 43,8 %

* Medien wie oben aufgeführt + Verzeichnismedien, Anzeigenblätter, Fachzeitschriften Print (alle zusammen - 5,7 %)
Quellen: Google, Meta, Amazon, tik tok, Retail: Daten für 2025 und 2024: Die Mediaagenturen Estimate Dez. 2025
Alle weiteren Medien: ZAW Jahrbuch 2025 und eigene Prognosen.
Zeitungen = TZ+WZ+SZ
Estimate für alle Werbe-Umsatz Veränderungen: Die Mediaagenturen e.V. nach Recherche bei Agenturen und Vermarktern, Stand: Dezember 2025
Berechnungen haben keine Vergleichbarkeit mit den Analysen des Verbands aus 2023 und früheren Jahren