

## **Markt wird 2025 auf 3,2 Milliarden Euro wachsen: Globale Plattformen profitieren überproportional** – BILD

ID: LCG25109 | 24.04.2025 | Kunde: iab austria -interactive advertising bureau | Ressort: Außenpolitik -sterreich | APA-OTS-Meldung

**Die „MOMENTUM Spendingstudie 2024 und Prognose 2025“ von MOMENTUM Wien in Zusammenarbeit mit dem iab austria geht für den Digitalwerbemarkt im Jahr 2025 von einem Wachstum von 7,8 Prozent aus. Klassische Onlinewerbung legt nur um 1,7 Prozent zu.**

Bilder und Executive Summary zur Meldung in der [Mediendatenbank](#)

Wien (LCG) – Mit einem prognostizierten Volumen von 3,2 Milliarden Euro wird der österreichische Digitalwerbemarkt 2025 einen neuen Höchstwert erreichen. Doch von diesem Wachstum profitieren nicht alle gleichermaßen: Wie die aktuelle „MOMENTUM Spendingstudie 2024 und Prognose 2025“ von MOMENTUM Wien in Zusammenarbeit mit dem iab austria zeigt, verlagern sich die Werbebudgets zunehmend in Richtung internationaler Plattformen.

2024 flossen laut Studie 86 Prozent der digitalen Werbespendings – das entspricht rund 2,55 Milliarden Euro netto – an globale Anbieter wie Google, Meta oder Amazon. Lediglich 14 Prozent verblieben bei österreichischen Medienunternehmen. Das bedeutet: Nur ein Bruchteil der digitalen Wertschöpfung bleibt im Land – mit spürbaren Folgen für Medienvielfalt, journalistische Qualität und den Kommunikationsstandort Österreich.

„Der digitale Werbemarkt wächst weiter – aber vor allem für die großen US-Plattformen. Für heimische Publisher bleiben zunehmend nur Brosamen. Der Markt wird globaler und damit auch zentralisierter – mit klaren monopolistischen Tendenzen. Diese sind nicht das Ergebnis überlegener Qualität, sondern systemischer Netzwerkeffekte und Plattformlogiken. Ob diese Entwicklung gesellschaftlich wünschenswert ist, bleibt offen. Es braucht einen ernsthaften medienpolitischen Diskurs darüber, wie wir digitale Werbegelder, Medienvielfalt und demokratische Öffentlichkeit künftig gestalten wollen“, bilanziert MOMENTUM-Co-Founder und Studienautor **Bernd Platzer** .

„Die aktuelle Entwicklung zeigt deutlich: Wir müssen als Standort selbstbewusster werden. Es geht nicht darum, gegen internationale Plattformen zu wettern – sondern darum, in Europa und in Österreich die richtigen Rahmenbedingungen zu schaffen, damit unsere eigenen Medien- und Digitalunternehmen im Wettbewerb bestehen können. Digitale Werbung finanziert Information, Vielfalt und demokratischen Diskurs. Wenn wir den Medienstandort Österreich erhalten und zukunftsfit machen wollen, brauchen wir einen offenen Dialog auf Augenhöhe – zwischen Politik, Wirtschaft und Plattformen. Nicht Gegeneinander, sondern Miteinander. Aber mit klaren Prioritäten“, so iab-austria-Präsidentin **Rut Morawetz** .

## Ernüchternder Ausblick für 2025

Dass der rot-weiß-rote Digitalwerbemarkt 2025 erstmals die Drei-Milliarden-Grenze beim Nettowerbevolumen überspringt, wird laut „MOMENTUM Spendingstudie 2024 und Prognose 2025“ unterschiedliche Auswirkungen auf die einzelnen Segmente haben:

Social Media Marketing wächst heuer um 8,7 Prozent auf über eine Milliarde Euro und hält einen Anteil von 32,6 Prozent am Werbekuchen. Klassische Onlinewerbung erreicht mit 507 Millionen Euro gerade mal 15,8 Prozent Marktanteil. Diese wird heuer nur um 1,7 Prozent zulegen und damit deutlich unter der Inflation liegen, woraus sich ein De-Facto-Rückgang zugunsten globaler Plattformen abzeichnet. Weiterhin auf der Überholspur ist Amazon Advertising, das in diesem Jahr seinen Österreich-Umsatz um 23,5 Prozent auf 329 Millionen Euro und einen Marktanteil von knapp über zehn Prozent steigern wird. Den Spitzenplatz belegt nach wie vor Suchwortvermarktung – und da vor allem Google – mit einem Umsatz von 1,1 Milliarden Euro und einem Marktanteil von 34,7 Prozent.

## **Politik ist gefordert, den Digitalwerbemarkt mitzugestalten**

Die Zahlen, Daten und Fakten der „MOMENTUM Spendingstudie 2024 und Prognose 2025“ unterstreichen, wie dringend es ist, die Digitalsteuer von zuletzt 124 Millionen Euro stärker zweckgewidmet in den Medien- und Digitalstandort zu investieren – anstatt sie weitgehend zur Budgetkonsolidierung zu verwenden. Nur so können lokale Anbieter gestärkt, Innovationskraft gefördert und der europäische Markt nachhaltig auf Augenhöhe mit globalen Akteuren positioniert werden. Als größte Interessenvertretung der Digitalwirtschaft in Österreich appelliert das iab austria an Politik, Wirtschaft und Gesellschaft, gemeinsam eine Vision für die Zukunft der digitalen Kommunikation zu entwickeln – mit klaren Spielregeln, transparenter Förderpolitik und Investitionen in Talente, Technologie und Qualität.

## **Unterschiedlichste Daten zeichnen Gesamtbild des Digitalwerbemarkts**

Für die „MOMENTUM Spendingstudie 2024 und Prognose 2025“ wurden zwischen Jänner und April dieses Jahres 104 persönliche und strukturierte Interviews mit Mediaagenturen, Publishern, Vermarktern und Werbetreibenden geführt. Die Umsätze der Digitalgiganten errechnen sich aus der abgeführten Digitalsteuer der Konzerne. Erstmals wurden auch die monatlich aktiven User (MAU) der Digitalkonzerne in der Europäischen Union ausgewiesen.

Diese müssen von den Anbietern im Rahmen des Digital Services Act (DSA) halbjährlich an die Europäische Kommission gemeldet werden. Entsprechende Österreich-Daten wurden von Buzz Value bereitgestellt.

## Jetzt erhältlich: „MOMENTUM Spendingstudie 2024 und Prognose 2025“

Studienteilnehmer und Mitglieder des iab austria beziehen die „MOMENTUM Spendingstudie 2024 und Prognose 2025“ um 2.900 Euro (exkl. USt) per E-Mail an [ulla.ornauer@momentum.wien](mailto:ulla.ornauer@momentum.wien) bei MOMENTUM Wien. Der reguläre Preis der „MOMENTUM Spendingstudie 2024 und Prognose 2025“ beträgt 3.900 Euro (exkl. USt). Ein Executive Summary der „MOMENTUM Spendingstudie 2024 und Prognose 2025“ steht hier zum Download bereit: [momentum.wien](https://momentum.wien)

## Über MOMENTUM Wien

**MOMENTUM Wien** ist die von **Maximilian Mondel** und **Bernd Platzer** 2017 gegründete Strategieberatung für Kommunikation. Das Portfolio von MOMENTUM Wien umfasst Public Relations, Corporate Communications, Marktkommunikation, Werbemarktstudien (MOMENTUM-Eigenstudien, aber auch Studien in Kooperation mit und im Auftrag von iab austria, OVK, DMVÖ, MCÖ, WKW und HUDI), Werbe- und Technologievermarktung (Zulu5) sowie die Veranstaltung von Fachkonferenzen (JETZT Konferenzen, MARKETING X) und Business Events (Marketing Leader of the year Awards, Digital Superhero of the year Awards, Tag der Marktkommunikation). Weitere Informationen auf [momentum.wien](https://momentum.wien)

## Über das interactive advertising bureau austria (iab austria)

Mit über 200 Mitgliedern aus allen Teilbereichen (Verlagshäuser und Medienunternehmen, Werbetreibende, Agenturen, technische Dienstleister und Start-ups) ist das iab austria die größte unabhängige Interessenvertretung der österreichischen Digitalwirtschaft. Das iab austria entwickelt im Dialog der spezialisierten und vernetzten Arbeitsgruppen mit allen Stakeholdern holistische Sichtweisen und vertritt die Interessen der gesamten Digitalwirtschaft konsensual. Um den

Digitalstandort zu stärken, entwickelt das iab austria technische und rechtliche Standards sowie Aus- und Weiterbildungsprogramme, fördert den Wissensaustausch durch Veranstaltungen und Publikationen, veranstaltet mit dem iab webAD den wichtigsten Preis der Digitalwirtschaft und vertritt die politischen Interessen auf nationaler und europäischer Ebene. Weitere Informationen auf [iab-austria.at](http://iab-austria.at)

**+ + + BILDMATERIAL + + +**

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Verwendung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf [leisure.at](http://leisure.at)

(Schluss)