



Europäischer Digitalwerbemarkt wuchs 2024 um 16 Prozent auf knapp 119 Milliarden Euro – BILD/ GRAFIK

ID: LCG25152 | 03.06.2025 | Kunde: iab.austria -interactive advertising bureau | Ressort: Wirtschaft Österreich | Medieninformation

19. Ausgabe des AdEx Benchmark Reports weist in 21 von 30 Ländern zweistelliges Wachstum aus. Österreich ist unter den Ländern mit dem höchsten Wachstum und rangiert unter den zehn größten Märkten. Digitalwerbung macht europaweit mehr als zwei Drittel der gesamten Werbeinvestitionen aus.

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

Brüssel/ Wien (LCG) – Bereits zum 19. Mal veröffentlicht das IAB Europe den AdEx Benchmark Report. Die Entwicklung übertrifft trotz anhaltender Wirtschaftskrise, Inflation, geopolitischer Spannungen und strikter Regulierungen alle Erwartungen. Wurde in der letzten Ausgabe der Studie noch ein Wachstum von zehn Prozent für 2024 prognostiziert, erreicht dieses tatsächlich 16 Prozent – mit Ausnahme des Corona-Jahres 2021 das höchste Wachstum seit 2011. Überdurchschnittlich stark legen die recht neuen Video-Werbemöglichkeiten der Streaming-Anbieter (222 Prozent), Social Video (33 Prozent), die Sendermediatheken der Broadcaster (30 Prozent) sowie Display Video (25 Prozent), Retail Media (22 Prozent) und Audio (18 Prozent) zu.

Bemerkenswert sind die geringen Schwankungen in den einzelnen Quartalen, die in den letzten Jahren stark ausgeprägt waren. Obwohl der europäische Digitalwerbemarkt nur rund halb so groß wie der US-amerikanische ist, wächst er vergleichbar schnell.

„Österreich zählt zu den dynamischen Wachstumsmärkten und treibt in einigen Sektoren wie Retail Media die Entwicklung an. Im Umfeld politischer und wirtschaftlicher Unsicherheit entwickeln sich neue Kanäle wie Retail Media entlang des sich verändernden Konsumverhaltens und bieten Werbetreibenden zielgerichtete und effektive Möglichkeiten zur Zielgruppenerreichung“, fasst iab-austria-Präsidentin **Rut Morawetz** zusammen.

„Besonders erfreulich ist aus rot-weiß-roter Perspektive auch die gute Entwicklung der Sendermediatheken, zumal mit ORF ON, JOYN und ServusTV On nahezu alle österreichischen Broadcaster große Innovationsprojekte in den letzten Monaten lanciert haben“, kommentiert iab-austria-Vizepräsident **André Eckert** (Audienzz).

Österreich erstmals in den Top 10

Erstmals ist Österreich mit einem Volumen von 2,83 Milliarden Euro unter den zehn größten digitalen Werbemärkten Europas gelistet. Das Feld führt das Vereinigte Königreich mit über 41 Milliarden Euro vor Deutschland (17,9 Milliarden) und Frankreich (11,2 Milliarden) an. Hinter Österreich reihen sich Tschechien (2,3 Milliarden) und Polen (2,2 Milliarden) ein. Österreich attestiert der AdEx Benchmark Report ein Wachstum von 17,8 Prozent und somit die fünfthöchste Wachstumsrate. Mit 87,5 Prozent verzeichnet die Türkei ein Rekordwachstum. Vor Österreich rangieren die Ukraine (27 Prozent), Serbien (25 Prozent) und Polen (20 Prozent).

Leichte Verschiebungen: Retail Media nimmt Fahrt auf, Broadcaster und Streaming-Anbieter lassen Video-Werbung in die Höhe schnellen

Nach Kategorien gesehen, müssen Search sowie Classifieds und Directories leichte Einbußen zugunsten von Social Media, Display

inklusive Video und Audio sowie Retail Media hinnehmen. Das Wachstum von 8,9 auf 9,4 Prozent macht Retail Media zum großen Profiteur.

In acht Ländern entfällt über eine Milliarde Euro auf Display-Werbung; darunter das Vereinigte Königreich, Deutschland, die Türkei, Frankreich oder auch Tschechien und die Niederlande. Während klassische Display Ads um 14 Prozent und Audio um 18 Prozent wachsen, legt Video um fast 25 Prozent auf ein Volumen von 13,4 Milliarden Euro zu. Für das starke Wachstum sind neue Werbemöglichkeiten der Streaming-Anbieter ebenso verantwortlich wie die Mediatheken-Offensive der Broadcaster – hierzulande etwa ORF ON, JOYN oder ServusTV On.

Digitale Audiowerbung überschreitet erstmals die Milliardenmarke. Knapp die Hälfte der Erlöse werden mit Podcasts gemacht, die für 451 Millionen Euro Werbeeinnahmen verantwortlich zeichnen. Die Zunahme der Audioerlöse steht in enger Relation zu den Radioanteilen am Werbekuchen, wie sich am Beispiel historischer „Radioländer“ wie Belgien, Spanien, Irland oder Frankreich zeigt.

Programmatisches Wachstum

Nach einem eher verhaltenen Wachstum von nur 7,4 Prozent in 2023, legt programmatische Werbung im Jahr 2024 um 18,4 Prozent wieder deutlich zu. Allerdings zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen den einzelnen Ländern: Während Programmatic Advertising in Polen um 24 Prozent, Ungarn um 23 Prozent oder Slowenien um 21 Prozent wächst, zeigen Österreich, Portugal und die Schweiz mit sieben Prozent moderates Wachstum. Rückläufig ist sie in fortschrittlichen Digitalmärkten wie Norwegen, Dänemark und Finnland oder auch der Ukraine.

Bewegtbild beflügelt soziale Medien

Dass soziale Medien, um 24 Prozent wachsen, ist vor allem Video geschuldet, das einen Umsatz von 15 Milliarden Euro bringt und um

33 Prozent gewachsen ist. Andere Werbeformen in sozialen Medien steigern den Umsatz nur um 14 Prozent auf zwölf Milliarden Euro.

Retail Search macht bereits 16 Prozent des gesamten Search-Volumens von 52 Milliarden Euro aus, das in Summe um zwölf Prozent steigt. Nur drei Länder – das Vereinigte Königreich, Deutschland und Frankreich – dominieren mit ihren Werbeinvestitionen 70 Prozent des gesamten europäischen Search-Marktes.

Milliarden-Business Retail Media

Retail Search (+25 Prozent) und Retail Display (+15 Prozent) lassen den Retail-Media-Markt auf elf Milliarden Euro erstmals in den zweistelligen Milliardenbereich steigen.

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

-
- Der europäische Digitalwerbemarkt wuchs 2024 um 16 Prozent auf knapp 119 Milliarden Euro.
 - Österreich verzeichnete ein Wachstum von 17,8 Prozent und gehört zu den zehn größten digitalen Werbemärkten Europas.

- Neue Werbemöglichkeiten wie Video-Werbung und Retail Media trugen maßgeblich zum Wachstum bei.
- Digitale Audiowerbung überschritt erstmals die Milliardenmarke, wobei Podcasts einen erheblichen Anteil ausmachten.

+ + + BILDMATERIAL + + +

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