MEDIENMITTEILUNG
Zürich, 7. Juli 2026

AdEx Benchmark Report 2025: Europäischer Markt für digitale Werbung verzeichnet 10,5 % Wachstum auf 131 Milliarden.

Die zwanzigste Ausgabe des AdEx Benchmark Reports von IAB Europe zeigt ein anhaltendes Wachstum auf dem europäischen Markt für digitale Werbung, wobei videoorientierte Formate und Retail Media für Dynamik sorgen.

Der Bericht zeigt, dass die Ausgaben für digitale Werbung in Europa im Jahr 2025 um 10,5 % auf 131 Milliarden Euro gestiegen sind. Der AdEx Benchmark Report, der nun im zwanzigsten Jahr erscheint, führt Daten aus 30 nationalen Märkten zusammen und bietet den umfassendsten und harmonisiertesten Überblick der Branche über Investitionen in digitale Werbung in ganz Europa.

Aufbauend auf dem starken Wachstum von 2024 zeigen die neuesten Daten, dass der europäische Markt für digitale Werbung 2025 weiter expandierte, trotz anhaltendem makroökonomischem und geopolitischem Druck sowie unterschiedlicher Marktreife in der Region. Die Ergebnisse unterstreichen das anhaltende Engagement der Werbetreibenden für die Kanäle und Formate, die das europäische Ökosystem der digitalen Werbung prägen.

Das Wachstum konzentrierte sich auf videoorientierte Formate, Connected TV (CTV), Social Video und Retail Media. Dies spiegelt veränderte Mediennutzungsgewohnheiten, die zunehmende Bedeutung von handelsorientierter Werbung sowie die anhaltende Nachfrage nach messbaren, wirkungsstarken digitalen Umfeldern wider. Während etablierte Kategorien wie Suchmaschinenwerbung (Paid Search) und Kleinanzeigen weiter wuchsen, blieben sie hinter dem breiteren Markt zurück, was eine Verschiebung der Dynamik innerhalb des Ökosystems verdeutlicht.

Wichtige Wachstumstreiber:
Videoorientierte Formate beschleunigen: Video war 2025 ein herausragender Wachstumsbereich und legte um 19,6 % auf 34,0 Milliarden Euro zu. Zum ersten Mal macht Video nun mehr als die Hälfte aller Display-Investitionen in Europa aus. Social Video war das am schnellsten wachsende Format im diesjährigen Bericht; es stieg um 25,7 % und

unterstreicht die Nachfrage der Werbetreibenden nach ansprechenden, wirkungsstarken Videoumgebungen über verschiedene Bildschirme hinweg.
Social Media bleibt ein wichtiger Wachstumskanal: Social Advertising wuchs 2025 weiterhin stark um 19,2 % auf 35,5 Milliarden Euro. Dabei war Social Video ein wesentlicher Treiber, was den anhaltenden Trend hin zu kurzformatigen, videoorientierten und plattformbasierten Werbeformaten unterstreicht.

Retail Media stärkt seine Rolle im Ökosystem: Retail Media wuchs 2025 um 16,7 % auf 13,3 Milliarden Euro, was seine Position als einer der wichtigsten aufstrebenden Wachstumskanäle Europas festigt. Die anhaltende Dynamik spiegelt die Nachfrage der Werbetreibenden nach First-Party-Daten, handelsorientierten Umfeldern und stärkeren Verbindungen zwischen Medieninvestitionen und messbaren Geschäftsergebnissen wider.

Etablierte Kanäle bleiben widerstandsfähig: Display-Werbung wuchs um 12,5 %, während Paid Search und Kleinanzeigen um 8,8 % bzw. 6,5 % zulegten.

Markt-Highlights:
Westeuropa bleibt stabil: Reifere westeuropäische Märkte, darunter Spanien, Frankreich, Italien und die Niederlande, verzeichneten ein Wachstum von rund 10 %, was das anhaltende Investitionsinteresse der Werbetreibenden in etablierte digitale Werbeökosysteme zeigt.

Nordische und baltische Märkte zeigen ein flacheres Bild: Die nordischen und baltischen Märkte tendierten 2025 eher zu einem flachen Wachstum, was die unterschiedlichen Marktbedingungen und ein gemischtes regionales Bild in Europa widerspiegelt.

Daniel Knapp, Chefökonom von IAB Europe, kommentierte die Ergebnisse: „Der europäische Markt für digitale Werbung legte 2025 um 12,5 Milliarden Euro zu und wuchs um 10,5 % auf 131,1 Milliarden Euro. Vor dem Hintergrund eines schleppenden BIP-Wachstums, Unsicherheiten in der Handelspolitik und vorsichtiger Konsumenten deutet dies auf einen strukturellen Wandel hin. Digitale Werbung entwickelt sich zunehmend von einer Kommunikationsausgabe hin zu Vertriebsinfrastruktur, Regalplatz und Schaufenster zugleich.

„Zwei Meilensteine in den diesjährigen Daten zeigen, wohin sich der Markt bewegt: Video macht erstmals mehr als die Hälfte aller Display-Investitionen in Europa aus, während Retail Media die 10-Prozent-Marke der gesamten digitalen Werbeausgaben überschritten hat.

Handel und Inhalt verschmelzen; die Messbarkeit entscheidet darüber, wohin der nächste Euro fließt.“

Den vollständigen Report kann auf der Webseite der IAB Schweiz heruntergeladen werden.

ENDE

Medienkontakt:
Urs Flückiger (Geschäftsführer)
urs.flueckiger@iab-switzerland.ch
Tel: +41 79 403 35 53

Information IAB Switzerland
Die IAB Switzerland (Interactive Advertising Bureau Association) ist die Vertreterin der digitalen Marketing- und Werbebranche Die IAB (Interactive Advertising Bureau) Switzerland Association ist die Vertreterin der digitalen Marketing- und Werbebranche in der Schweiz und unterstützt die Branche, um in der digitalen Werbewelt erfolgreich zu sein.

Der Verband setzt sich objektiv/aktiv für Wissensvermittlung, Standards, Transparenz und Qualität zur digitalen Werbung ein und klärt seine Stakeholder sowie im Bedarfsfall die Öffentlichkeit über Entwicklungen und Sachverhalte rund um die digitale Marketing- und Werbebranche auf. Zu den Mitgliedern zählen Agenturen, Medienunternehmen, Werbeauftraggeber und Technologieunternehmen.

Durch die Zusammenarbeit mit anderen Schweizer Kommunikationsverbänden setzt sich die IAB für ihre Mitglieder ein und wirbt bei Gesetzgebern und politischen Entscheidungsträgern für die Interessen der digitalen Werbebranche. Die IAB setzt sich insbesondere für Rahmenbedingungen ein, die eine Finanzierung publizistischer Inhalte über Werbung unterstützen und setzt sich zum Ziel den Umgang mit Daten und KI im Rahmen der Werbewirtschaft aus einer wirtschaftlichen sowie gesellschaftlichen Perspektive zu thematisieren.

In dieser Rolle agiert die IAB als die primäre Anlaufstelle für Informationen bezüglich der digitalen Marketing- und Werbewirtschaft und gewährleistet mit ihren Aus- und Weiterbildungen, Konferenzen und Fachveranstaltungen einen optimalen Ideen- und Wissensaustausch. In Zusammenarbeit mit Ihren weltweiten Schwester-Verbänden und mit dem IAB Tech Lab entwickelt und verbreitet die IAB technische Standards und Lösungen.