



Deutschlands
führende
Agenturen

GWA Frühjahrs- monitor 2026

24. März 2026



Zusammenfassung

- Die Umsätze (Gross Income) der GWA-Agenturen sind 2025 um durchschnittlich 2,7 Prozent gesunken. Rund 44 Prozent der Agenturen meldet ein Umsatzplus.
- Die Renditen sanken 2025 leicht auf durchschnittlich 7,5 Prozent. Für 2026 gehen die Agenturen von einem Wachstum der Renditen auf 10,8 Prozent aus.
- Die schwächelnde Konjunktur ist 2025 die größte Wachstumsbremse der Branche. Der Fachkräftemangel fällt als Wachstumshemmer von Rang 2 (2024) auf Rang 7.
- 84 Prozent der Agenturen sehen einen starken oder sehr starken Transformationsdruck, und 79 Prozent sehen sich für diese Herausforderungen wirtschaftlich sehr gut bis gut aufgestellt.
- Im Fokus Neugeschäft: Bei 57 Prozent der Agenturen wachsen die Investitionen in New Business, im Vorjahr lag dieser Wert noch bei nur 39 Prozent.
- Knapp 45 Prozent der Agenturen wollen ihr Stellenniveau 2026 beibehalten, 28 Prozent wollen es aufstocken, rund 27 Prozent wollen Stellen leicht bis stark abbauen.

Steckbrief

Methode: Online-Befragung mit strukturierten Fragebögen

Zielgruppe: Inhaber*innen / Geschäftsführer*innen von GWA-Agenturen

Stichprobe: N= 92, Ausschöpfung 62 Prozent

Feldzeit: 2. Februar bis 2. März 2026

Auswertung: Die Antworten der Agenturen gingen mit einem umsatzabhängigen Gewichtungsfaktor ein

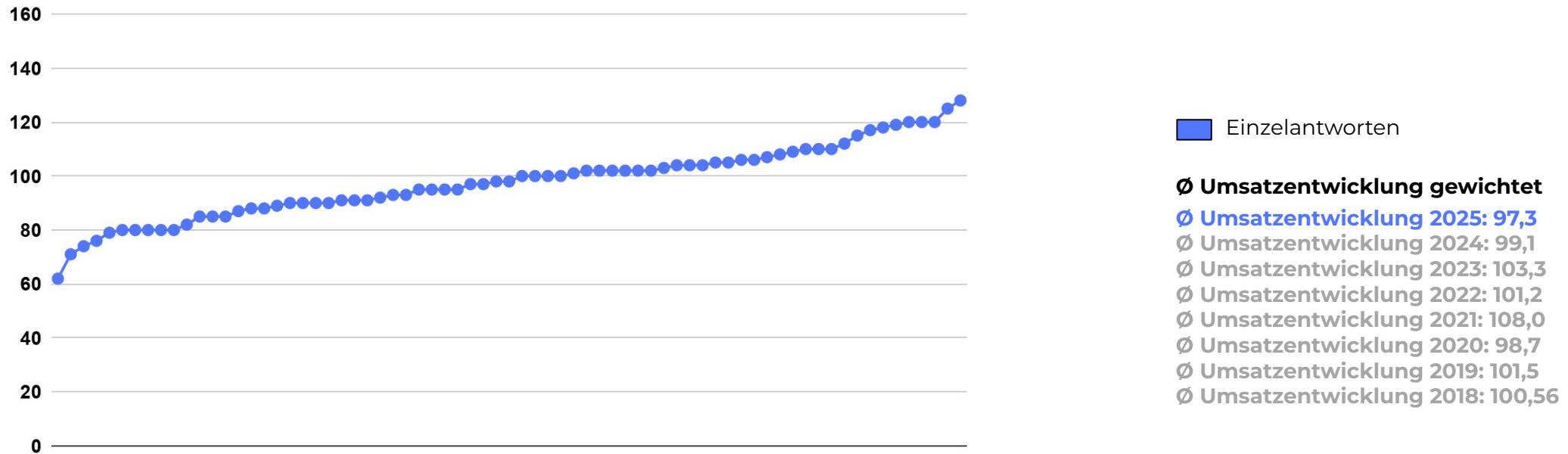
Inhalt

- Umsatz & Rendite
- Branchen & Wirtschaftszweige
- Kosten & Personal
- Wirtschaftlichkeit & Transformation
- Agentur- und Kundenbeziehung

Umsatz & Rendite

Durchschnittliche Entwicklung der Agenturumsätze erneut im Minus

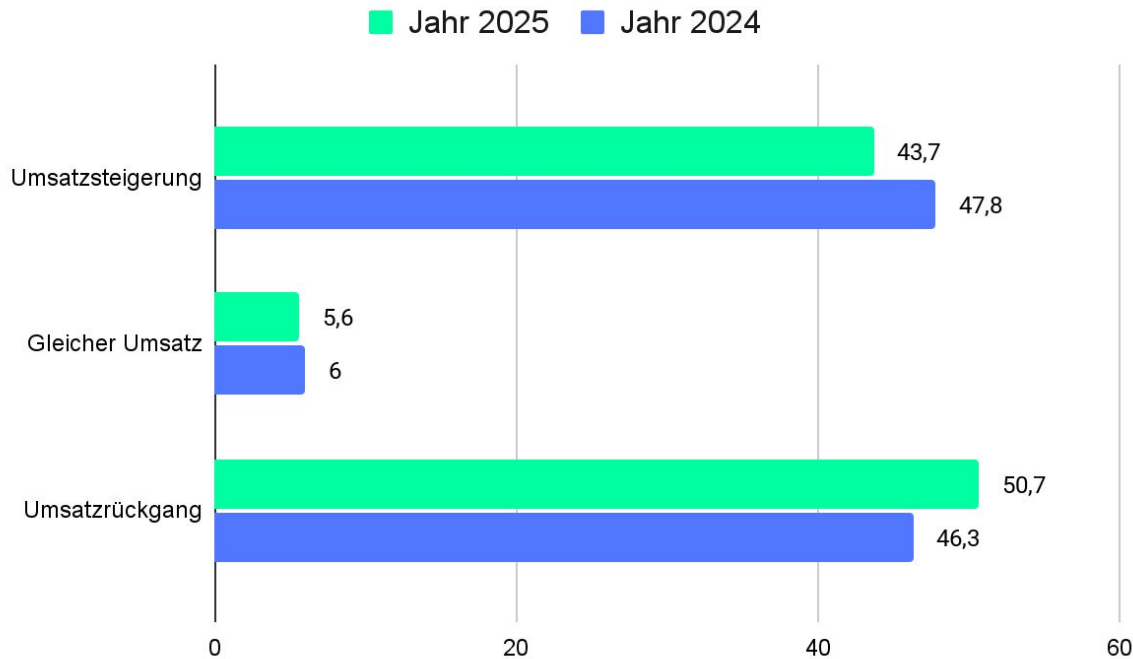
In welchem Maß hat sich der Umsatz (Gross Income) Ihrer Agentur 2025 gegenüber 2024 verändert? (Angaben in Prozent)



Mit einem **durchschnittlichen Minus von 2,7 Prozent** ging der Umsatz nach 2024 auch 2025 zurück. Zuvor lagen die Agenturen seit einer Corona-Delle durchschnittlich im Plus.

Zahl der Agenturen mit einem Umsatzplus ist leicht gesunken

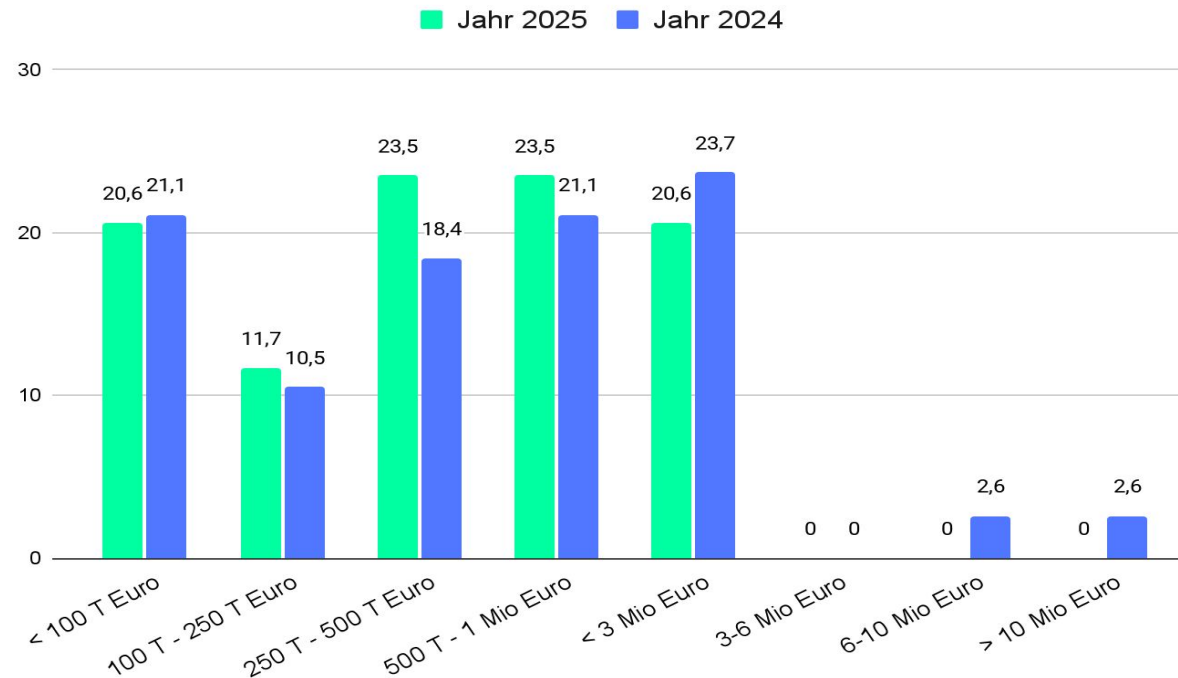
In welchem Maß hat sich der Umsatz (Gross Income) Ihrer Agentur 2025 gegenüber 2024 verändert? (Angaben in Prozent)



Für 2025 melden **43,7 Prozent der Agenturen Umsatzzuwächse (Vorjahr: 47,8 Prozent)**. Einen Umsatzrückgang mussten 50,7 Prozent der Agenturen 2025 hinnehmen.

Die meisten Umsatzzuwächse liegen im mittleren Bereich

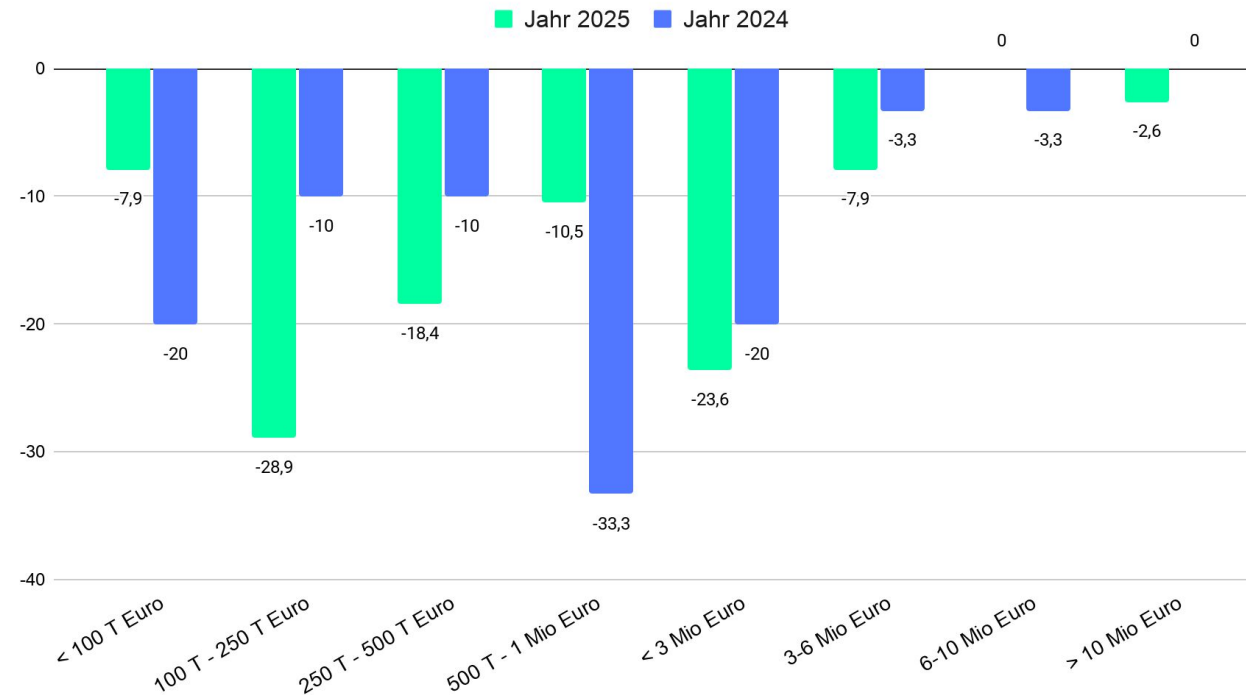
In welchem Maß hat sich das Umsatzwachstum (Gross Income) Ihrer Agentur 2025 gegenüber 2024 verändert? (Angaben in Prozent)



Gut 67 Prozent der Agenturen mit Umsatzwachstum melden ein **Plus zwischen 250.000 und 3 Millionen Euro**, gut 20 Prozent steigern den Umsatz um bis zu 100.000 Euro.

Auch Höhe der Umsatzverluste meist im mittleren Bereich

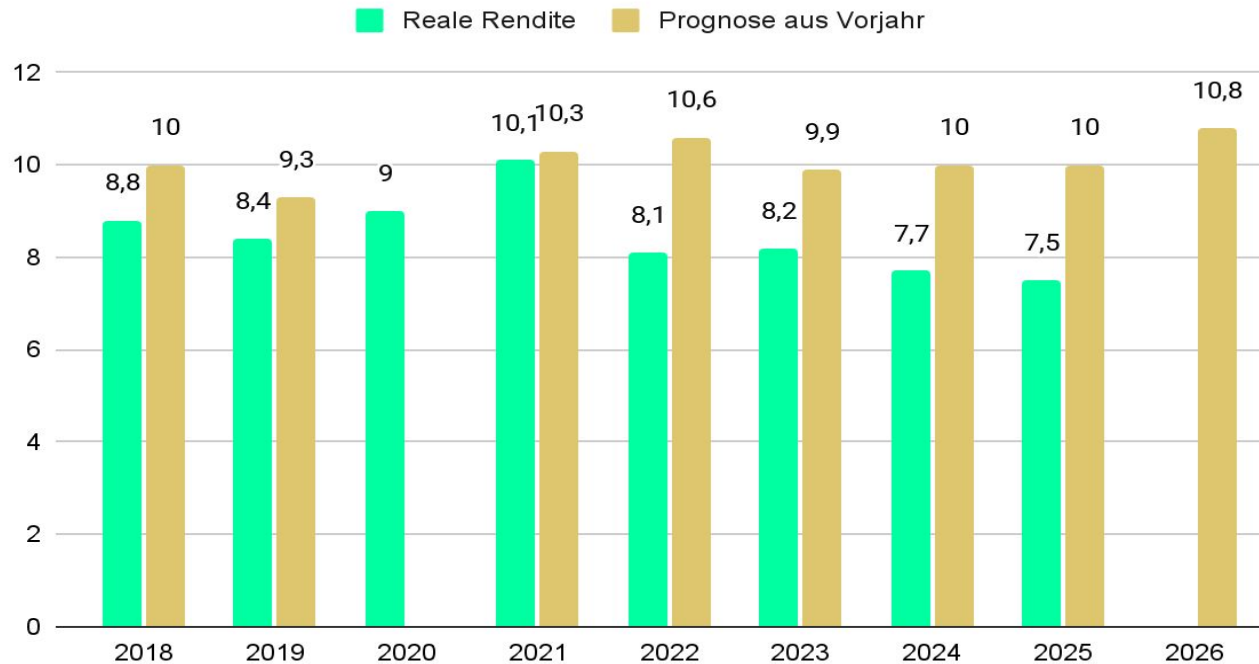
In welchem Maß hat sich der Umsatzrückgang (Gross Income) Ihrer Agentur 2025 gegenüber 2024 verändert? (Angaben in Prozent)



29 Prozent der Agenturen mit Umsatzrückgang melden 2025 ein **Minus des Gross Income zwischen 100.000 und 250.000 Euro**.

Rendite sinkt leicht, Prognose für 2026 ist jedoch positiv

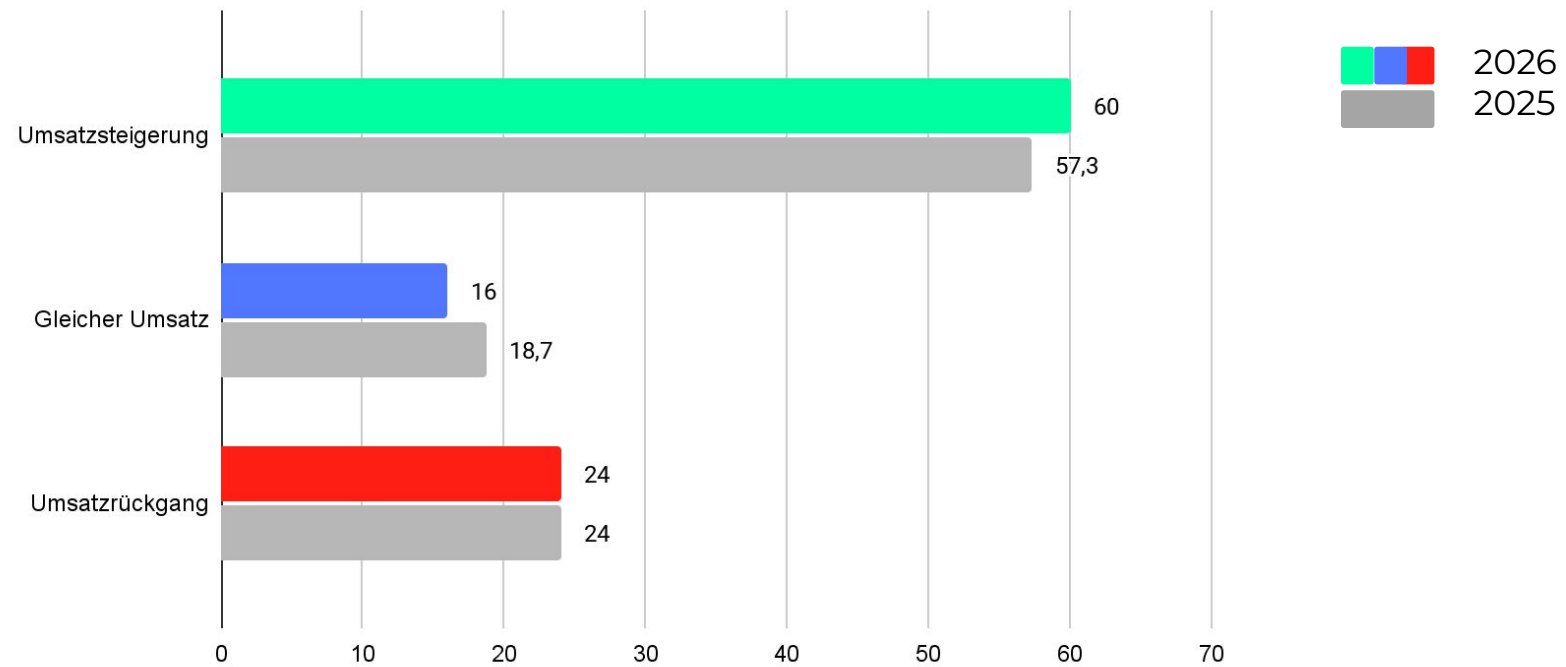
Wie hoch war die Rendite Ihrer Agentur 2025 gemessen am Umsatz (Gross Income) und welche Renditeerwartung haben Sie für 2026? (Angaben in Prozent)



Im vergangenen Jahr lag die durchschnittliche Rendite bei 7,5 Prozent. Für 2026 rechnen die Agenturen mit einem **Anstieg auf eine Durchschnittsrendite von 10,8 Prozent.**

Ausblick auf 2026 fällt etwas optimistischer aus als im Vorjahr

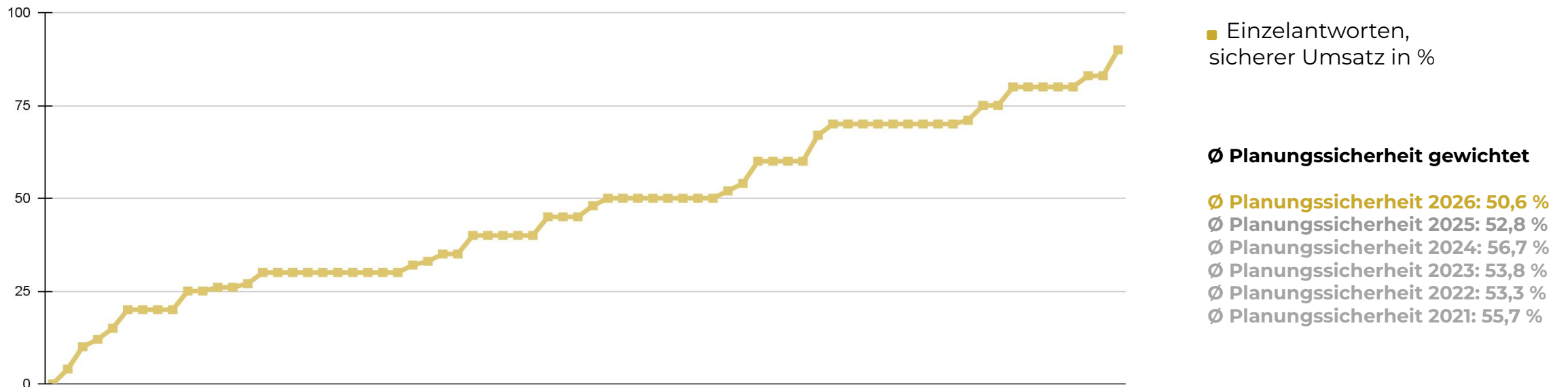
Welchen Umsatz (Gross Income) wird Ihre Agentur voraussichtlich 2026 gegenüber 2025 machen? (Index auf Basis 2025, Angaben in Prozent)



Für das laufende Jahr sind die Agenturen etwas optimistischer als 2025: Knapp **60 Prozent gehen von Umsatzsteigerungen** aus. Im Vorjahr sagten dies 57,3 Prozent.

Planungssicherheit für Agenturen nimmt immer weiter ab

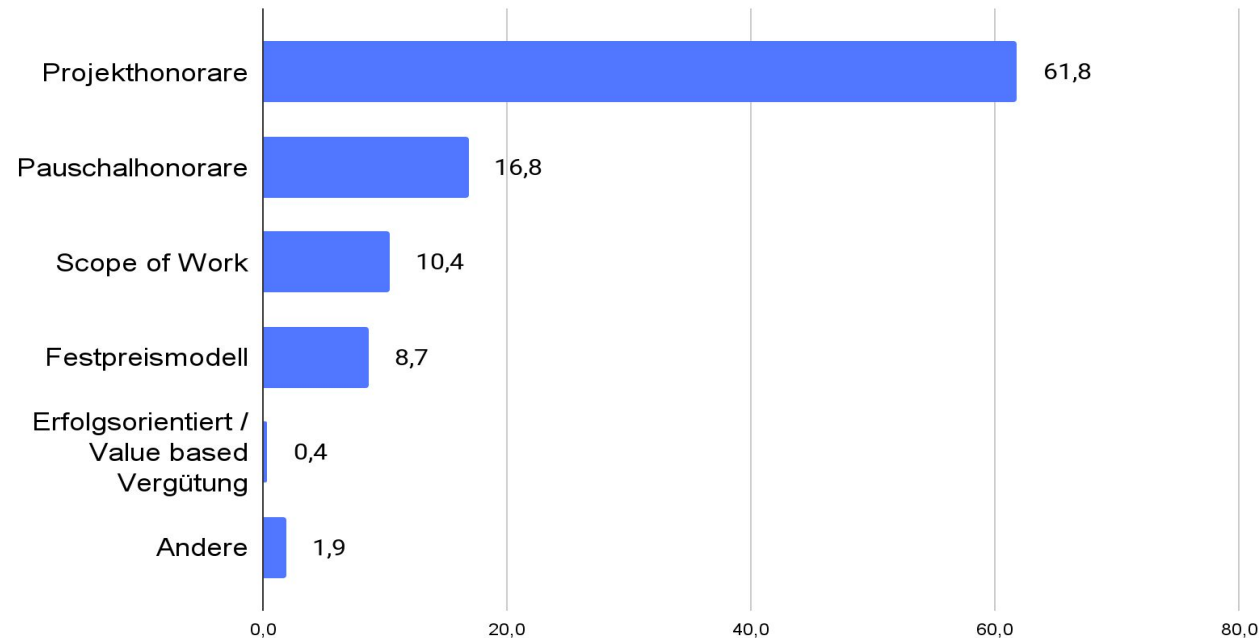
Wieviel Prozent Ihres Umsatzes (Gross Income) für 2026 sind zum aktuellen Zeitpunkt (Ende Januar bis Anfang März 2026) bereits sicher beziehungsweise vertraglich zugesichert? (Angaben in Prozent)



Die Planungssicherheit ist **leicht gesunken**. Aktuell sind 50,6 Prozent der Agenturumsätze für das laufende Jahr bereits sicher beziehungsweise vertraglich zugesichert.

Knapp 9 Prozent des Gross Income werden mit Festpreisen erzielt

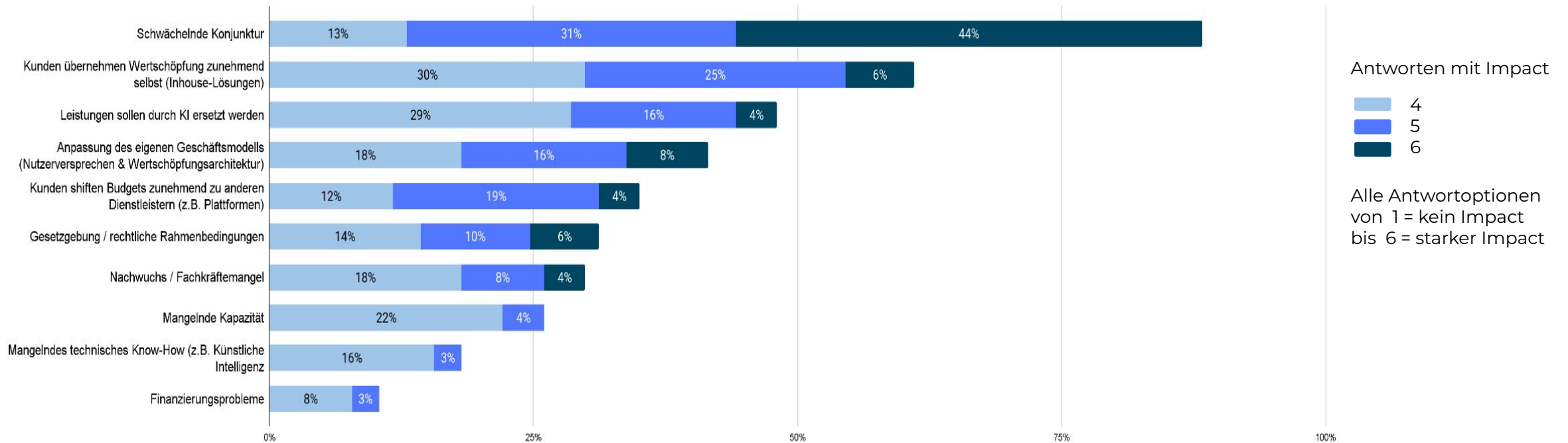
Wie stellt sich die Struktur des Gross Income Ihrer Agentur für 2025 dar? (Angaben in Prozent)



Rund 62 Prozent des Gross Income der Agenturen **basieren auf Projekthonoraren** (Vorjahr: 68 Prozent). Nur 8,7 Prozent des Gross Incomes basieren auf Festpreismodellen.

Schwächelnde Konjunktur bremst Entwicklung der Agenturen

Welche sind für Ihre Agentur aktuell die größten Wachstumshemmnisse? (Mehrfachnennungen, Gewichtung nach Impact)

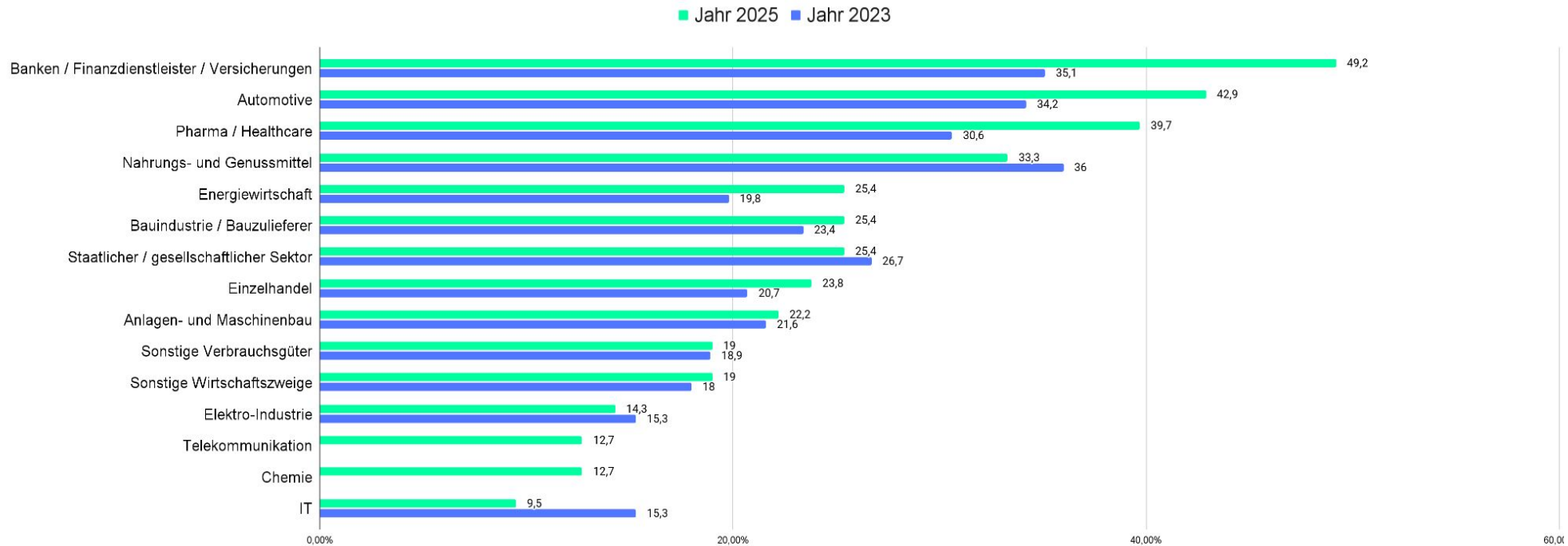


98 Prozent nennen die schwächelnde Konjunktur als größten Wachstumshemmer, 49 Prozent nennen den Ersatz der Leistungen durch KI (jeweils Impact 4 bis 6).

Branchen & Wirtschaftszweige

Branchen im Dreijahresvergleich: Banken und Finanzen 2025 top

Geben Sie die Top-5-Wirtschaftszweige an, die am Umsatz Ihrer Agentur 2025 (Gross Income) beteiligt waren. (Angaben in Prozent. Vergleich gegenüber 2023)

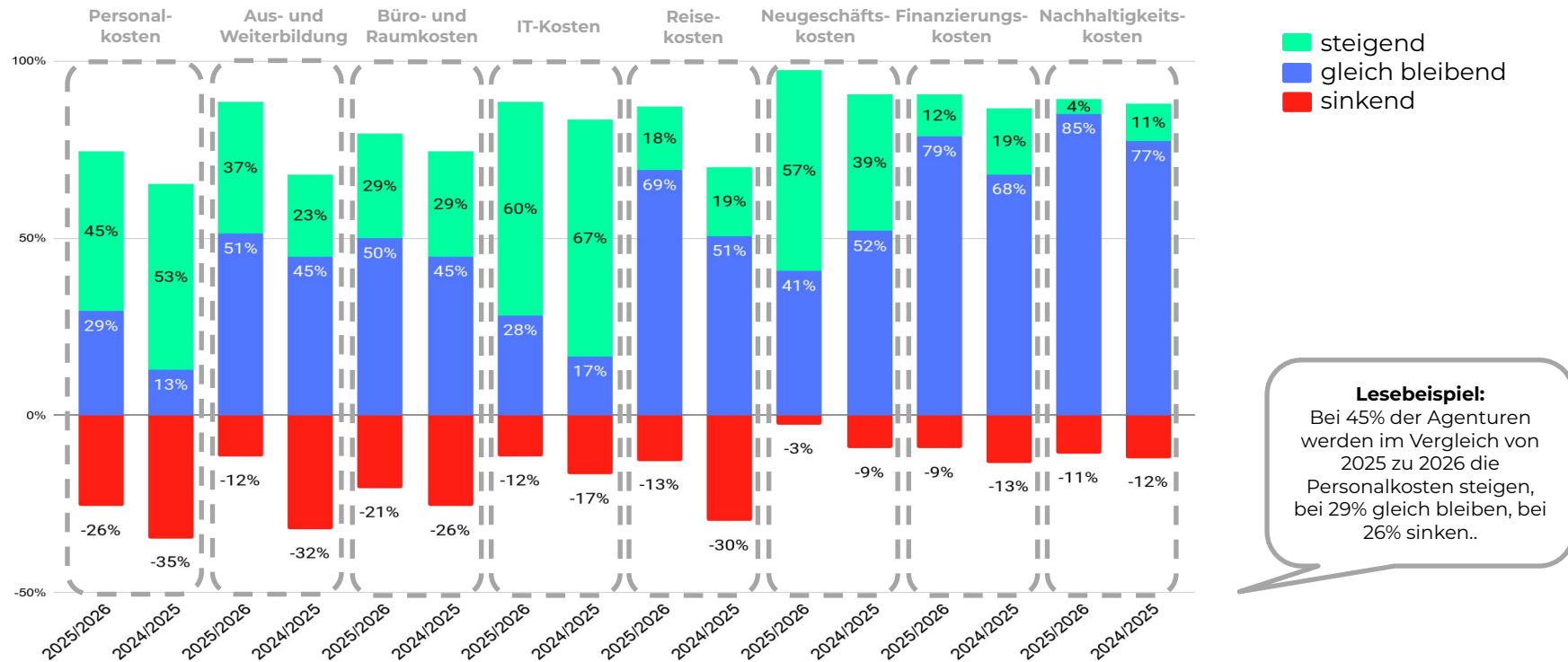


Mit **49 Prozent** ist die **Banken- und Finanzbranche 2025 der größte Umsatzbringer**. Vor drei Jahren lagen noch Nahrungs- und Genussmittel mit 36 Prozent auf Platz eins.

Kosten & Personal

Investitionen in New Business wachsen am deutlichsten

Wie haben sich die Kosten prozentual von 2024 zu 2025 verändert und wie werden sich die Kosten prozentual von 2025 zu 2026 verändern?

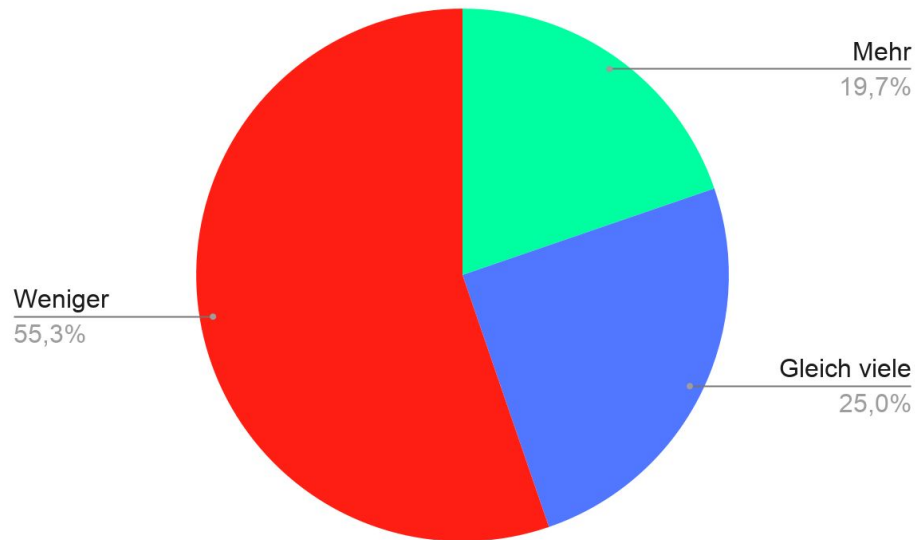


Bei 57 Prozent der Agenturen wachsen die Investitionen in New Business, im Vorjahr lag dieser Wert noch bei 39 Prozent. IT-Investitionen weiterhin sehr wachstumsintensiv.

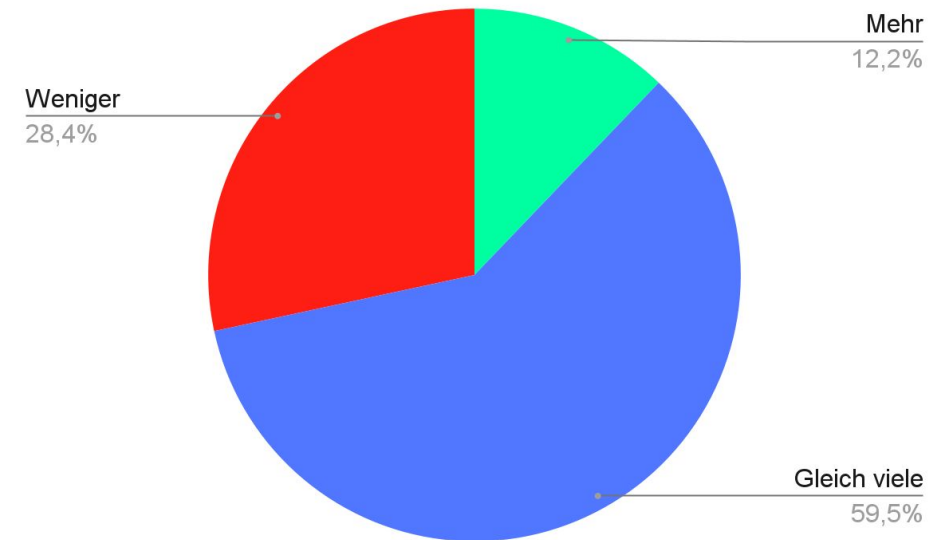
Mehr als die Hälfte der Agenturen melden weniger Festangestellte

Haben Sie aktuell mehr, gleich viele oder weniger festangestellte und freie Mitarbeiter*innen als zum gleichen Zeitpunkt des Vorjahres?

Festangestellte im Vergleich zum Vorjahr



Freie Mitarbeitende im Vergleich zum Vorjahr

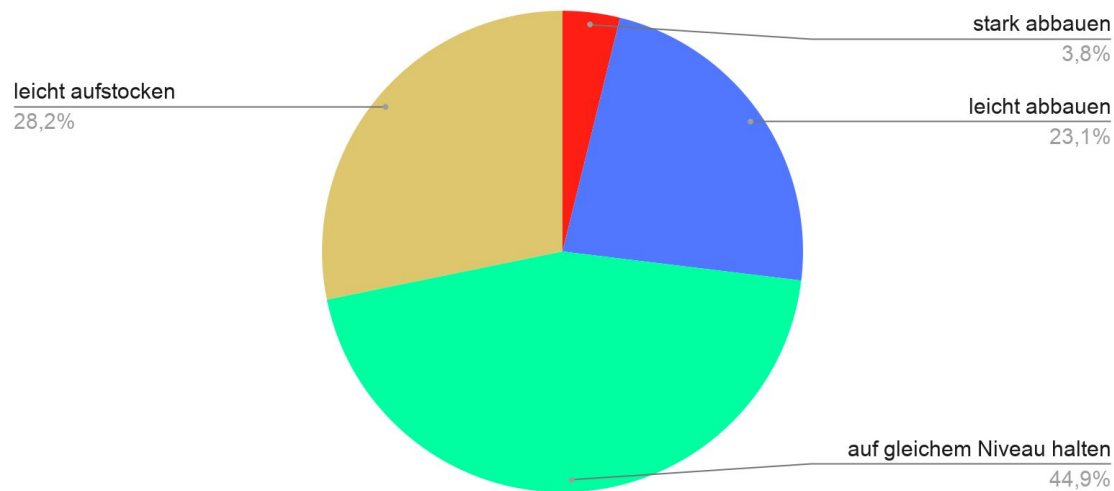


Knapp 20 Prozent der Agenturen hatten 2025 mehr Festangestellte als im Vorjahr, rund 55 Prozent weniger. Die Entwicklung bei **Freien Mitarbeitenden ist relativ konstant.**

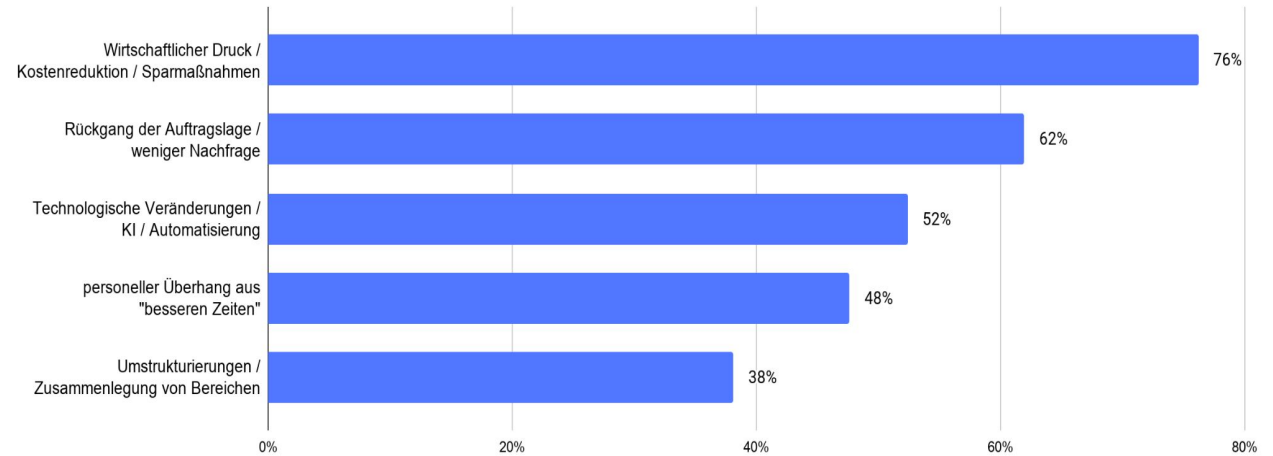
2026 soll Stellenzahl meist gleich bleiben, Ab- und Aufbau in Waage

Ausblick 2026: Werden Sie bis Ende 2026 voraussichtlich Stellen

...



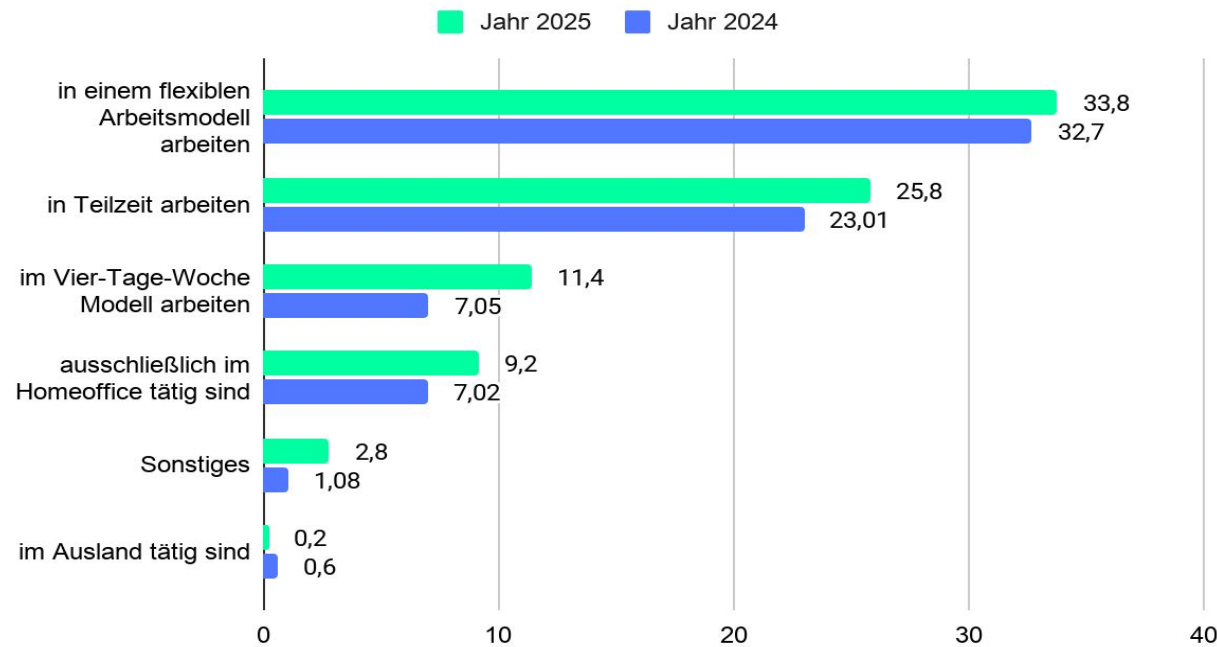
Wenn Sie davon ausgehen, Personal abzubauen: Welche sind die Gründe dafür?



Knapp 45 Prozent der Agenturen wollen ihr Stellenniveau 2026 beibehalten, 28 Prozent wollen es aufstocken, rund 27 Prozent wollen Stellen leicht bis stark abbauen.

Hoher Anteil von flexibler Arbeit, Vier-Tage-Woche immer beliebter

Bitte geben Sie an, wie viel Prozent ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter... (Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent)

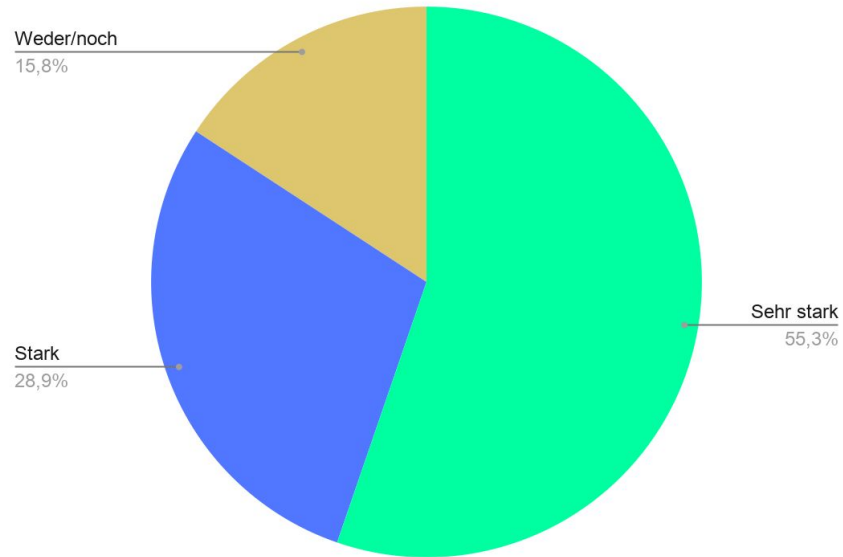


Rund 34 Prozent der Beschäftigten arbeiten in flexiblen Arbeitsmodellen (Vorjahr: 33%), gut 26 Prozent in Teilzeit (Vorjahr: 23%) und 11 Prozent im Vier-Tage-Modell (Vorjahr: 7%).

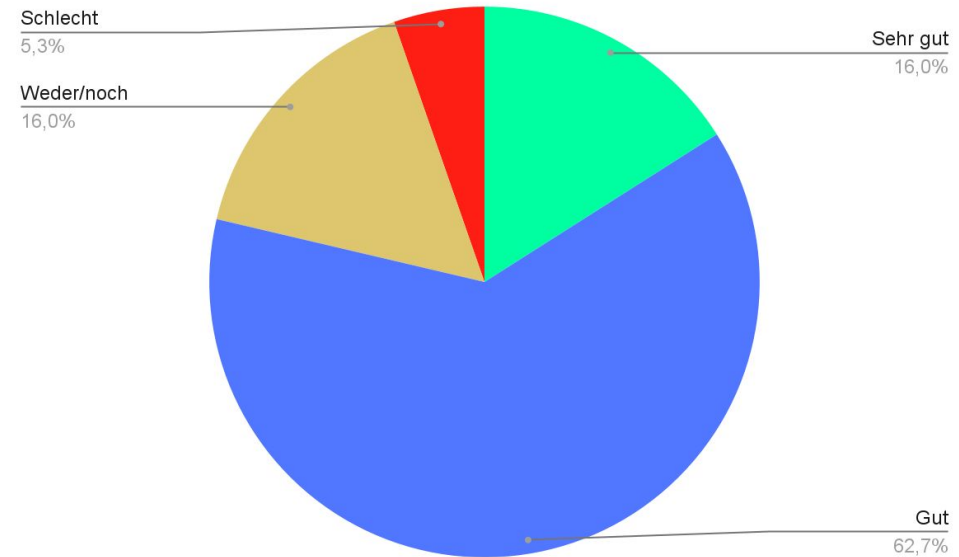
Transformation & Wirtschaftlichkeit

Agenturen sehen sich unter sehr starkem Transformationsdruck

Als wie stark würden Sie für die Agenturbranche insgesamt den Transformationsdruck beschreiben?



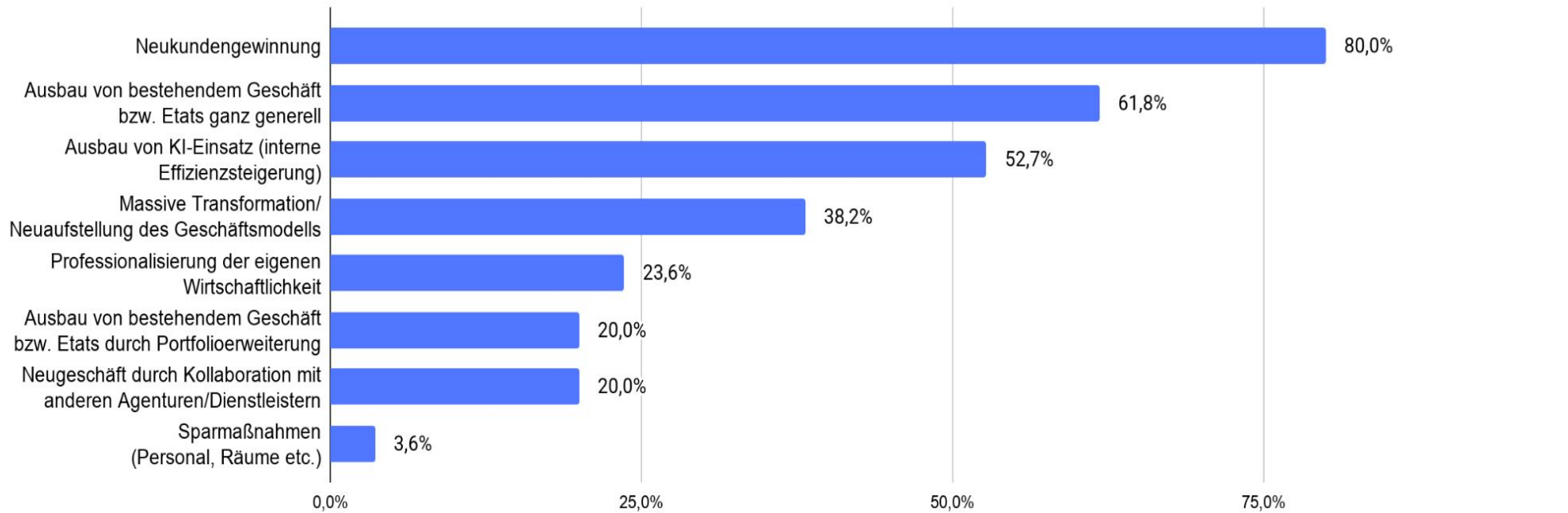
Wie gut sehen Sie Ihre Agentur angesichts der wachsenden Herausforderungen in der Branche wirtschaftlich aufgestellt?



84 Prozent der Agenturen sehen einen starken oder sehr starken Transformationsdruck, und **79 Prozent sehen sich wirtschaftlich** sehr gut bis gut aufgestellt.

Neukundengewinnung steht im Fokus für mehr Wachstum

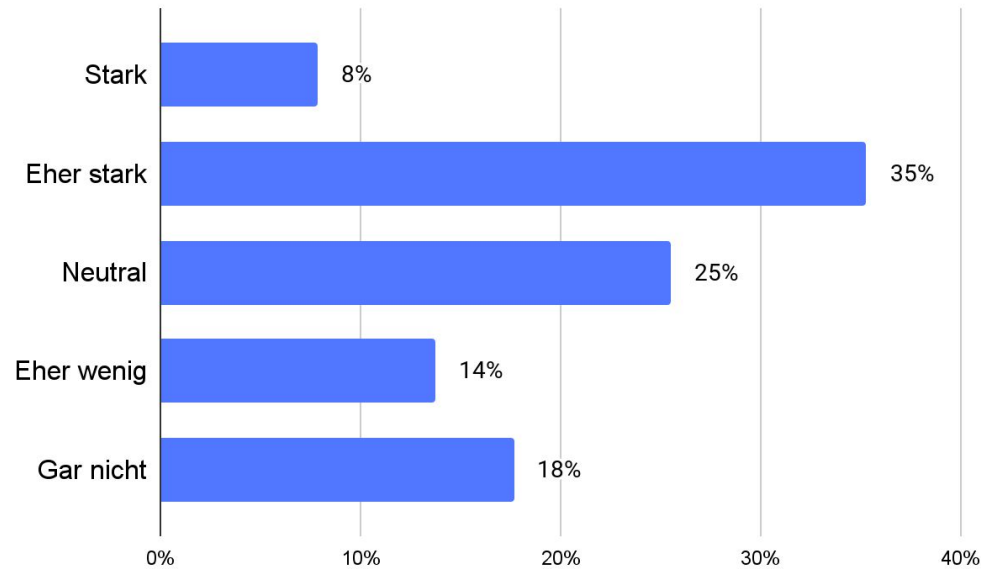
Wo sehen Sie für die Zukunft die größten Hebel, um die wirtschaftliche Entwicklung Ihres Geschäfts positiv zu beeinflussen? (Top-3-Nennungen)



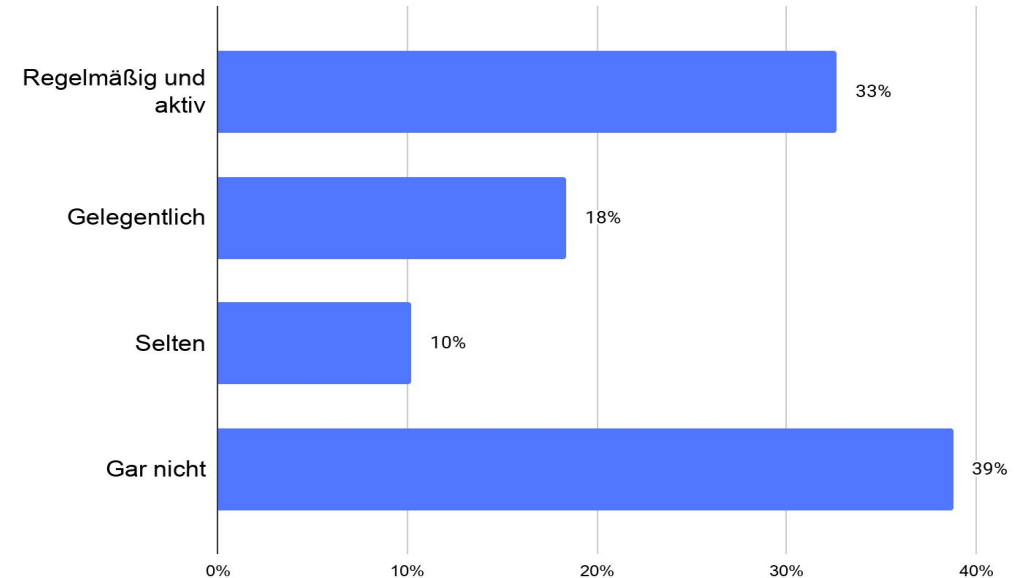
80 Prozent der befragten Agenturen sehen in Neukundengeschäft den größten Hebel für eine positive wirtschaftliche Entwicklung, **Sparmaßnahmen liegen auf dem letzten Platz.**

Effie von Kunden anerkannt, Potential als Akquisetool

Wie stark beeinflusst eine Auszeichnung mit einem Effie Award die Wahrnehmung Ihrer Marketingkompetenz bei den Kund*innen?



Inwieweit nutzt Ihre Agentur gewonnene Effie Awards bei der Neugeschäftsakquise?

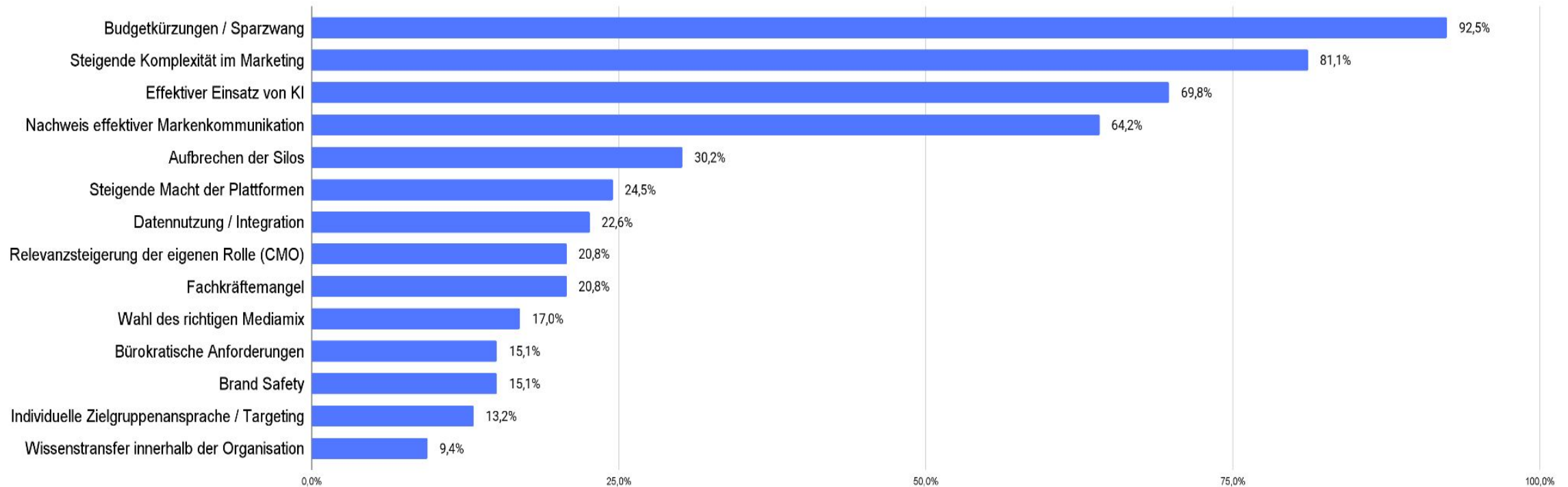


Laut **43 Prozent der Agenturen unterstreicht ein Effie Award ihre Marketingkompetenz** beim Kunden, 33 Prozent nutzen die Auszeichnung aktiv bei der Akquise.

Agentur- und Kundenbeziehung

Effektivitätsnachweis für Mehrheit der Kunden eine Herausforderung

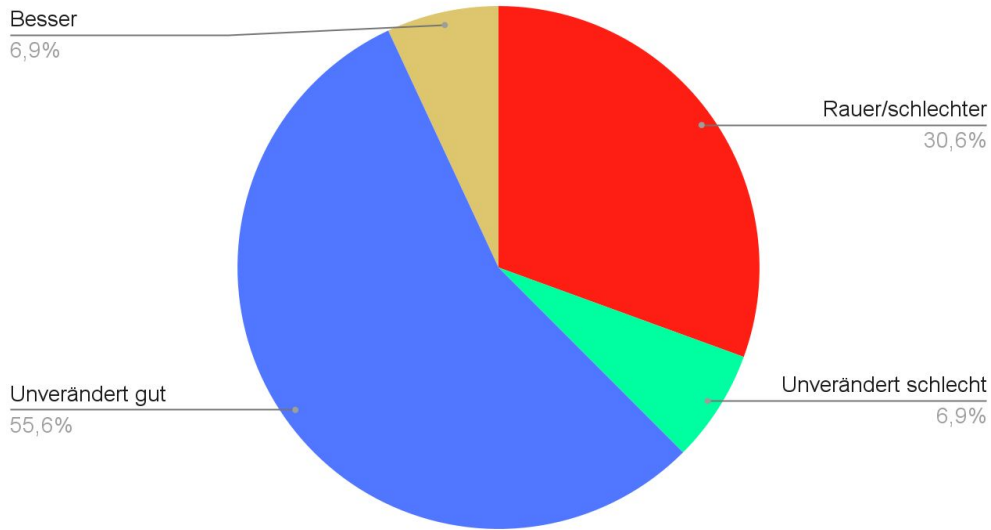
Welche sind aus Ihrer Sicht die Top 5-Herausforderungen für CMOs / Marketiers? (Angaben in Prozent)



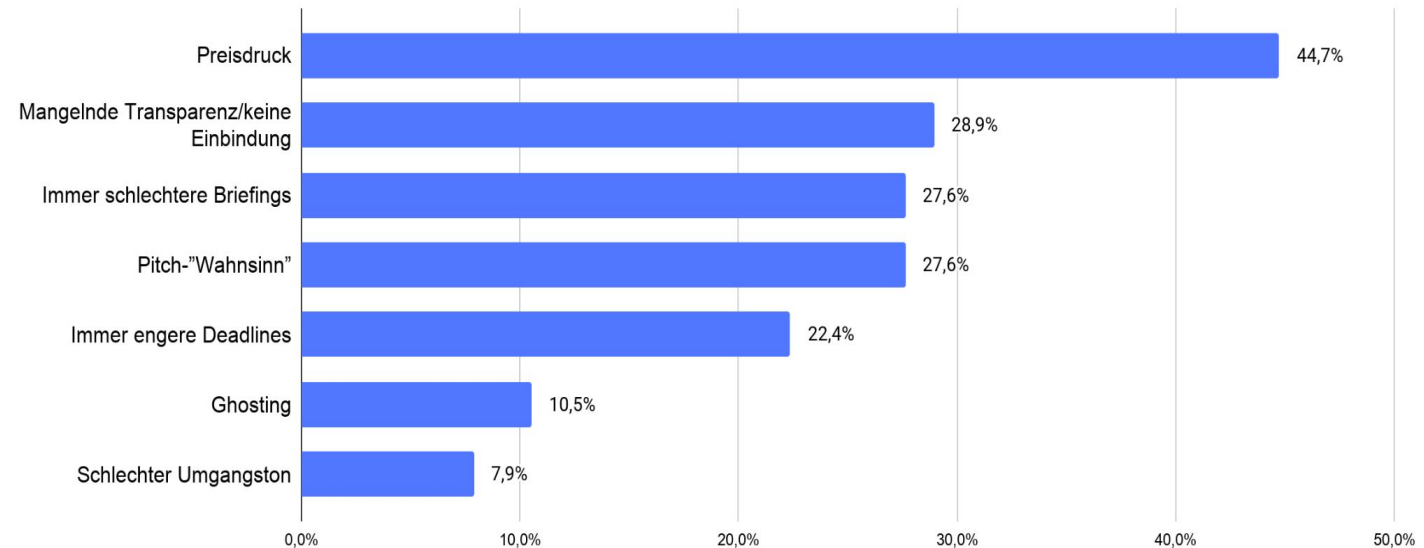
Fast 93 Prozent der befragten Agenturen sehen Budgetkürzungen und Sparzwang als größte Herausforderung für Marketingentscheider.

Ein Drittel der Agenturen sagt: Die Stimmung wird rauer

Wie würden Sie in Anbetracht der Top 5-Herausforderungen für CMOs die Stimmung innerhalb der Agentur-Kundenbeziehung im Vergleich zum Vorjahr beurteilen?



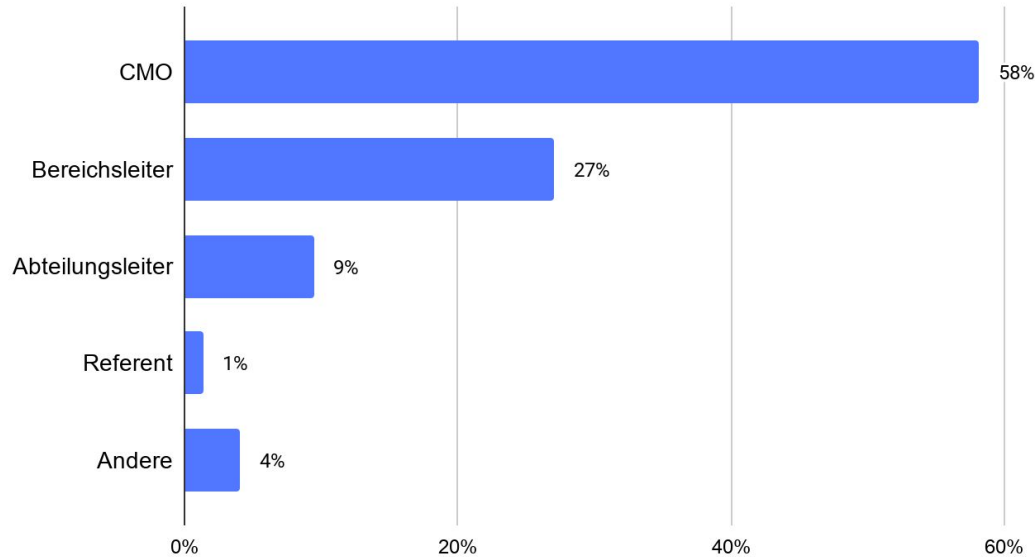
Wenn die Stimmung zwischen Agentur und Kunde rauer wird, worin macht sich das vor allem bemerkbar?



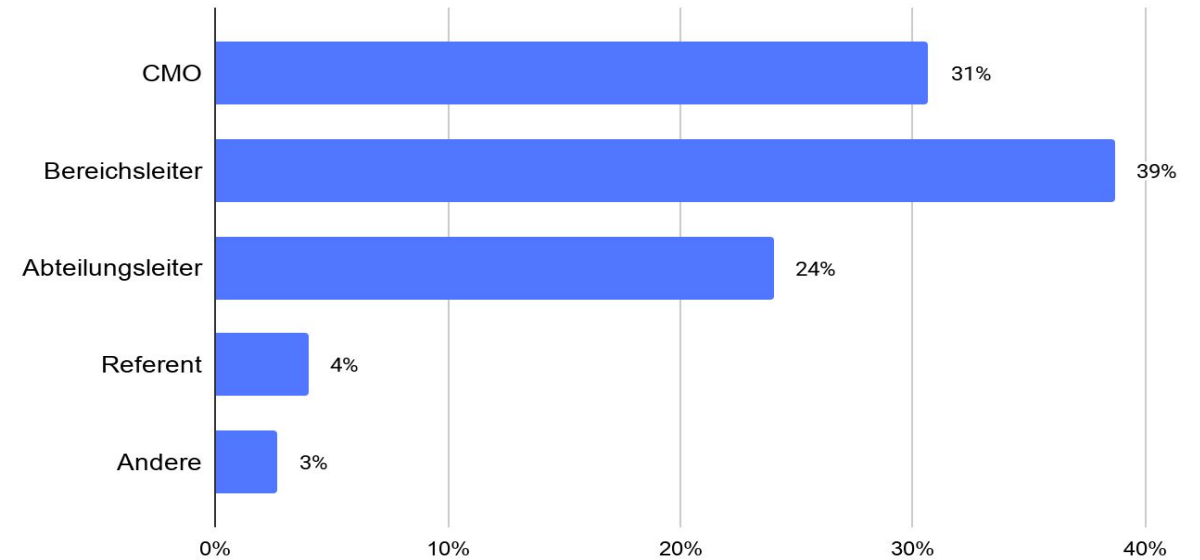
Vor allem **Preisdruck**, **mangelnde Transparenz** und **immer schlechtere Briefings** sorgen zwischen Agenturen und Kunden für schlechte Stimmung

CMOs sind für Agenturen noch zu selten die Ansprechpartner*innen

Auf welcher hierarchischen Ebene im Unternehmen **sollten in der Regel Ihre Hauptansprechpartner*innen** auf Kundenseite sein, um größtmöglichen Erfolg der Zusammenarbeit zu gewährleisten?



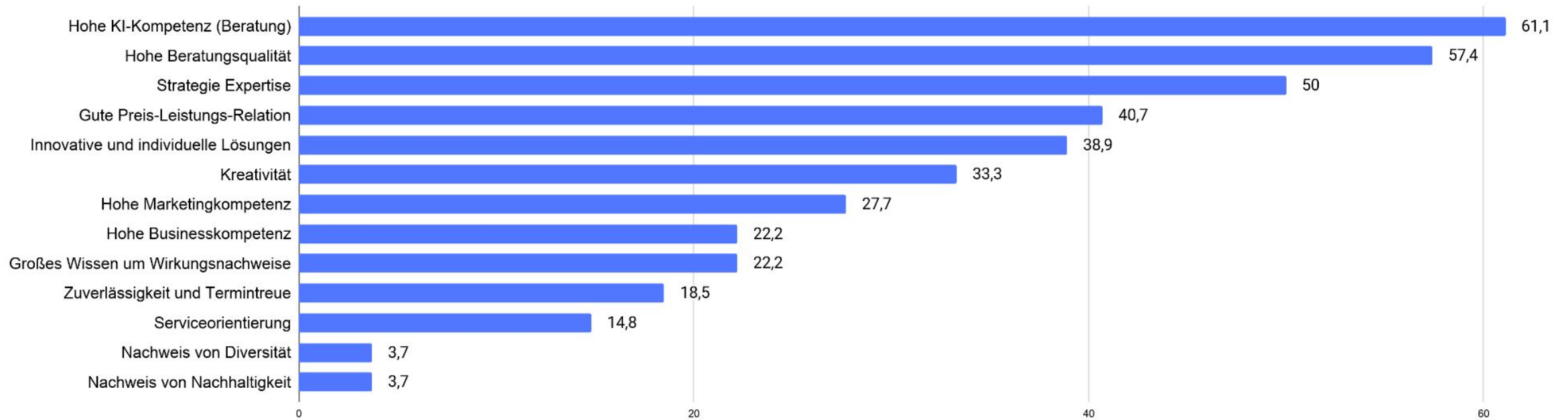
Auf welcher hierarchischen Ebene im Unternehmen **befinden sich in der Regel tatsächlich Ihre** Hauptansprechpartner*innen auf Kundenseite?



58 Prozent der befragten Agenturen wünschen sich CMOs als Hauptansprechpartner*innen, doch nur bei 31 Prozent ist dies auch der Fall.

Kunden fordern KI-Kompetenz und Beratungsqualität

Welche Forderungen und Erwartungen Ihrer Kund*innen an Sie und Ihre Agenturleistungen nehmen aktuell am stärksten zu? (Angaben in Prozent)



KI-Kompetenz führt die Liste der Kundenwünsche an Agenturen an (61,1 Prozent), Forderungen an **Diversität und Nachhaltigkeit nehmen nicht mehr zu** (je 3,7 Prozent).

Vielen Dank

Ansprechpartnerin

Anja Sturm

Leiterin Kommunikation | Pressesprecherin

Tel: 069 / 256008-29
anja.sturm@gwa.de

