

Mediapreise im Steigen begriffen

Die neue IGMA-Inflationsprognose mit Stand April 2016 ist da. Und ein Ausblick für 2017

Die aktuelle Veröffentlichung der Interessensgemeinschaft der Media Agenturen (IGMA) bietet eine Markteinschätzung für 2016 und eine erste Prognose für 2017. Diesmal wurde aufgrund der jüngst bekannt gewordenen Unregelmäßigkeiten im Radiotest auf die Berechnung für Radio verzichtet.

Radio findet in der Darstellung wieder Platz, sobald die Berechnungen auf dem korrigierten Datenbestand basieren. Für TV (im laufenden Jahr plus 4,7 Prozent) wird für 2017 eine Inflation von 4,1 Prozent prognostiziert, da die Nachfrage in TV weiterhin hoch ist. Die Tageszeitungen steigen um 2,2

Prozent für 2016. Der erste Ausblick für 2017 wird mit einem Plus von 2,4 Prozent vorausgesagt. Magazine wechseln seit der letzten IGMA-Inflationsveröffentlichung von einer Deflation in eine Inflationssteigerung von plus 2,1 Prozent für 2016 beziehungsweise 1,8 Prozent für 2017. Digital (Display) ist mit minus 3,9 Prozent deutlich unter der Nulllinie und in der aktuellen Veröffentlichung die einzige Ausweitung im negativen Bereich (Ausblick 2017 minus 0,7 Prozent). Digital (Video) weist eine Inflation von plus 1,1 Prozent auf, mit stagnierendem Ausblick von plus 0,3 Prozent für 2017. Out of Home verzeichnet eine Inflationsrate von plus 1,2 Prozent (Ausblick 2017 plus 1,6 Prozent).

an

IGMA-Inflationsdaten



Quelle: IGMA; Basis: Rückmeldungen von 18 IGMA-Agenturen; Stand April 2016 (Mittelwert)