

Warum die Inflationsprognose der Media-Agenturen deutlich sinkt

Von **Horizont Redaktion**

Freitag, 12. Dezember 2025



Bei welchen Mediengattungen die Inflation dieses Jahr geringer ausfallen soll als erwartet. HORIZONT mit den aktuellen IGMA-Zahlen.

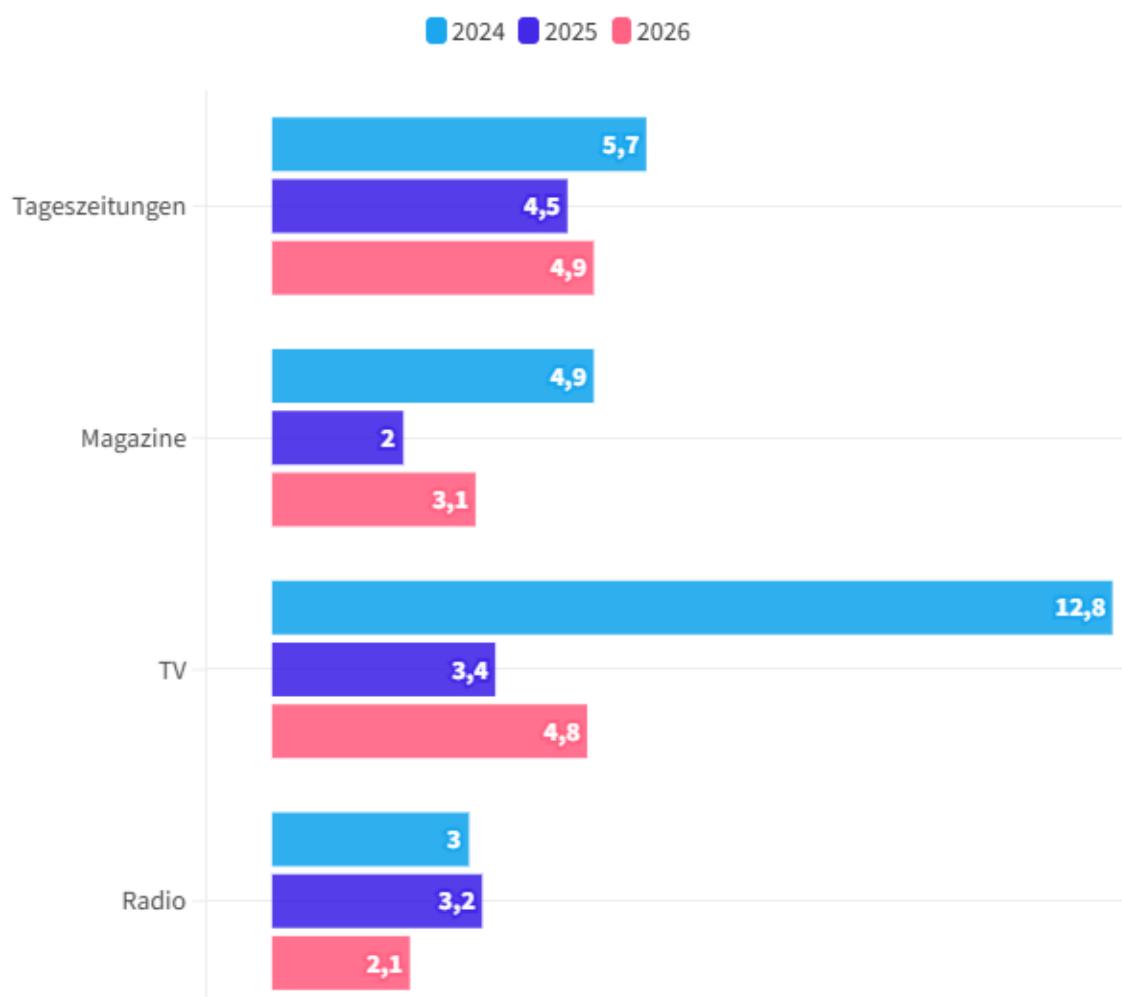
Die Interessengemeinschaft der Media Agenturen (IGMA) hat ihre neue Inflationsprognose mit Stand November 2025 veröffentlicht. Die Inflation für 2025 wird nun mit 3,4 Prozent prognostiziert und liegt damit deutlich unter der Juli-Schätzung von 5,5 Prozent. Die Daten wurden auf Basis von 18 Agenturen berechnet und stellen eine Preis-Leistungsinflation (nach TKP) dar.

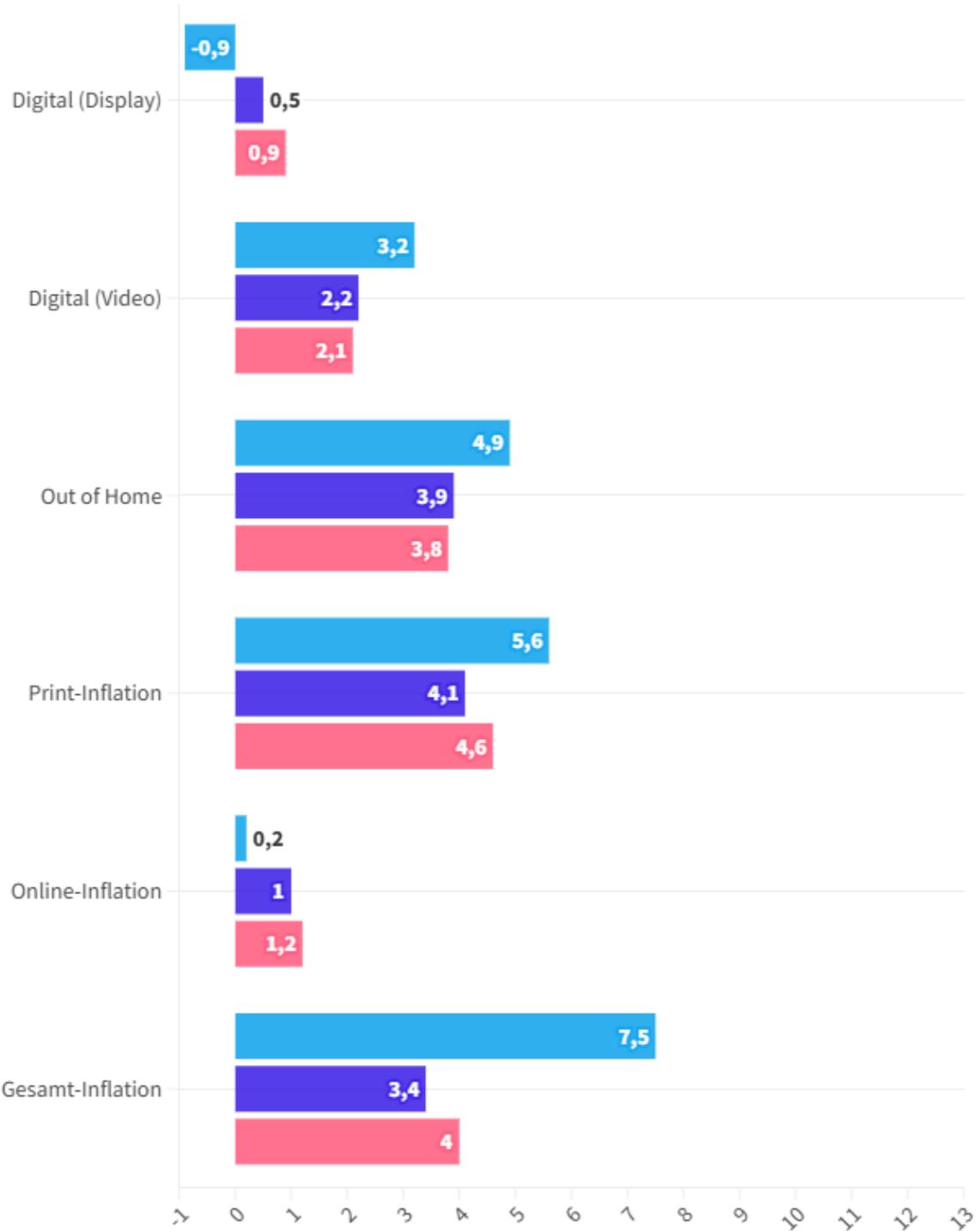
Haupttreiber der Korrektur sind TV und Radio: Die Inflationsprognose für TV fiel von 7,3 Prozent auf 3,4 Prozent, für Radio von 9,2 Prozent auf 3,2 Prozent. Bei Print zeigt sich vor allem bei Magazinen ein Rückgang von 3,7 Prozent auf 2,0 Prozent, während Tageszeitungen stabil bei 4,5 Prozent bleiben.

Inflation nach Mediengattungen

Stand November 2025, Einschätzung der Interessengemeinschaft Mediaagenturen.

Angaben in Prozent





Quelle: IGMA • Rückmeldungen von 18 IGMA-Agenturen

Insgesamt spiegeln die neuen Prognosen eine deutlich abgeschwächte Teuerung im Vergleich zur Juli-Vorhersage wider, wobei die stärksten Einflüsse von den klassischen Medien, TV und Radio ausgehen. Auch für die Gesamtinflation 2026 wurde die Erwartung von 5,3 Prozent auf 4,0 Prozent nach unten korrigiert.

Out of Home

Der aktuell veröffentlichte Wert der OOH-Inflation von 3,9 Prozent reflektiert die Preis-Leistungs-Entwicklung der beiden wichtigsten Anbieter für 2025. Seit 2023 umfasst die Messung im Out of Home-Bereich nicht nur das klassische 24-Bogen-Format, sondern auch City Light sowie ausgewählte digitale OOH-Formate.

Auch für 2026 wird von den 18 Agenturen eine ähnliche OOH-Inflationsrate von 3,8 Prozent prognostiziert. Die ausständige Preisliste eines Big Players, zum Zeitpunkt der Schätzung, ist allerdings noch eine unbekannte Variable für die 2026 Prognose

Online

Im Digitalbereich zeigt sich weiterhin für Video eine größere Preisdynamik als für Display, die auch 2026 so eingeschätzt wird.

TV

Deutliche Entspannung im Markt Statt der ursprünglich erwarteten 11,7 Prozent liegt die TV-Inflation für 2025 aktuell bei lediglich 3,4 Prozent. Diese Entwicklung markiert eine klare Entspannung im Markt. Ausschlaggebend dafür sind die bereits erfolgten Preisanpassungen sowie die stabilisierende Wirkung des TT 2.0.

Zudem hat das starke Abschneiden der Sender im Herbst maßgeblich zu diesem Ergebnis beigetragen.

Hörfunk

Radio entwickelt sich insgesamt positiv. In der ZG der 14-49-jährigen sind die Reichweiten der landesweiten, privaten Sender und von FM4 im laufenden Jahr deutlich gestiegen. Einzig Ö3 hat wieder etwas verloren.

In Summe wird Radio im Vergleich zum Vorjahr teurer bei einer Inflation von 3,2 Prozent.

Print

Für das Jahr 2025 wird im Printbereich eine Gesamtinflation von 4,1 Prozent verzeichnet. Die aktuellen Daten bestätigen, dass sich die Preisentwicklung im Printsegment etwas beruhigt hat, aber Print weiterhin ein relevanter Kostentreiber im Mediamix ist. Tageszeitungen verzeichnen 2025 eine Inflationsrate von 4,5 Prozent.

Nach dem starken Vorjahr (5,7 Prozent) deutet dies auf eine gewisse Stabilisierung hin, jedoch bleibt die Teuerung vor allem aufgrund rückläufiger Reichweiten und gestiegener Produktionskosten strukturell bestehen. Für 2026 wird erneut ein steigender Trend erwartet (4,9 Prozent). Bei Magazinen zeigt sich 2025 mit einer Inflationsrate in Höhe von 2,0 Prozent ebenso Entspannung gegenüber 2024 (4,9 Prozent). Allerdings ist auch hier für 2026 eine steigende Inflationsrate (3,1 Prozent) prognostiziert. Hauptgrund für diese Entwicklung sind die sinkenden Reichweiten vieler Printtitel in Österreich.