

# Inflation bei Werbung zieht deutlich an

Von Horizont Redaktion

Mittwoch, 22. Dezember 2021



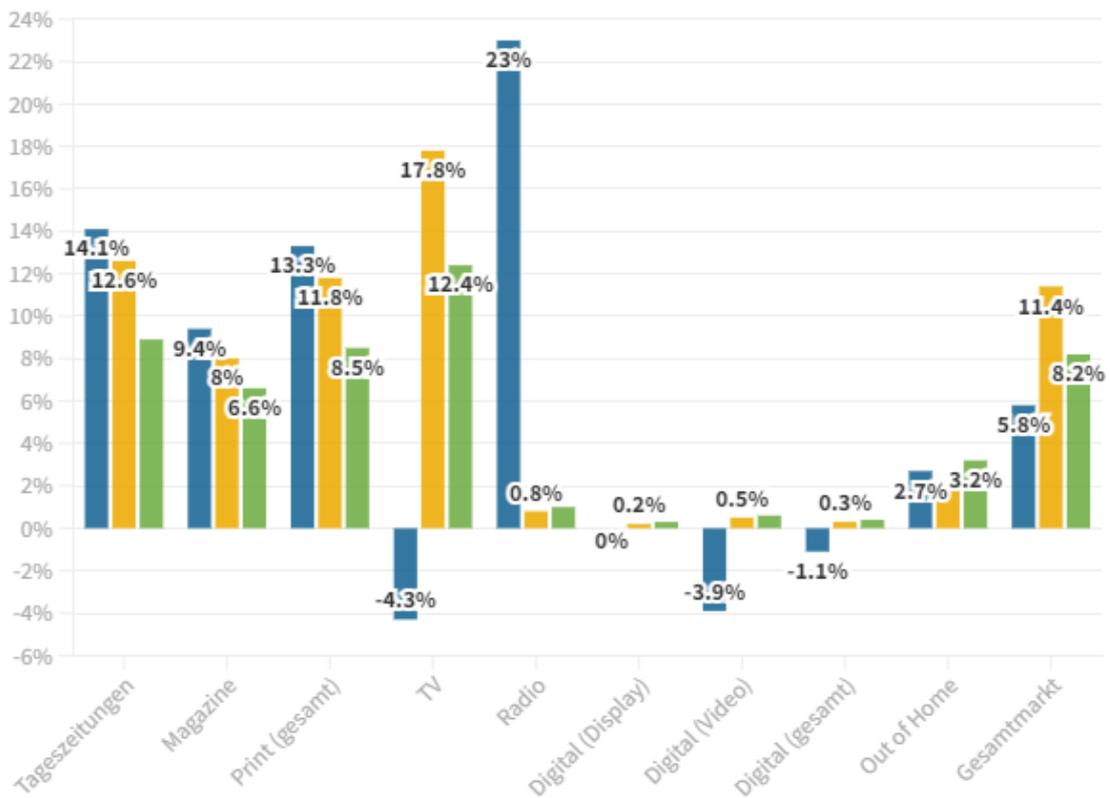
## **Inflation am Gesamtmarkt beträgt heuer 11,4 Prozent. Teuerung der Werbefläche vor allem in TV und Print.**

11,4 Prozent Inflation für 2021 attestiert die Interessensgemeinschaft der Media Agenturen, kurz IGMA, für den Gesamtmarkt. Kommendes Jahr soll der Wert auf 8,2 Prozent sinken. Als Treiber der Teuerung nennt der Report einerseits das Fernsehen, wo "starke Reichweiteneinbrüche" ab Mai auch ins nächste Jahr mitgenommen würden. "Es wird nicht davon ausgegangen, dass sich die Reichweiten-Niveaus auf ein Vor-Corona-Level zurück bewegen werden", so die IGMA.

Andererseits treibt der Printmarkt die nach oben revidierte Inflation, hier sind sinkende Leserzahlen der Grund für die Neubewertung und hohe Inflation. Noch im Mai war man von einer Inflation von nur 3,5 Prozent ausgegangen. Die IGMA veröffentlicht ihre Inflationsprognose mit Stand November 2021. Dabei handelt es sich um eine Expost Betrachtung für 2020, eine Markteinschätzung für 2021, sowie eine Prognose für 2022 aus heutiger Sicht. Die Daten wurden auf Basis von 17 Agenturen berechnet.

# IGMA-Inflationsdaten (Stand: November 2021)

■ 2020 ■ 2021 ■ 2022



Quelle: IGMA; Grafik: HORIZONT

## **Außenwerbung: beeinflusst durch neue Messung**

Durch den angekündigten Launch der Außenwerbestudie "OSA neu" im zweiten Quartal 2022 rechnet die IGMA mit einer erhöhten Inflation ab diesem Zeitpunkt. Die neue Messung soll mittels granularerer Datenbasis deutlich verfeinert werden. "Sowohl die Stellenbewertungen also auch die Frequenzdaten wurden mittels neuer Methode erhoben und mathematisch verknüpft, was sich 2022 in neuen Leistungsdaten und folglich auch in den Kosten widerspiegeln wird", so die IGMA.

## **Digital: Preisveränderung moderat**

Im Digitalbereich orten die Experten 2021 nur moderate Preisverschiebungen von 0,2 Prozent für Display und 0,5 Prozent für Videowerbung. 2022 verhalte sich aus aktueller Sicht sehr ähnlich. "Mit Spannung erwartet werden die ersten veröffentlichten Zahlen der neu ausgestalteten ÖWA Plus, welche in Zukunft die Marktwährung für österreichische Anbieter darstellen soll", heißt es von der IGMA.

## **TV: hohe Inflation**

Im Jahr 2022 rechnen die Experten mit einem größeren Reichweitenverlust, begründet in den Coronabedingt höheren Reichweiten im Jahr 2021. In Kombination mit den erhöhten Preisen im Jahr 2022 ergibt sich eine zweistellige Inflation.

## **Radio: Stabile Preislage**

Die IGMA attestiert Radio mit 0,8 Prozent eine stabile Entwicklung, die sich 2022 mit einer Inflation von einem Prozent fortsetzen soll.

## **Print: Verteuerung der TKP**

2021 sieht die IGMA im Bereich der Tageszeitungen eine Inflation von 12,6 Prozent, bei den Magazinen sind es acht Prozent. "Dies ist in beiden Fällen trotz relativ stabilem Pricing versus 2020 über die Reichweitenrückgänge zu erklären, die in Summe zu einer starken Verteuerung der TKPs geführt haben", so die IGMA. Auch für das Jahr 2022 wird nochmals eine relativ hohe Inflation von 8,9 Prozent bei den Tageszeitungen bzw. 6,6 Prozent bei den Magazinen erwartet.