

STAND NOVEMBER

IGMA-Inflation: Vorschau und Ex-Post

Von Horizont Redaktion (mailto:red_horizont@manstein.at)

Freitag, 18. Dezember 2020

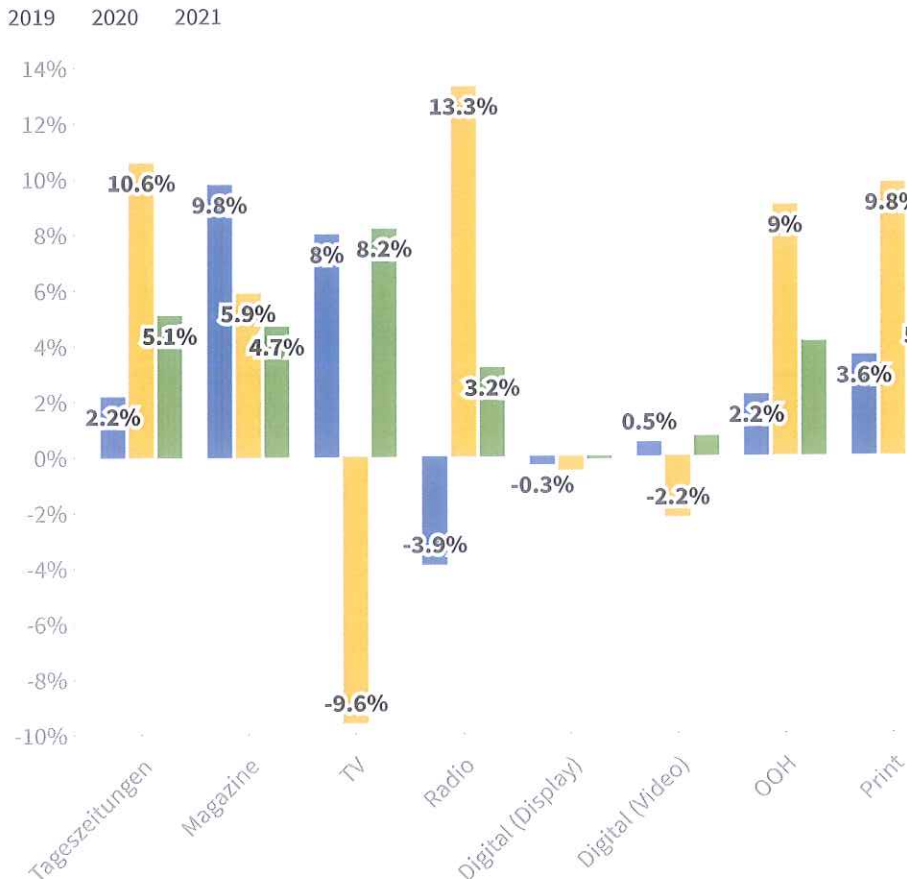


(/news/media/7/Inflation--62517.jpeg)

Für 2020 zeigt sich eine Inflation von 2,6 Prozent und im Folgejahr von 5,5 Prozent. Im Durchschnitt betrachtet ist die Inflationseinschätzung im Vergleich zur Juli-Schätzung aber gleichgeblieben.

Bei der aktuellen Inflationsprognose des Vereins Interessensgemeinschaft der Media Agenturen mit Stand November handelt es sich um eine Ex-post-Betrachtung für 2019, eine valide Markteinschätzung 2020, sowie eine Prognose für 2021 aus heutiger Sicht. Die Daten wurden auf Basis von 19 Agenturen berechnet. Corona-bedingt und gemäß den damit einhergehenden Marktentwicklungen wurden im Vergleich zur Schätzung im Juli noch einige markante Korrekturen, speziell in den Mediengattungen TV, Print und Radio vorgenommen.

IGMA-Inflationsdaten (Stand: November 2020; inkl Corona)



Quelle: IGMA; Grafik: HORIZONT

🌸 A Flourish chart (https://public.flourish.studio/visualisation/4705130/?utm_source=showcase&utm_campaign=visualisation/4705130)

Out-of-Home

Diverse Mobilitätsdaten haben für 2020 teilweise starke Rückgänge im Bewegungsverhalten der Österreicher ausgewiesen. Im zweiten Lockdown im November fielen die aber weniger stark aus als im Frühjahr, weshalb die IGMA weiterhin von neun Prozent OOH-Inflation ausgeht. Für 2021 rechnet sie zu Beginn des Jahres mit anhaltenden Einschränkungen, die auf das Bewegungsprofil wirken können und erhöhen deswegen die Inflationsschätzung für 2021 auf 4,1 Prozent.

Online

Die starke Nutzung hält weiter an. Digital Display (-0,5 Prozent) als auch Digital Video (-2,2 Prozent) bewegen sich im Minusbereich. Gesamt setzt sich die Deflation von 2019 fort (2020: -0,9 Prozent vs. 2019: -0,1 Prozent). Für nächstes Jahr wird mit einem leichten Preisanstieg gerechnet (0,1 Prozent).

TV

Aufgrund der geänderten TV-Nutzung im außergewöhnlichen Jahr 2020 ergibt sich eine TV-Deflation von fast 10 Prozent. In der Phase des 1. Lockdowns im Frühjahr 2020 wurden die höchsten jemals gemessenen TV- Reichweiten erzielt, die sich später auch nicht mehr wiederholten. Daher mache es Sinn, diesen Zeitraum (Mitte März-Mitte Mai) aus der Jahresbetrachtung auszuschließen. Im Vergleich zu anderen Medien ist dieses Vorgehen bei TV aufgrund der Datenlage möglich. Daher findet man neben den Werten für das Gesamtjahr auch noch zusätzliche Werte für das Jahr 2020 exklusive des Lockdown-Zeitraums im Frühjahr. Selbst bei Ausschluss der beiden Lockdown-Monate sank der TKP im TV um ca. zwei Prozent. Für 2021 geht man von einer Stabilisierung des Marktes aus, daher erreichen die prognostizierten Werte 2021 ein ähnliches Niveau wie 2019.

Hörfunk

Selbstverständlich ging Covid-19 auch an Hörfunk nicht spurlos vorbei und so zeigt sich im Hörfunk 2020 eine Inflation von 13,3 Prozent. Diese Inflation resultiert aus den stark erhöhten TV-Reichweiten während der Corona-Zeit, die sich auf die HF-Nutzung niederschlug. Daneben lag das Preisniveau auch etwas höher als im Vorjahr. Da sich die Preise für 2021 kaum verändern, sieht die IGMA für 2021 eine Inflation von ca.3,2 Prozent.

Print

Der Ausblick 2020 zeigt eine Inflation für Print gesamt 9,8 Prozent im Vergleich zu 2019. Die Erhöhung der TKPs zeigt sich sowohl bei Tageszeitungen als auch bei Magazinen. Insgesamt macht die Magazininflation 5,9 Prozent aus. Für Tageszeitungen zeigt die Prognose einen Wert von 10,6 Prozent. Geschuldet sind diese Werte den sinkenden Reichweiten bei gleichzeitiger Anhebung der Tarifpreise im Jahr 2020. Für das Jahr 2021 wird eine Printinflation von fünf Prozent prognostiziert.