



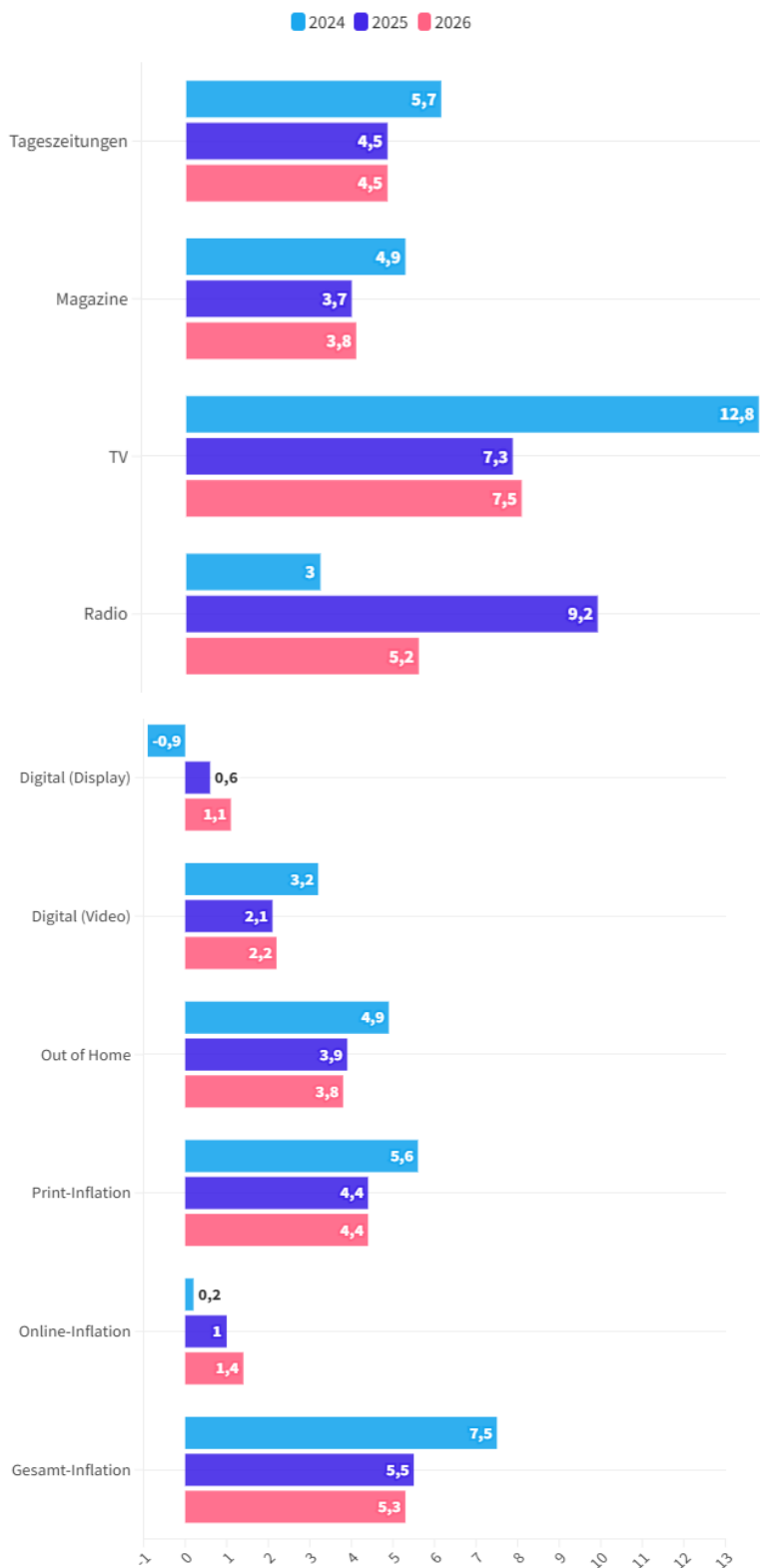
**Wie die Mediengattungen bisher abschlossen haben und wie sie sich in diesem und im nächsten Jahr entwickeln. HORIZONT mit den aktuellen IGMA-Zahlen.**

Die Interessensgemeinschaft der Media Agenturen (IGMA) hat ihre neue Inflationsprognose mit Stand Juli 2025 veröffentlicht. Für das Jahr 2025 wird die IGMA-Inflation für den Gesamtmarkt mit 5,5 Prozent prognostiziert. Im Vergleich zur Februar-Schätzung fällt die Teuerung damit um einen Prozentpunkt niedriger aus. Auch für 2026 wurde die Erwartung nach unten korrigiert – von ursprünglich 6,0 Prozent auf nunmehr 5,3 Prozent.

## Inflation nach Mediengattungen

Stand Juli 2025, Einschätzung der Interessensgemeinschaft Mediaagenturen.

Angaben in Prozent



Quelle: IGMA • Rückmeldungen von 18 IGMA-Agenturen

Ausschlaggebend für die gesunkene Inflationsprognose ist vor allem die Mediengattung **TV**, deren Wert für 2025 um 4,4 Prozentpunkte deutlich reduziert wurde. Im Februar 2025 ist die IGMA noch von einer deutlich höheren TV-Inflation für das Jahr 2025 ausgegangen und hat diese mit 11,7 Prozent prognostiziert. Die aktuelle Entwicklung zeige jedoch, dass die Preissteigerungen mit 7,3 Prozent deutlich moderater ausfallen und sich der Trend einer Entspannung bestätigt. Wesentliche Gründe dafür seien die Nachwirkungen der bereits erfolgten Preisanpassungen sowie die stabilisierende Wirkung des TT 2.0, die für zusätzliche Marktberuhigung sorgte, so die IGMA.

Auch bei **Print** (von 3,1 auf 4,4 Prozent) gab es spürbare Anpassungen gegenüber der Februar-Prognose. Diese Entwicklung sei sowohl auf die Teuerung bei Magazinen als auch bei Tageszeitungen zurückzuführen. Auch die Prognosen für die kommenden Jahre deuten auf eine Fortsetzung dieses Trends hin. Sowohl bei Magazinen als auch bei Tageszeitungen werde weiterhin mit einer leichten, aber kontinuierlichen Preissteigerung gerechnet. Besonders Tageszeitungen werden laut aktuellen Schätzungen im Jahr 2025 sowie im Jahr 2026 jeweils eine Inflationsrate von 4,5 Prozent aufweisen. Für Magazine wird eine Inflation von 3,7 Prozent im laufenden Jahr und 3,8 Prozent im Jahr 2026 prognostiziert. Diese Entwicklungen seien insbesondere auf die rückläufigen Reichweiten vieler Printtitel in Österreich zurückzuführen.

Die **Radiopreise** wurden für 2025 schon angepasst, die Reichweiten für 2025 standen zum Zeitpunkt der IGMA-Schätzungen noch nicht zur Verfügung. Somit zeigt sich für Radio eine reine Preisinflation, die mit 9,2 Prozent hoch ist. Wenn man aber die Reichweitenentwicklungen 2025 berücksichtigt, werde sich diese Schätzung aber wieder relativieren, weil 2025 auch mit einer Erhöhung der Reichweiten zu rechnen ist, heißt es von Seiten der IGMA. Beides, die Preiserhöhung und auch die Reichweiterhöhung, werden stärker der RMS zugeordnet und nicht anderen Sendern.

Die Inflation im **digitalen Bereich** zeigt sich derzeit unterschiedlich: Während sich Onlinepreise tendenziell stabilisieren und sogar leicht rückläufig sein könnten, bleibt Bewegtbild ein Segment mit anhaltendem Aufwärtstrend. Ursache dafür seien zum einen technologische Fortschritte und Skaleneffekte, die Onlinekostendämpfen, zum anderen aber auch die hohe Nachfrage nach Video und die Knappheit an Premium-Inventaren, die Preiserhöhungen begünstigen. Insgesamt deutet sich eine Konsolidierung an: Online bewege sich in Richtung Effizienz und Balance, Video bleibt dagegen ein Umfeld mit spürbarer Preisdynamik.

Der aktuell veröffentlichte Wert der **OOH**-Inflation von 3,9 Prozent reflektiere 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. Die OOH- Inflationseentwicklung ist im Vergleich zu den anderen Medien die zweitniedrigste hinter digital. Auch für 2026 wird von den 18 Agenturen der IGMA eine ähnliche OOH-Inflationsrate von 3,8 Prozent prognostiziert.