

IGMA: steigende Mediainflation

Mit 5,4 Prozent übertrifft der Wert der Gesamtinflation das Ergebnis des Vorjahres und auch seine Prognosen. Den größten Anstieg verzeichnet die Videoinflation.

Bericht von Sarah Wagner

Passend zum Jahresabschluss veröffentlicht die Interessensgemeinschaft der Mediaagenturen (IGMA) wieder ihre Zahlen zur aktuellen Inflationsentwicklung der österreichischen Medien, mit einer Gesamtinflation von 5,4 Prozent, die so bereits im Sommer 2018 prognostiziert worden war. Im Dezember 2017 betrug die Gesamtinflation noch 3,3 Prozent, für das kommende Jahr wurden lediglich 4,3 Prozent kalkuliert. „Der Anstieg entsteht hauptsächlich aus der Entwicklung der Print- und Radio-Reichweiten, für die mit Herbst

bereits Daten für 2018 zur Verfügung stehen“, heißt es vonseiten der IGMA. Für das kommende Jahr wird ein Nachlass der Gesamtinflation auf 4,9 Prozent geschätzt. Die Zahlen beruhen auf Rückmeldungen von 18 IGMA-Mitgliedern.

Die Printinflation hat ebenfalls abgenommen und beläuft sich für 2018 auf 5,8 Prozent (2017: 6,3 Prozent), was laut IGMA durchaus im Durchschnitt der letzten Jahre liegt. Dabei bleibt die Inflation der Tageszeitungen mit 6,0 Prozent fast gleich mit dem Vorjahreswert (6,4 Prozent). Für Magazine ist die Inflationsrate von 5,9 Prozent auf 4,7 Prozent gesunken.

Während die Online-Inflation sich im Vorjahr noch im Minusbereich bewegte, beträgt sie 2018 wieder 3,0 Prozent. Den Grund dafür sieht die IGMA in einer Zweiteilung des Online-Marktes: „Während die Preise für Display leicht zurückgehen, sieht die IGMA eine Preissteigerung im Videobereich, was auf stetig steigende Nachfrage und dementsprechende Preispolitik der Vermarkter zurückzuführen ist.“ In diesem Sinne zeigt sich bei Online-Display ein Wert von -0,7 Prozent – eine Steigerung im Vorjahresvergleich, jedoch wird für 2019 ein Rückgang auf 1,5 Prozent erwartet. Die Inflation für Online-Video befindet sich mit 10,7 Prozent auf einem Höchstwert, auch im Vergleich zu den Studienergebnissen in den restlichen Bereichen. Ein rasanter Anstieg, betrug die Video-Inflation 2017 noch 3,5 Prozent. Dass sich dieser Wert halten kann, vermutet die IGMA nicht: Für 2019 wird die Inflationsrate auf 6,5 Prozent eingeschätzt. Einen ebenfalls vergleichsmäßig hohen Anstieg kann auch für die TV-Inflation verzeichnet werden: Mit 5,5 Prozent ist diese seit 2017 von 0,8 Prozent um fast fünf Prozentpunkte gestiegen. Für 2019 wird eine weitere Inflation auf 6,4 Prozent erwartet. Mit 9,4 Prozent verzeichnet Radio ebenfalls einen Spitzenwert und eine ähnlich große Steigerung wie TV (2017: 5,6 Prozent). Für das kommende Jahr wird aber auch hier eine rasante Abnahme auf 4,1 Prozent einkalkuliert. Mit 1,9 Prozent weist schließlich Out-of-Home „eine traditionell niedrige Inflationsrate aus“.

IGMA-INFLATIONSDATEN SAMT PROGNOSE 2019

Stand: November 2018; Basis: Rückmeldungen von 18 IGMA-Agenturen

