

# So entwickelt sich die Inflation bei den einzelnen Medien

Von Horizont Redaktion

Freitag, 28. Juli 2023



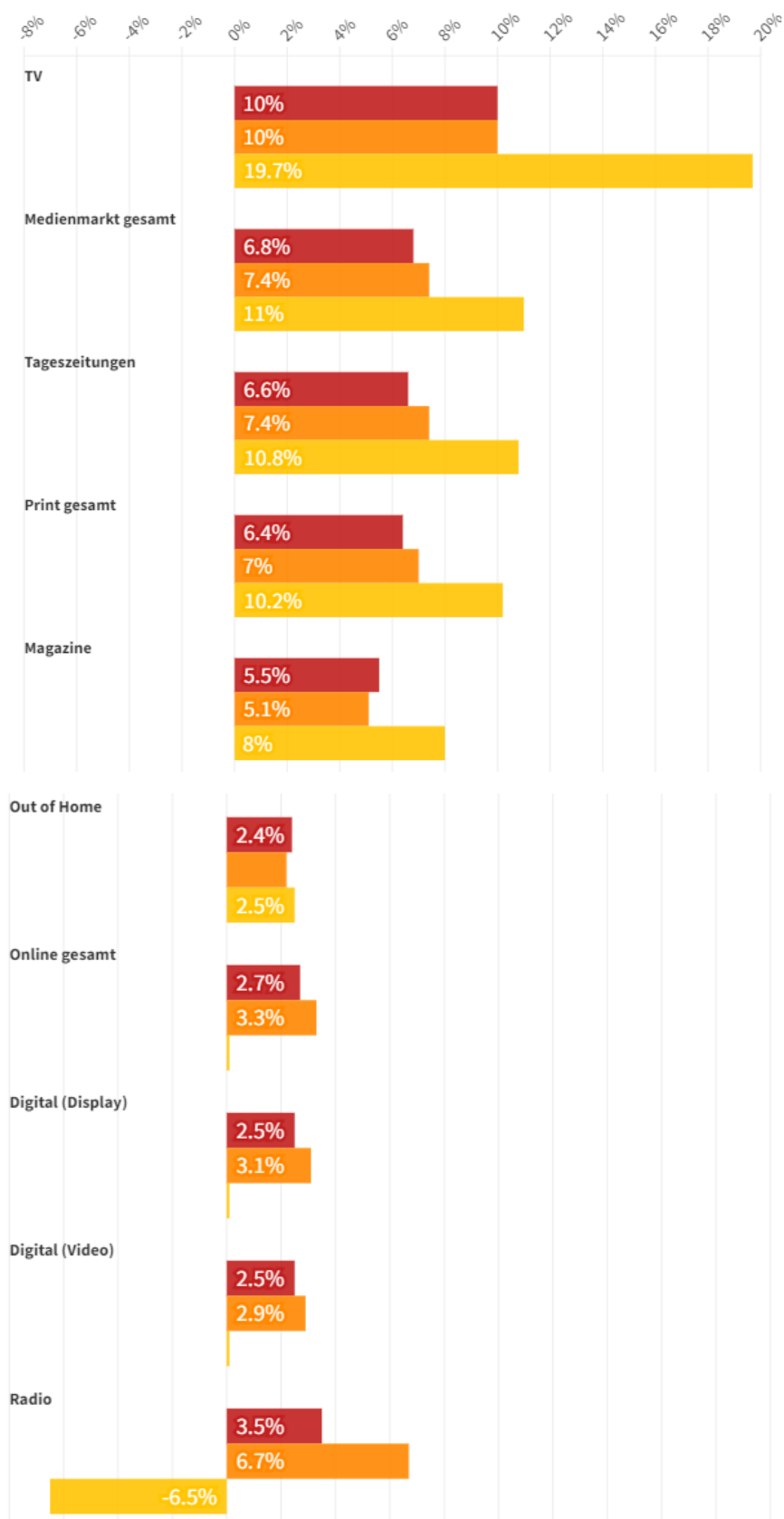
An sich zurückgehend, aber weiterhin hohe Werte zeigen die Inflationsdaten für die jeweiligen Mediengattungen von TV über Print bis Online. HORIZONT hat die Daten visualisiert und zeigt die Einschätzung der Expert:innen der IGMA.

Die heimischen Mediaagenturen gehen in ihrer schon traditionellen IGMA-Inflation für das aktuelle Jahr von einer weiterhin hohen Inflation aus. Diese liegt laut aktuellster Einschätzung bei 7,4 Prozent über den Gesamtmarkt hinweg und wurde damit aber im Vergleich zum Februar um 1,6 Prozentpunkte nach unten korrigiert. Das liege vor allem daran, dass TV-Reichweiten im ersten Halbjahr weniger stark rückläufig waren als erwartet wurde. Neben dem Fernsehen sind vor allem Print und Radio die größten Inflationstreiber für das Jahr 2023.

## Inflation nach Mediengattungen

Stand Juli 2023, Einschätzung der Interessensgemeinschaft Mediaagenturen

Jahre ■ 2024 ■ 2023 ■ 2022



Quelle: IGMA

*Die IGMA veröffentlicht ihre neue Inflationsprognose mit Stand Juli 2023. Es handelt sich hierbei um eine Expost Betrachtung für 2022, eine valide Markteinschätzung 2023, sowie eine Prognose für 2024 aus heutiger Sicht. Die Daten wurden auf Basis von 17 Agenturen berechnet.*

## **DIE EINSCHÄTZUNG DER IGMA FÜR DIE EINZELNEN GATTUNGEN**

---

### **Out of Home**

Seit der letzten Einschätzung im Frühjahr hat sich leider bezüglich der OOH-Datenlage immer noch nichts getan und deshalb beruht die Berechnung des OOH-Inflationswerts immer noch auf einer reinen Preis-Entwicklung von 2022 auf 2023. Damit bleiben die berechneten Werte für diese Jahre auf dem gleichen Niveau. Nur bei der Agentureinschätzung für 2024 wird jetzt von einer etwas geringeren Inflation im Outdoorbereich ausgegangen.

### **Online**

Im Digitalbereich geht die aktuelle Schätzung für 2023 von einer Inflation von 3,1% für Display und 2,9% für Video aus. Für das Jahr 2024 wird mit einem weiteren Anstieg gerechnet, jedoch auf geringerem Niveau.

### **TV**

Wiewohl die Inflation in den ersten Monaten (auch aufgrund des eher verregneten Frühlings) eher moderat ausfiel, erwarten wir, aufgrund der bereits vorliegenden Preise sowie der aktuellen Leistungswerte, ein spürbares Anziehen der Teuerung in der 2. Jahreshälfte. Die von den Agenturen erwartete Gesamtinflation liegt somit bei 10% für das Gesamtjahr 2023.

### **Hörfunk**

Radio wurde 2022 im Schnitt günstiger. Die Tarife der meisten Sender sind gestiegen, da aber die Reichweiten noch stärker gestiegen sind, ergibt sich ein Minus von 6,5% im Jahresvergleich. Für 2023 sind bisher nur die Tarifänderungen bekannt. Alle Sender haben ihre Tarife deutlich erhöht und reagieren somit auf Reichweitensteigerungen des Vorjahrs. Eine Kostensteigerung von 6,7% wird somit nur über Tarifänderungen vorhergesagt.

### **Print**

Da wir sowohl bei den Tageszeitungen als auch bei den Magazinen weiterhin von sinkenden Reichweiten ausgehen, jedoch weiter auf stabile Seitenpreise hoffen, prognostizieren wir auch für 2023 einer relativ hohe, aber weiter einstelligen Inflation bei Print, nämlich 7,4% bei den Tageszeitungen und 5,1% bei den Magazinen. Wir rechnen auch nächstes Jahr mit einer ähnlichen Entwicklung und schätzen die Inflation mit 6,6% (Tageszeitungen) bzw. 5,5% (Magazinen).