



Teuerung bei Medien weiterhin hoch

Reichweitsituation bei Fernsehen und Print hält die Inflationswerte bei Werbebuchungen – auch für 2024 – hoch. Die Einschätzung der Mediaagenturen.

Nach zuletzt negativen Inflationswerten, also einer Deflation, beim Medium Radio liegt dieses in der Vorschau nun auch wieder bei 2,5 Prozent Inflation. „Sehr positiv entwickelt sich weiterhin Radio“, so die IGMA in ihrer Stellungnahme, und verweist

auf die Zielgruppe der 14-49-Jährigen, wo vor allem die Reichweiten der privaten lokalen Sender und Ö3 angestiegen sind. „FM4 zeigt ebenfalls einen minimalen Anstieg der Reichweite, einzig kronehit hat national etwas an Reichweite verloren. Wir spre-

chen daher im Radio erneut von einer Deflation von 0,6 Prozent für 2023.“ Konstant mit überschaubaren Inflationswerten bei entsprechenden Werbebuchungen performt Out of Home, das sich im Bereich von zwei Prozent einpendelt.

RED

Wenn auch nicht offiziell dazu gekürt, so ist „Inflation“ doch so etwas wie das Unwort des Jahres. 5,4 Prozent betrug sie im November, im rollierenden Jahresschnitt gut acht Prozent – und auch die Werbeinventare der heimischen Medien sind von hohen Teuerungswerten nicht ausgeschlossen, wie die aktuellen Inflationsdaten zeigen. Die Interessensgemeinschaft Media Agenturen weist für den Gesamtmarkt im Jahr 2023 eine Inflation von 8,9 Prozent aus, diese ist damit 1,5 Prozentpunkte im Vergleich zur Schätzung im Juli gestiegen. Für das kommende Jahr werden derzeit 7,7 Prozent am Gesamtmarkt prognostiziert.

Verantwortlich für die Korrektur nach oben seien vor allem die Mediengattungen TV und Print, so die IGMA: „Nach einem guten ersten Halbjahr mit mäßiger Inflation liegen die TV-Reichweiten in der zweiten Jahreshälfte unter den Erwartungen, was in einer Steigerung der diesjährigen TV-Inflation auf 12,2 Prozent resultiert. Für das kommende Jahr wird eine leichte Erholung der Reichweitsituation erwartet und eine TV-Inflation von 9,9 Prozent prognostiziert.“ Auch der Print-Markt ist mit einer schwierigen Reichweitsituation konfrontiert, die Prognose vom Juli musste um vier Prozentpunkte auf elf Prozent Print-Inflation für 2023 angehoben werden. Für das Jahr 2024 wird diese auf 9,2 Prozent geschätzt.

IGMA INFLATIONS DATEN

Stand: November 2023

Angaben in Prozent

Medium	2022	2023	2024
Tageszeitungen	10,8	12,1	9,8
Magazine	8,0	5,4	5,9
TV	19,7	12,2	9,9
Radio	-6,5	-0,6	2,5
Digital (Display)	0,0	3,3	2,9
Digital (Video)	0,0	3,1	2,8
Out of Home	2,5	2,0	2,6
Print-Inflation	10,2	11,0	9,2
Online-Inflation	0,0	3,5	3,1
Gesamt-Inflation	11,0	8,9	7,7

Quelle: IGMA

FLAMINGOS SO WEIT DAS AUGE REICHT

RADIO
FLAMINGO

Jetzt
einschalten!

DEIN SCHLAGERRADIO
FÜR ÖSTERREICH



www.radioflamingo.at