

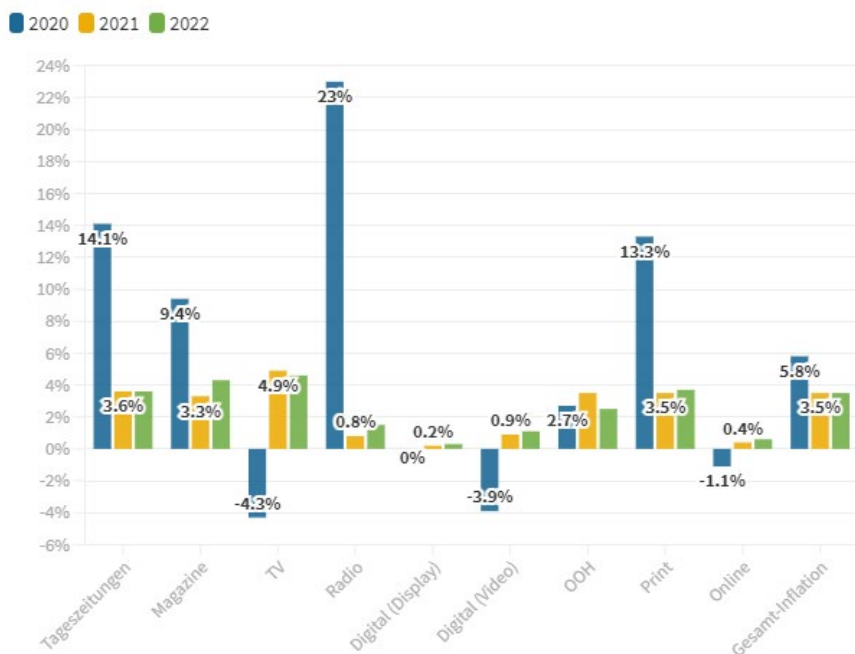
Werbepreis-Gesamtinflation von 3,5 Prozent

Von **Nora Halwax**
Freitag, 07. Mai 2021

Entspannung bei Mediengattungen in Sicht

Auf Datenbasis von 19 Agenturen veröffentlichte die Interessensgemeinschaft der Media Agenturen (IGMA) diese Woche ihre aktuelle Werbepreis-Inflationsprognose. Diese geht für heuer sowie kommendes Jahr jeweils von einer Preissteigerung von 3,5 Prozent aus. Die stärkeren Reichweitereinbrüche bei Print und Radio werden sich demzufolge in den folgenden Jahren nicht fortsetzen, die Reichweiten sollen sich stabilisieren.

IGMA-Inflationsdaten (Stand: April 2021)



Quelle: IGMA; Grafik: HORIZONT/noh

Für 2022 wird daher eine Printinflation von nur noch 3,7 Prozent erwartet; 2021 soll sie bei 3,5 Prozent liegen. Radio kommt heuer mit einer minimalen Inflation von 0,8 Prozent weg, 2022 soll sie auf 1,5 Prozent anwachsen. TV stabilisiert sich; 2022 rechnet man mit einer Inflation von 4,6 Prozent (2021: 4,9 Prozent).

Außenwerbung steht bei einer Prognose von 3,5 Prozent und einer noch „durchwachsenen Situation“. Die wenigsten Inflationsauswirkungen gibt es wie zu erwarten für Online. Liegen diese derzeit bei 0,4 Prozent, so rechnet man kommendes Jahr mit 0,6 Prozent.