

So entwickelt sich die Inflation bei heimischen Mediengattungen

Von Horizont Redaktion

Dienstag, 07. Januar 2025



Sieben Prozent Inflation werden für das Jahr 2024 prognostiziert, 2025 dürfte noch darunter liegen.

Weniger hoch als erwartet dürfte die Inflation bei heimischen Mediengattungen im Jahr 2024 ausgefallen sein. Das geht aus der Inflationsprognose der Interessensgemeinschaft der Media Agenturen (IGMA) hervor. Für das Jahr 2024 wird die Inflation für den Gesamtmarkt auf 7 Prozent prognostiziert. Das sind 2,7 Prozentpunkte weniger als noch bei der Schätzung im Juli. Verantwortlich für die Anpassung nach unten sind vor allem die Mediengattungen Print und TV.

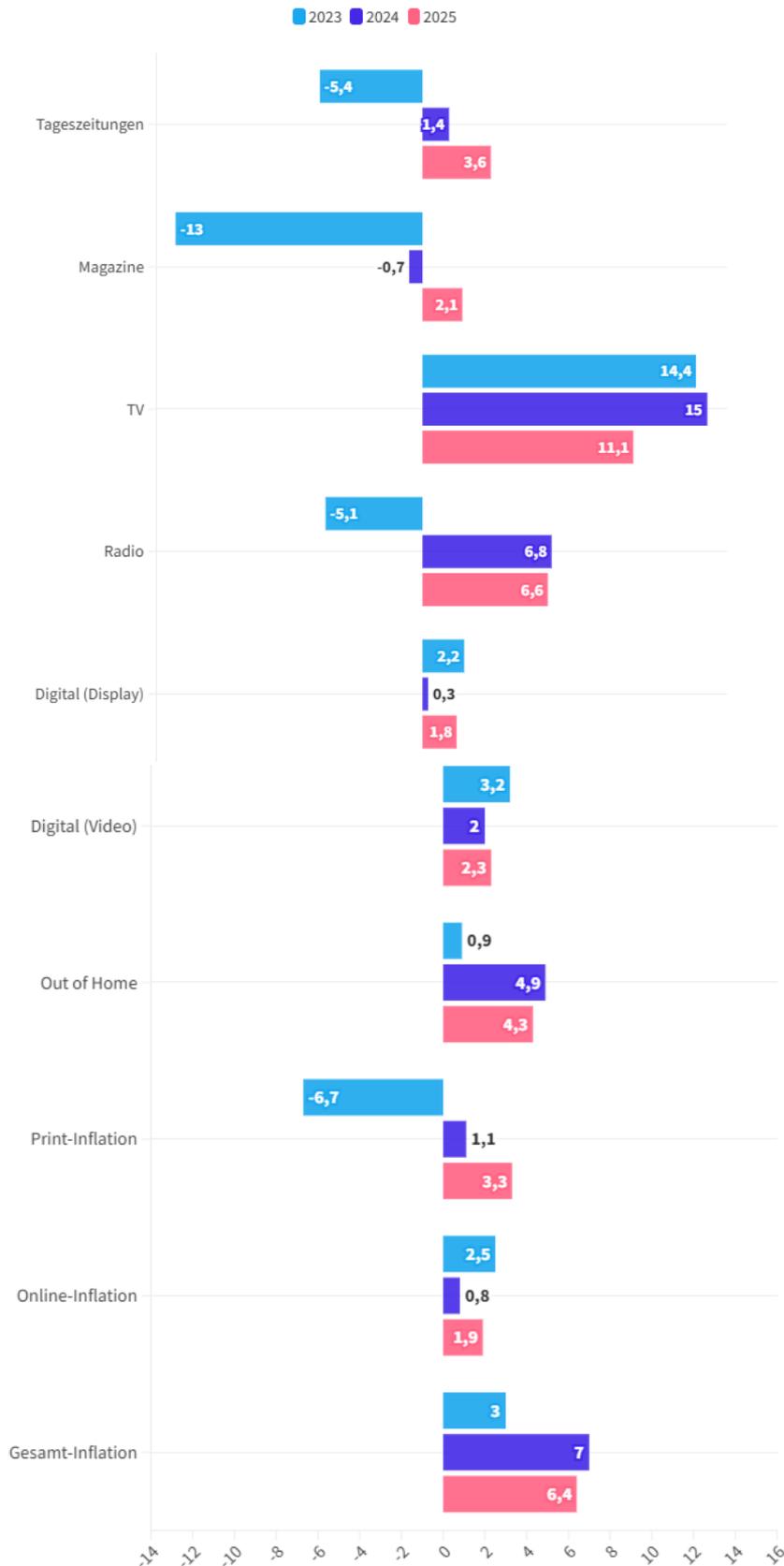
Im Print Bereich resultieren die höheren Reichweiten im Vergleich zum Vorjahr in einer geringeren Inflation. Bei der Mediengattung TV sorgt der Umstieg auf Teletest 2.0 im heurigen September für eine rückläufige Inflation.

Auch für das Jahr 2025 wird der Forecast für die Gesamtinflation leicht nach unten angepasst und wird nun auf 6,4 Prozent prognostiziert.

Inflation nach Mediengattungen

Stand November 2024, Einschätzung der Interessensgemeinschaft Mediaagenturen.

Angaben in Prozent



Quelle: IGMA • Rückmeldungen von 18 IGMA-Agenturen

*A Flourish chart

Die IGMA veröffentlicht ihre neue Inflationsprognose mit Stand November . Es handelt sich hierbei tlw. um eine Expost-Betrachtung für 2023, eine valide Markteinschätzung 2024, sowie eine Prognose für 2025 aus heutiger Sicht. Die Daten wurden auf Basis von 18 Agenturen berechnet.

DIE EINSCHÄTZUNG DER IGM A FÜR DIE EINZELNEN GATTUNGEN

Out of Home

Für OOH werden seit 2023 neben den klassischen Format 24 Bogen auch City Light und ein Teil der digitalen OOH-Formate - Marktanteils,- und Vermarkter gewichtet - abgebildet. Für 2025 liegen zum Berechnungszeitraum leider erst Preise eines Big Player vor. Die zeitgerechte Bereitstellung von Tarifdaten durch alle großen OOH-Marktteilnehmer wäre wichtig, um eine präzise und verlässliche Schätzung der Marktinflation zu gewährleisten. Das ist derzeit leider durch die späte Tarifveröffentlichung nicht gegeben. Der veröffentlichte Wert von 4,9 Prozent OOH-Inflation für 2024 bildet also vorerst nur einen Teil des Marktes ab."

Online

Die Inflation im Digitalbereich ist in den letzten Jahren gestiegen, wird jedoch voraussichtlich zurückgehen bzw. stabil bleiben, wodurch sich das Preisniveau beruhigen dürfte. Wirtschaftliche Unsicherheiten und aktuelle Ereignisse, werden voraussichtlich kaum einen Einfluss darauf haben.

TV

Mit einem Anstieg von 15 Prozent wird die Inflation 2024 knapp über den 14,4 Prozent von 2023 liegen. Der TV-Markt war 2024 mit der Einführung des Teletest 2.0 schwieriger einzuschätzen, daher wurden die Forecasts etwas konservativer vorgenommen. Die im Sommer angenommene Inflation von 17,6 Prozent wird aus heutiger Sicht nicht eintreffen. Der Teletest 2.0, der erst im September eingeführt wurde, kam zu spät, um die hohe Inflation 2024 noch signifikant zu bremsen. Auch für 2025 erwarten wir – nicht zuletzt aufgrund der Preisanpassungen – weiterhin eine Inflation im, wenn auch nun niedrigeren, zweistelligen Bereich.

Hörfunk

Die Reichweiteentwicklung im Hörfunk ist ambivalent. Die RMS konnte wieder weiter zulegen. Die ORF Sender verlieren an Reichweite. Alle sind sich hingegen einig bei der Richtung der Tarifgestaltung. Die 4 großen, nationalen Sender haben die Preise angehoben – auch stärker angehoben als das Reichweitenplus. Daraus resultiert für 2024 eine deutliche Inflation von 6,8 Prozent. Der Ausblick für 2025 ist ähnlich; eine Teuerung von 6,6 Prozent wird erwartet.

Print

Die zur Jahresmitte noch höher antizipierten Gesamtinflationen für Print 2024 flachten zuletzt wieder ab von 6,5 Prozent auf 1,1 Prozent. Vorrangig getrieben durch Tageszeitungen, bei denen sich die Inflationen von 7 Prozent auf 1,4 Prozent verringerten. Bei den Magazinen führte ein stärkerer Anstieg bei den Reichweiten als den Seitenpreisen zu einem geringeren TKP und somit zu einer leichten Deflation von -0,7 Prozent. Trotz Verringerung erwarten wir für 2024 eine Print Inflation von 1,1 Prozent zum Jahresabschluss. Die Prognosen für nächstes Jahr zeigen wieder einem stärkeren Anstieg der Gesamtinflation für Printmedien.