

TV-Preise als Treiber für die Media-Inflation

Von **Horizont Redaktion**

Mittwoch, 19. August 2026



Die TV-Preise treiben mit Stand Juli 2026 die Media-Inflation an.

Die aktuelle IGMA-Schätzung weist für 2026 eine Gesamtinflation von 4,7 % aus und liegt damit spürbar über der Februar-Prognose von 3,7 %. Mit 4,5 % wird auch für 2027 eine Inflation in ähnlicher Größenordnung erwartet.

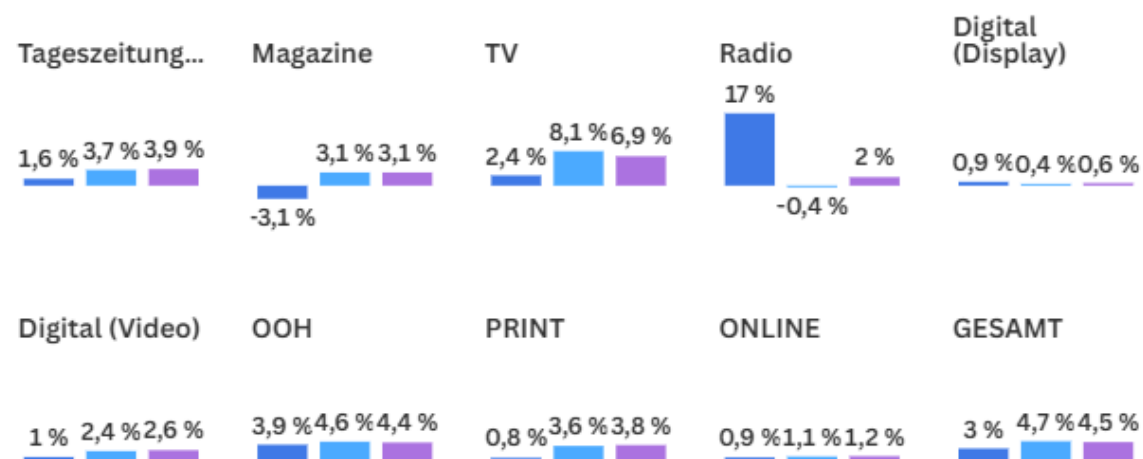
Maßgeblich für den Anstieg der Gesamtinflation ist vor allem die Entwicklung im TV-Bereich. Mit 8,1 % verzeichnet TV 2026 den höchsten Inflationswert aller großen Mediengattungen und liegt damit deutlich über dem Gesamtmarkt. Out of Home bewegt sich mit 4,6 % nahezu auf dem Niveau der Gesamtinflation, während sich die Print-Inflation bei 3,6 % einordnet.

Eine gegenläufige Entwicklung zeigt sich bei Radio. Nach den außergewöhnlich hohen Inflationswerten im Vorjahr wird für 2026 ein Wert von -0,4 % erwartet. Damit weist die Gattung erstmals seit 2023 wieder eine Deflation auf. Im digitalen Bereich bleibt das Bild weitgehend stabil. Die Inflation für Digital Display wird mit 0,4 %, für Digital Video mit 2,4 % prognostiziert. Mit einer Online-Inflation von 1,1 % zählen die digitalen Medien damit weiterhin zu den inflationär vergleichsweise unauffälligen Gattungen.

Inflation nach Mediengattungen

Stand: Juli 2026

■ 2025 ■ 2026 ■ 2027



Basis: Rückmeldungen von 18 IGMA-Agenturen
Preis-Leistungsinflation (nach TKP)

Out of Home

Die aktuell ausgewiesene OOH-Inflation von 4,6 % spiegelt die Preis-Leistungs-Entwicklung der beiden führenden Anbieter für das Jahr 2026 wider. Der große Plakatanteil im OOH-Mix prägt die Inflation, allerdings umfasst die Messung im Out-of-Home-Bereich seit 2023 nicht nur das klassische 24-Bogen-Format, sondern auch City Light sowie ausgewählte digitale OOH-Formate. Für das Jahr 2027 gehen die Agenturen von einer weiterhin stabilen Entwicklung aus und prognostizieren eine OOH-Inflationsrate von 4,4 %.

Online

Der Digitalbereich bleibt weitestgehend stabil und unverändert. Die Inflation im Bereich Display und Video für den österreichischen Markt lag 2025 bei etwa einem Prozent. Bisher hat sich auch 2026 keine wesentliche Veränderung ergeben. Generell zeigt Video eine leicht größere Preisdynamik als Display, für 2026 wird aber weiterhin von einer Inflation von ca. zwei Prozent ausgegangen.

TV

Nach dem außergewöhnlich niedrigen Inflationsniveau von 2,4 % im Jahr 2025 zeigt sich 2026 wieder eine deutliche Gegenbewegung. Aktuell liegt die TV-Inflation bei 8,1 % und damit spürbar über dem Vorjahreswert. Für 2027 wird derzeit eine Inflation von 6,9 % erwartet, was auf eine leichte Entspannung hindeutet. Das Jahr 2025 hat allerdings gezeigt, wie stark sich die Einschätzung zur Jahresmitte noch verändern kann: Aus den im Juli prognostizierten 7,3 % wurden letztlich nur 2,4 %. Daher bleibt insbesondere die Marktentwicklung im Herbst für die endgültige Bewertung entscheidend.

Hörfunk

Nach dem zuletzt erhöhten Inflationsniveau beruhigt sich die Preisentwicklung im Radio wieder. Steigende Tarife und teilweise sinkende Reichweiten hatten die Inflation zuvor nach oben getrieben. In der neuen Schätzung stabilisieren sich die Preise der meisten Vermarkter; nur Ö3 senkt die Tarife. Dadurch ergibt sich im Jahresvergleich nahezu eine Stagnation, mit einer erwarteten leichten Deflation von -0,4 %. Für 2027 wird wieder eine normale Inflation von rund 2,0% erwartet.

Print

Im Printbereich wird in diesem und im kommenden Jahr eine weiterhin moderate, aber leicht steigende Preisentwicklung erwartet. Für 2026 liegt die prognostizierte Gesamtinflation bei 3,6 %, gefolgt von 3,8 % im Jahr 2027. Print bleibt damit weiterhin ein relevanter Kostentreiber im Mediamix. Bei Tageszeitungen wird für 2026 eine Inflationsrate von 3,7 % prognostiziert, die 2027 auf 3,9 % ansteigt. Dies deutet auf eine stabile, aber weiterhin überdurchschnittliche Preisentwicklung innerhalb des Printsegments hin.

Im Magazinsegment fällt die Entwicklung etwas moderater aus, zeigt jedoch ebenfalls eine leichte Steigerung. Die Inflationsrate liegt 2026 bei 3,1 % und bleibt 2027 ebenfalls bei 3,1 %. Ein wesentlicher Grund für diese Entwicklung sind weiterhin sinkende Reichweiten vieler Printtitel in Österreich, wodurch steigende Produktions- und Distributionskosten auf geringere Auflagen verteilt werden müssen.